

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Северо-Кавказский федеральный университет»
Высшая школа креативных индустрий
Колледж креативных индустрий

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
по организации и проведению практики**

ПП.04.01 Производственная практика по модулю "Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях"

Специальность 42.02.01 Реклама

Форма обучения очная

Ставрополь, 2026 г.

Методические указания к производственной практике составлены в соответствии с требованиями ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Минпросвещения России от 21 июля 2023 г. № 552 и примерной основной образовательной программы СПО, и предназначены для студентов, обучающихся по специальности: 42.02.01 Реклама.

Методические указания к производственной практике разработаны:

1. Афанасьева Е.В., преподаватель департамента медиакоммуникаций ВШКИ

СОГЛАСОВАНО:

Представитель работодателя

Директор ООО «РУМЕДИА ГРУПП»,
г. Ставрополь

Сухарева Е.А.

Общие положения

Производственная практика является обязательным этапом при подготовке студентов по специальности 42.02.01 Реклама. Ее прохождение является составной частью образовательной программы среднего профессионального образования по избранной специальности. производственная практика организуется колледжем, руководителем практики от колледжа (куратором), проводится на базе организаций (по профилю специальности) (или структурных подразделениях СКФУ). Программа по учебной практике направлена на всестороннее улучшение качества профессиональной подготовки студентов в период обучения в колледже. В период проведения практики осуществляется практическое обучение студентов профессиональной деятельности, формируются основные навыки и умения по избранной специальности. Методические указания имеют своей целью обеспечение порядка, логики и специфики прохождения практики, конкретизацию мероприятий с целью распространения наиболее эффективных, рациональных вариантов, образцов профессиональных навыков применительно к такому виду деятельности студента, как профессиональная деятельность в области рекламы и связей с общественностью.

Практика организуется на основе реализации принципов креативности и профессионализма:

- креативность предполагает актуализацию и стимулирование творческого подхода студентов к подготовке и проведению различных видов работы;
- профессионализм предусматривает отбор содержания и построения работы в организациях и кампаниях, осуществляющих рекламную и PR-деятельность, общественных и государственных организациях информационно-аналитического профиля.

Объектами прохождения профессионально-творческой практики могут быть компании и организации, осуществляющие рекламную и PR-деятельность, а также общественные и государственные организации данного профиля г. Ставрополя и Ставропольского края, а также иных регионов РФ.

Практика проходит в 6 семестре в течение 1 недели. Консультации по практике проводятся (с куратором по практике от колледжа) в соответствии с назначенным временем и графиком их проведения.

Цели и задачи производственной практики

Производственная практика по специальности 42.02.01 Реклама является завершающим этапом обучения соответствующего профессионального модуля и проводится концентрированно после освоения студентами программы теоретического и практического обучения профессионального модуля.

Цель производственной практики – закрепление теоретических знаний и совершенствование практических навыков, полученных обучающимися в процессе учебной деятельности, а также формирование профессиональных и общих компетенций, предусмотренных профессиональным модулем ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях по каждому из видов профессиональной деятельности в соответствии с требованиями ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама.

Задачами производственной практики являются:

- формирование у студента общих и профессиональных компетенций;
- приобретение практического опыта, реализуемого в рамках ОП СПО по основным видам профессиональной деятельности для последующего освоения ими общих и профессиональных компетенций по специальности 42.02.01 Реклама;
- проверка знаний, полученных при изучении ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях по каждому из видов профессиональной деятельности;
- ознакомиться с общими принципами профессиональной деятельности по рекламе и связям с общественностью в организации (учреждении);
- ознакомиться с основными направлениями рекламной и PR-деятельности организаций, функционалом специалистов по рекламе и связям с общественностью;
- изучить основные нормативные документы, фиксирующие принципы и стандарты профессионального поведения;
- изучить структуру и направления работы рекламных и PR-агентств, и отделов;
- оказывать помощь рекламным и PR-менеджерам в их работе;
- самостоятельно выполнять некоторые виды рекламной и PR-деятельности.

Требования к результатам освоения практики

Проверка выполнения студентами программы практики осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации руководителями практики от колледжа. Текущий контроль осуществляется путем наблюдения за работой студента по программе практики (сбор материала, подготовка отчета, консультации по усвоенным вопросам программы).

Производственная практика начинается с установочного занятия, которое проводит заведующий учебно-производственной практикой колледжа, где разъясняется порядок прохождения практики, ее цель, задачи, содержание и сроки проведения.

По результатам прохождения практики обучающийся представляет руководителю практики от колледжа дневник по практике, по форме, установленной в Методических рекомендациях по организации и проведению практики обучающихся колледжа.

