**Частное профессиональное образовательное учреждение**

**ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ**



**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ**

**ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ**

**ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ МОДУЛЬ**

**ПМ.02 «Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий»**

**Специальность 42.02.01 «Реклама»**

**Пермь 2025**

Составитель: ***Артемова Т.А., председатель Цикловой комиссии «Реклама»***

Утверждено на заседании цикловой комиссии "Реклама"

Протокол № ***05, от 28.01.2025.***

***Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий***: методические рекомендации по производственной практике ПМ.02 «Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий» специальности 42.02.01 «Реклама» / сост. Артемова Т.А.. – Пермь: ЧПОУ «ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ», 2025 . – ***19*** с.

Методические рекомендации составлены в соответствии с рабочей программой производственной практики для студентов очной формы обучения по специальности 42.02.01 «Реклама».

© Артемова Т.А., 2025

© ЧПОУ «ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ», 2025

**ОГЛАВЛЕНИЕ**

[ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ 5](#_Toc65669427)

[ОРГАНИЗАЦИЯ И РУКОВОДСТВО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКОЙ 6](#_Toc65669428)

[Контроль и оценка результатов освоения практики 7](#_Toc65669429)

[ЗАДАНИЕ НА ПРАКТИКУ 8](#_Toc65669430)

[ТРЕБОВАНИЯ К СОДЕРЖАНИЮ И ОФОРМЛЕНИЮ ОТЧЕТА 9](#_Toc65669431)

[СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ 9](#_Toc65669432)

[ПРИЛОЖЕНИЯ 11](#_Toc65669433)

**ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА**

Уважаемые студенты!

Вы приступаете к прохождению производственной практики (далее – практики), которая является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 «Реклама»ПМ.02 «Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий».

Практическая подготовка при проведении производственной практики организуется путем непосредственного выполнения обучающимися определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Производственная практика способствует формированию у обучающегося общих и профессиональных компетенций, приобретение практического опыта по специальности.

Организация практики осуществляется в соответствии с Приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства просвещения Российской Федерации от 05 августа 2020 года № 885/390 «О практической подготовке обучающихся», а также в соответствии с Порядком организации практической подготовки обучающихся от 22.09.2020 №03/20-21, утвержденным приказом директора ЧПОУ «Финансово-экономический колледж» от 22.09.2020 № ОД-07/2.

Профессиональный модуль включает освоение профессиональных компетенций:

ПК 2.1 Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий

ПК 2.2 Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных формата

В результате освоения производственной практики по профессиональному модулю ПМ.02 «Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий» обучающийся должен **иметь практический опыт**:

- стратегического и тактического планирования, разработки и технического исполнения рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий;

- взаимодействия с субъектами рекламной деятельности;

-разработки и оформления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в требуемых форматах.

 В результате освоения производственной практики по профессиональному модулю ПМ.02 «Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий» обучающийся должен **уметь**:

- составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного проекта;

- работать с рекламой в средствах массовой информации;

- проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком;

- проводить презентацию рекламного проекта;

- формировать рекламный бюджет;

- составлять смету рекламных расходов;

- осуществлять связи с общественностью в различных сферах деятельности;

- планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия

В результате освоения производственной практики по профессиональному модулю ПМ.02 «Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий» обучающийся должен **знать:**

- экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации;

- основные принципы работы организаций в условиях рыночной экономики;

- пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов;

- аспекты планирования рекламы;

- этапы принятия и реализации управленческих решений;

- классификацию целей менеджмента;

- основные направления PR- деятельности;

- виды PR-деятельности.

В результате производственной практики студент осваивает общие компетенции:

|  |  |
| --- | --- |
| Код | Наименование общих компетенций  |
| ОК 01. | ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;  |
| ОК 02. | ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;  |
| ОК 03. | ОК 03. 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 04. | ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;  |
| ОК 05. | ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;  |
| ОК 07. | ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;  |
| ОК 09. | ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках. |

Производственная практика проводится после изучения профессионального модуляПМ.02 «Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий»***.***

Продолжительность практики составляет – ***72 часа, 2 недели.***

В ходе прохождения практики студент должен выполнить в полном объеме все представленные задания.

В установленный срок, согласно расписанию, сдать отчет (выполненные задания и необходимые документы по практике) руководителю практики от Колледжа.

# ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Наименование ПМ и МДК** | **Содержание учебного материала** | **Объем часов** | **Уровень освоения** |
| **1** | **2** | **3** | **4** |
|  | Содержание производственной практики | **72** |  |
| ПМ.02 «Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий»МДК 2.1. Рекламный менеджментМДК 2.2 Планирование и организация PR-кампаний | Стратегическое планирование рекламной или коммуникационной кампании предприятия или организации  | 12 | 3 |
| Тактическое планирование рекламной или коммуникационной кампании | 48 | 3 |
| Оформление и предъявление результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах | 12 | 3 |
|  |  |  |
| **ИТОГО** | ***72*** |  |

# ОРГАНИЗАЦИЯ И РУКОВОДСТВО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКОЙ

Производственная практика проводится в профильных организациях (базах практики), соответствующих профилю образовательной программы. Для проведения практик с профильной организацией заключается договор.

За помощью в поиске базы практики к специалисту по практике необходимо обращаться не позднее чем за месяц до начала практики.

Руководитель практики от колледжа: выдает студентам методические рекомендации, проводит инструктаж о порядке прохождения практики, выполнении заданий, ведении дневника практики, проводит консультирование по вопросам содержания и последовательности написания отчета по практике, оказывает помощь в подборе необходимой литературы.

При прохождении практики в профильной организации, студент использует для выполнения заданий материалы, предоставленные организацией, в том числе размещённые на сайте организации и информацию иных открытых источников.

Для выполнения заданий практики используется компьютерная техника с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», программное обеспечение: **например, Word, Excel.**

***При прохождении практики студент обязан:***

***- за 1 месяц*** до начала практики предоставить в отдел практической подготовки студентов согласие на обработку персональных данных в целях организации (прохождения) практической подготовки/практики в профильной организации (Приложения 5);

- подчиняться действующим на предприятии (организации) правилам внутреннего распорядка;

- изучить и строго соблюдать правила охраны труда и промышленной безопасности, производственной санитарии, действующие на предприятии;

- при необходимости активно участвовать в общественной жизни коллектива предприятия (организации);

- нести ответственность за выполняемую работу и ее результаты наравне со штатными сотрудниками;

- выполнять задания, предусмотренные методическими материалами по практике и предприятия, связанные с деятельностью организации;

- ежедневно заполнять дневник прохождения практики, занося в него краткие сведения о проделанной работе;

- составить отчет по практике, с обязательными приложениями: задание по практике, дневник прохождения практики, договор о прохождении практики, аттестационный лист;

- сдать отчет по практике необходимо в установленные расписанием сроки руководителю практики от колледжа в бумажном виде.

# Контроль и оценка результатов освоения практики

Промежуточная аттестация по практике: дифференцированный зачет.

Контроль и оценка результатов освоения производственной практики осуществляется руководителем практики в процессе наблюдения, а также по итогам выполнения обучающимися заданий.

При прохождении практики в профильной организации руководитель практики от профильной организации заполняет аттестационный лист и выставляет рекомендованную оценку за прохождение практики. На аттестационном листе и дневнике практики проставляется печать профильной организации (при наличии).

Аттестация по итогам практики проводится на основании результатов её прохождения. Оценка заданий производится руководителем практики от колледжа по 5-ти бальной системе. При выставлении оценки учитывается рекомендуемая оценка, указанная в аттестационном листе по практике, правильность оформления и качество содержания отчёта о практике. Оценка одновременно проставляется в зачётной книжке и зачётной ведомости.

|  |  |
| --- | --- |
| Оценка | Критерии |
| **5 (отлично)** | Изложение материалов полное, последовательное, грамотное. Отчет написан аккуратно. Задание по практике (задачи) выполнены на высоком уровне, без замечаний. Приложения (и/или графики, диаграммы, таблицы) логично связаны с текстовой частью отчета. Отчет сдан в установленный срок. Программа практики выполнена в полном объеме. Отзыв положительный. |
| **4 (хорошо)** | Изложение материалов полное, последовательное в соответствии с требованиями программы. Допускаются незначительные замечания по качеству выполнения задания по практике. Допускаются единичные грамматические и стилистические ошибки. Оформление аккуратное. Приложения (и/или графики, диаграммы, таблицы) в основном связаны с текстовой частью. Отчет сдан в установленный срок. Программа практики выполнена. Отзыв положительный. |
| **3 (удовл.)** | Изложение материалов полное. Нарушены логические связи в материалах отчета. Существенные замечания по качеству выполнения задания по практике. Оформление неаккуратное. Текстовая часть отчета не везде связана с приложениями (и/или графиками, диаграммами, таблицами). Отчет сдан в установленный срок. Программа практики выполнена. Отзыв положительный. |
| **2 (неуд.)** | Изложение материалов неполное, бессистемное. Существуют ошибки, оформление неаккуратное. Приложения (и/или графики, диаграммы, таблицы) отсутствуют. Отчет сдан в установленный срок. Отзыв отрицательный. Программа практики не выполнена. |

Студенты, не выполнившие без уважительной причины требования программы практики, или, получившие неудовлетворительную оценку, **считаются имеющими академическую задолженность.** В случае уважительной причины, студенты направляются на практику повторно, в свободное от учебы время.