Оценка по практике или зачет приравниваются к оценкам (зачетам) по теоретическому обучению и учитываются при подведении итогов общей успеваемости обучающихся.

Обучающиеся, не выполнившие программы практики по уважительной причине, направляются на практику вторично в свободное от учебы время. Обучающиеся, не выполнившие программы практики без уважительной причины или получившие отрицательную оценку, могут быть отчислены из колледжа, как имеющие академическую задолженность, в порядке, предусмотренном Уставом СКФУ.

Перечень осваиваемых компетенций

Код	Наименование общих компетенций
ОК 1	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 2	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 3	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и

	финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях
ОК 4	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
ОК 5	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.
ОК 6	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения
ОК 9	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ПК 2.1.	Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий
ВД 4	Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях
ПК 4.1.	Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании
ПК 4.2.	Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной компании
ПК 4.3.	Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет

Обязанности руководителя практики

Руководитель практики от колледжа:

- разрабатывает программы и методическое обеспечение по каждому виду практики по специальности;
- устанавливает связь с руководителями практики от предприятия, учреждения, организации и согласовывает с ними программы проведения практики;
- осуществляет контроль за соблюдением сроков практики и ее содержанием;
- организует проведение аттестации по практике;

- разрабатывает тематику индивидуальных заданий обучающимися;
- принимает участие в распределении обучающихся по рабочим местам или перемещение их по видам работ в организации, либо структурных подразделениях института;
- несет ответственность совместно с руководителем практики от предприятия, учреждения, организации за соблюдение обучающимися правил техники безопасности;
- осуществляет контроль за соблюдением сроков практики и ее содержанием;
- оказывает методическую помощь обучающимся при выполнении ими индивидуальных заданий и сборе материалов к отчетной работе;
- оценивает результаты выполнения обучающимися программы практики;
- проводит мероприятие по анализу итогов практики;
- контролирует ведение дневников, подготовку отчетов обучающихся.

Обязанности студента – практиканта

В ходе прохождения практики студент должен:

- изучить организационно-управленческую структуру организации;
- изучить нормативно-правовое обеспечение деятельности организации (Устав, лицензии, законодательные акты, регулирующие деятельность организации);
- ознакомиться с действующими инструкциями и положениями, регламентирующими рекламную и PR-деятельность организации;
- дать анализ уровня и состояния используемого в организации технического оборудования;
- получить опыт работы с профессиональным оборудованием/программами (ПК, видеоборудование, копировальная техника и т.д.);
- провести анализ каналов размещения рекламной и/или PR-информации, используемой для продвижения компании;
- изучить роль рекламы в укреплении конкурентоспособности организации на рынке;
- участвовать (при необходимости) в коррекции и отработке клиентской базы организации;

- приобрести опыт выполнения различных видов рекламной и/или PR-деятельности, осуществляемой на предприятии.

В течение практики студент обязан:

- выполнить в полном объеме индивидуальные задания, предусмотренные программой практики;
- соблюдать правила внутреннего трудового распорядка;
- соблюдать требования охраны труда и пожарной безопасности;
- вести дневник производственной практики, где фиксируются все виды работ, выполняемых в течение рабочего дня
- в срок подготовить и защитить отчет о практике.

Практика считается завершенной при условии выполнения студентом всех требований программы практики.

Структура и содержание производственной практики

Общая трудоемкость производственной практики составляет 1 неделя (36 ч.) – 6 семестр. Форма контроля – дифференцированный зачет.

Процедура прохождения практики включает в себя следующие этапы: подготовительный, прохождение практики на предприятии (основной этап), и итоговый этап (подготовка и защита отчёта по практике). На каждом этапе практики осуществляется текущий контроль за процессом формирования компетенций.

Задания предусматривают овладение компетенциями на разных уровнях: базовом и повышенном. Их принципиальное отличие состоит в уровне аналитических и сравнительных разработок.

Содержание производственной практики направлено на формирование у студентов адекватного представления об их будущей профессии и овладение навыками работы по специальности.

В ходе первичной консультации научного руководителя, в которой он представляет основные требования, нормативные положения и формы отчетности результатов практики, студент уясняет цель и задачи производственной практики, намечает основные виды работ. В ходе последующих консультаций руководитель знакомит студента с планируемыми к изучению проблемами, определяет даты проведения консультаций, дает краткую характеристику особенностей работы, с которым студенту предстоит иметь дело при прохождении практики.

Для успешного прохождения практики необходимы «входные» знания, умения и готовности обучающегося, приобретенные в результате освоения всех предшествующих профильных дисциплин.

Во время проведения практики используются следующие технологии: групповые организационные собрания, индивидуальные консультации по выполнению программы практики. Предусматривается проведение самостоятельной работы студентов под контролем научного руководителя, осуществляется обучение правилам написания отчета по практике. Разрабатываются и пробуются различные методики проведения соответствующих работ, проводится первичная обработка и первичная или окончательная интерпретация данных, составляются рекомендации и предложения.

При прохождении практики студент:

- знакомится с организацией процесса профессиональной работы учреждения или подразделения;

- занимается анализом документов, в том числе переводом с русского на иностранный и наоборот (объем устанавливает руководитель практики);

- совершенствует свои знания и умения работы с помощью мультимедийных технологий, обрабатывая с их помощью научный материал;

- внимательно изучает опыт работы сотрудников;

- знакомится с особенностями работы отделов рекламы и PR-служб, изучает требования к разного рода сопроводительным документам.

При распределении студентов по базам практики учитывается профиль студента. За месяц до начала практики кафедра проводит организационное собрание (конференцию) с обязательным присутствием всех студентов и руководителей, ответственных за ее прохождение. Целью конференции является закрепление студентов за отдельными руководителями, базами практики, ознакомление с ее программой и формой отчетности. Перед прохождением практики студент должен встретиться со своим руководителем и получить от него дневник и индивидуальное задание.

Для обеспечения безопасности в производственных подразделениях (отделах организации) и административных структурах по прибытии на практику студент обязан пройти инструктаж по технике безопасности. Совместно с руководителем от организации студент должен составить график прохождения практики с указанием сроков прохождения в каждом структурном подразделении предприятия. График должен быть согласован с

руководителем практики от кафедры и затем занесен в дневник. Дневник заполняется ежедневно, кратко характеризуя выполненный объем работ. Дневник заполняется грамотно и аккуратно. Записи в дневнике заверяются руководителями данных структурных подразделений. Для успешного прохождения практики необходимы «входные» знания, умения и готовности обучающегося, приобретенные в результате освоения всех предшествующих профильных дисциплин, изучаемых студентами.

По окончании практики студент предоставляет руководителю от организации законченный отчет и дневник. На основании отчета руководитель дает в дневнике характеристику результатов работы студента. На титульном листе отчета ставится подпись руководителя и печать предприятия.

Задания и порядок их выполнения

№ п/п	Формулировка задания	Контролируемые компетенции
1.	Ознакомительные лекции (определение круга обязанностей и полномочий сотрудников компании, знакомство с основными принципами и приемами работы в избранной студентом организации).	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 2.1.; ПК 2.2.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.1.; ПК 4.3.
2.	Определение круга обязанностей и полномочий сотрудников компании, знакомство с основными принципами и приемами работы в избранном студентом организации.	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 2.1.; ПК 2.2.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.1.; ПК 4.3.
3.	Разработка индивидуального плана прохождения практики; планирование деятельности на всех ее основных фазах - от постановки задачи до написания рекламного текста (создания видео-, аудиороликов).	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 2.1.; ПК 2.2.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.1.; ПК 4.3.
4.	Самостоятельная работа студентов, связанная с поиском, сбором, селекцией информации.	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 2.1.; ПК 2.2.; ПК 3.1.; ПК 3.2.;

		ПК 3.3.; ПК 4.1.; ПК 4.3.
5.	Самостоятельная работа студента по заданию организации с элементами анализа проблемы.	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 2.1.; ПК 2.2.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.1.; ПК 4.3.

Контрольные вопросы и задания для проведения текущей аттестации по разделам (этапам) практики, осваиваемым студентом самостоятельно.

ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях

1. Опишите основные этапы создания рекламного креатива.
2. Какую роль играет бриф в разработке рекламной кампании?
3. Какие методы генерации идей (например, мозговой штурм, метод аналогий) используются в рекламном креативе?
4. Почему важно учитывать целевую аудиторию при создании рекламы?
5. Как работает принцип KISS (Keep It Simple, Stupid) в рекламном креативе?
6. Какие существуют форматы рекламных сообщений (объявление, видеоролик, баннер и т. д.) и их особенности?
7. Как тестируют рекламные креативы перед запуском?
8. В чём разница между B2B и B2C рекламой с точки зрения креатива?
9. Как цифровые технологии (AI, AR/VR) меняют подход к созданию рекламы?
10. Какие ошибки чаще всего допускают при разработке рекламного креатива?
11. Дайте определение профессиональной рекламной фотографии. Чем она отличается от других видов фотосъемки?
12. Каковы основные цели и задачи рекламной фотографии?
13. Как рекламная фотография влияет на восприятие бренда потребителем?
14. Назовите ключевые требования к качеству изображений в рекламной фотографии.
15. Какие технические средства (камеры, объективы, свет) наиболее востребованы в профессиональной рекламной съемке?
16. Какую роль играет постобработка в создании рекламных фотографий?
17. Какие этические аспекты важно учитывать при создании рекламных фото?
18. Как цифровые технологии (CGI, AI) меняют современную рекламную фотографию?

19. Какие тренды в рекламной фотографии наиболее актуальны сегодня?
20. Приведите примеры успешных рекламных фото-кампаний и проанализируйте их эффективность.
21. Назовите основные жанры рекламной фотографии и их особенности.
22. В чем специфика предметной съемки в рекламе?
23. Какие приемы используются в фуд-фотографии для создания аппетитных изображений?
24. Как fashion-фотография передает стиль и эмоции бренда?
25. Чем отличается краудфото (стоковая фотография) от других жанров рекламной съемки?

Структура и содержание отчета

По результатам прохождения практики студент должен заполнить дневник, составить отчет и защитить его.

Отчет о практике (приложение 1) – основной документ, характеризующий работу студента во время практики.

Текст отчета должен быть отредактирован и напечатан 14 пт шрифтом 1,5 интервалом с соблюдением правил оформления научных работ, предусмотренных ГОСТом.

Основные требования по заполнению дневника студента по практике:

1. Заполнить информационную часть.
2. Совместно с руководителем практики составить план работы. Получить индивидуальные задания по профилю подготовки.
3. Регулярно записывать все реально выполняемые работы.
4. Один раз в неделю (во время консультаций) предоставлять дневник на просмотр руководителю практики.

В отчете должны быть представлены:

1. Материалы, подготовленные студентом в период прохождения практики.
2. Характеристика, выданная по месту прохождения практики, составленная ответственным сотрудником, заверенная подписью и печатью организации.
3. Отчет о прохождении практики, созданный обучающимся самостоятельно, включающий всю информацию о прохождении практики, (личные впечатления от работы в данном издании, профессионального контакта со старшими коллегами, рассказ о профессиональных техниках и

технологиях, практикуемых в данной организации и освоенных обучающимся в ходе практики).

4. Дневник практики, отражающий календарный план мероприятий, в которых обучающийся принял участие за время прохождения практики.

При проверке задания и защите отчета оценивается общая культура; (речь, манера поведения, внешний вид); профессиональная компетентность; объем изученного основного материала; объем изученного дополнительного материала; владение навыками коммуникативного взаимодействия (тактичность, эмоциональность, принятие, толерантность, культура речи); соответствие применяемых форм работы и эффективность выполнения задач; профессиональная компетентность; достижение поставленной цели; соблюдение этических норм.

Защита отчета о практике:

□ отчет представляется научному руководителю практики для проверки;

□ руководитель выявляет, насколько полно и глубоко студент изучил круг вопросов, определенных индивидуальной программой практики;

□ результаты прохождения практики обсуждаются на конференции, проводимой руководителем практики;

□ дифференцированная оценка выставляется научным руководителем с учетом отзыва руководителя практики от организации и итогов обсуждения на конференции.

Указанный перечень не является исчерпывающим, и практикант может включить в отчет дополнительные разделы, содержащие релевантную для раскрытия темы диссертации информацию.

К отчету должен быть приложен отзыв руководителя практики с оценкой работы практиканта.

Критерии выставления оценок

Оценка «отлично» выставляется, если студент знает круг обязанностей и полномочий сотрудников работы рекламных и PR-агентств и отделов, знаком с общими принципами профессиональной деятельности по рекламе и связям с общественностью в организации (учреждении), ознакомился с основными направлениями рекламной и PR- деятельности организаций, функционалом специалистов по рекламе и связям с общественностью, изучил основные нормативные документы, фиксирующие принципы и стандарты профессионального поведения, изучил структуру и направления работы

рекламных и PR-агентств и отделов, оказывал помощь рекламным и PR-менеджерам в их работе, самостоятельно выполнил некоторые виды работ в сфере рекламной и PR-деятельности, умел работать индивидуально и в качестве члена команды; сдал все задания, подготовил и сдал отчет.

Оценка «хорошо» выставляется, если студент знает круг обязанностей и полномочий сотрудников работы рекламных и PR-агентств и отделов, знаком с общими принципами профессиональной деятельности по рекламе и связям с общественностью в организации (учреждении), ознакомился с основными направлениями рекламной и PR-деятельности организаций, функционалом специалистов по рекламе и связям с общественностью, изучил основные нормативные документы, фиксирующие принципы и стандарты профессионального поведения, изучил структуру и направления работы рекламных и PR-агентств и отделов, оказывал помощь рекламным и PR-менеджерам в их работе, самостоятельно выполнил некоторые виды работ в сфере рекламной и PR-деятельности, умел работать индивидуально и в качестве члена команды; получение теоретически и практически значимых результатов, задания выполнил на 80%, сдал отчет.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если студент в некоторой степени знает круг обязанностей и полномочий сотрудников работы рекламных и PR-агентств и отделов, знаком с некоторыми принципами профессиональной деятельности по рекламе и связям с общественностью в организации (учреждении), ознакомился с основными направлениями рекламной и PR-деятельности организаций, функционалом специалистов по рекламе и связям с общественностью, изучил некоторые нормативные документы, фиксирующие принципы и стандарты профессионального поведения, изучил структуру и направления работы рекламных и PR-агентств и отделов, оказывал помощь рекламным и PR-менеджерам в их работе, самостоятельно выполнил некоторые виды работ в сфере рекламной и PR-деятельности, умел работать индивидуально и в качестве члена команды; получение теоретически и практически значимых результатов, задания выполнены на 60%, сдан отчет.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если студент не знает круг обязанностей и полномочий сотрудников работы рекламных и PR-агентств и отделов, не знаком с общими принципами профессиональной деятельности по рекламе и связям с общественностью в организации (учреждении), не ознакомился с основными направлениями рекламной и PR-деятельности организаций, функционалом специалистов по рекламе и связям

с общественностью, не изучил основные нормативные документы, фиксирующие принципы и стандарты профессионального поведения, не изучил структуру и направления работы рекламных и PR-агентств и отделов, не оказывал помощь рекламным и PR-менеджерам в их работе, самостоятельно не выполнил некоторые виды работ в сфере рекламной и PR-деятельности, не работал индивидуально и в качестве члена команды; выполнено заданий менее 50%, отчет не подготовлен.

Учебно-методическое и информационное обеспечение производственной практики

Основная литература:

1. Кнышова Е.Н. Маркетинг : учеб.пособие для средн.проф.образования/ Е.Н.Кнышова. -М.: ФОРУМ -ИНФРА-М, 2017. -282с.

2. Лукина А.В. Маркетинг товаров и услуг : учеб.пособие/ А.В.Лукина. -М.: ФОРУМ, 2017. -240 с.

3. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства: учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 514 с.

4. Трофимов, А. Н., Фирменный стиль и корпоративный дизайн : учебник / А. Н. Трофимов. — Москва : КноРус, 2024. — 366 с.

Интернет-ресурсы:

1. Интернет-версия журнала графического дизайна [КАК]. — URL: https://kak.ru/?page_id=92 — Текст: электронный. - Режим доступа: свободный.

2. Как создать рекламу (процесс создания рекламы) – Temabiz.com. — URL: <https://temabiz.com/pol-publ/kak-sozdat-reklamu.html> (дата обращения: 10.08.2022). — Текст: электронный. - Режим доступа: свободный

3. Креативная концепция как способ продвижения бренда/Блог/Брендинг – компания Appolo-8 (комплексный интернет-маркетинг) — URL: <https://apollo-8.ru/kreativnaja-koncepcija-eto/>. — Текст: электронный. - Режим доступа: свободный 75

4. Сайт «креативная реклама» - URL: <https://www.adme.ru/tvorchestvo-reklama/21-reklama-kotoraya-prodaet-sovsem-ne-to-chto-vy-podumali-1499765/>. — Текст: электронный. - Режим доступа: свободный

5. Справочная система Textart.ru/ информация по темам: слоган и название. — URL: <http://www.textart.ru/>. — Текст: электронный. - Режим доступа: свободный

6. Электронный журнал об этикетках «Label World» - Издательский

дом «КомпьютерПресс. — URL: <http://labelworld.ru/>. — Текст: электронный. —
Режим доступа: свободный

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Северо-Кавказский федеральный университет»
Колледж Креативных индустрий, г. Ставрополь

Допущен к защите
«__» _____ 20__ г.
Директор колледжа ФИО
_____ (подпись)

ОТЧЕТ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ

ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях

ПП.04.01 Производственная практика по модулю «Создание ключевых
вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и
творческих материалов на основных рекламных носителях»

Руководитель практики
профильной организации:
ФИО должность
_____ (подпись)

от
Выполнил:
ФИО студента
курс, группа __ специальность код
Наименование
очная форма обучения
_____ (подпись)

Руководитель практики:
ФИО, должность
_____ (подпись)

Отчет защищен с оценкой _____ Дата
защиты _____

г. Ставрополь 20__ г.