# ЗАДАНИЕ НА ПРАКТИКУ

**Задание 1 (ПК 02.01, ПК 02.02)**

**Провести стратегическое планирование рекламной или коммуникационной кампании предприятия или организации (места практики). Результаты стратегического планирования представить в виде:**

- Характеристики предприятия или организации (места практики): организационно-правовая форма, виды деятельности, организационная структура предприятия. Образец организационной структуры представлен в Приложении 6.

- Характеристики продукта (товара/услуги), УТП.

- Анализа конкурентоспособности предприятия: SWOT-анализ,  анализ конкурентов. Определить проблемы на предприятии или точки роста.

- Анализа целевой аудитории.

- Описания основных направлений рекламной деятельности: перечислить мероприятия и обосновать их выбор.

- Определения стратегической цели рекламной кампании, ее концепции.

**Задание 2 (ПК 02.01, ПК 02.02)**

**Провести тактическое планирование рекламной или коммуникационной кампании. Результаты тактического планирования представить в виде плана рекламной или коммуникационной кампании, разработанной в соответствии с целью стратегического планирования, сформулированной в Задании 1.**

При подготовке плана рекламной или коммуникационной кампании (мероприятия, акции) необходимо в обязательном порядке:

* Определить каналы распространения рекламы, разработать медиаплан с помощью диаграммы Ганта, образец которой представлен в Приложении 7.
* Разработать смету расходов рекламной кампании. Смета представляет собой расчет затрат на подготовку и проведение рекламной кампании, в т.ч. на изготовление и размещение рекламной продукции.

Остальные элементы плана представляются при необходимости. При возможности проведения рекламной кампании рекомендуется предоставить отчет о ее результатах.

# ТРЕБОВАНИЯ К СОДЕРЖАНИЮ И ОФОРМЛЕНИЮ ОТЧЕТА

После прохождения практики студент оформляет текстовый отчёт, в котором обобщает результаты практики.

В текстовом отчёте должен быть представлен текст самого задания и ответ на него.

**Структура отчета:**

* титульный лист (приложение 2);
* задание на производственную практику, подписанное студентом (приложение 1);
* дневник практики (приложение 3);
* содержание;
* текст отчета – не менее 15 стр.;
* список использованных источников;
* приложения.

В качестве приложения к отчету о практике обучающийся может при необходимости прикладывать графические, аудио-, фото-, видео-, материалы, наглядные образцы изделий, подтверждающие практический опыт, полученный на практике.

**Текст работы** следует печатать, соблюдая следующие требования:

* поля: левое - 30 мм, правое -15 мм, верхнее и нижнее – 20 мм;
* шрифт - 14 кегль, Times New Roman;
* межстрочный интервал – полуторный;
* отступ красной строки – 1,25;
* выравнивание основного текста по ширине.

К отчету должны быть приложены;

**- договор по практической подготовке** (бланк выдается специалистом по практике и трудоустройству);

- **аттестационный лист**, содержащий сведения об уровне освоения обучающимся профессиональных и общих компетенций (приложение 4).

 Отчётная документация по практике предоставляется руководителю практики от колледжа в бумажном виде.

#

# СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Шевченко, Д. А. Маркетинговые исследования : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2023. – 372 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=705381> (дата обращения: 13.02.2025). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-3797-1. – DOI 10.23681/705381. – Текст : электронный.
2. Шевченко, Д. А. Основы интегрированных коммуникаций : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2024. – 200 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=717876> (дата обращения: 16.12.2024). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-4721-5. – Текст : электронный.
3. Терёшина, Н. В. Эффективность рекламной и PR деятельности : учебное пособие для студентов бакалавриата и магистратуры по направлениям «Реклама и связи с общественностью», «Менеджмент», «Торговое дело», «Экономика» : [16+] / Н. В. Терёшина ; Российский университет транспорта, Институт экономики и финансов, Кафедра «Экономика и управление на транспорте». – Москва : Российский университет транспорта (РУТ (МИИТ)), 2021. – 63 с. : ил., таб. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=703486> (дата обращения: 16.12.2024). – Библиогр. в кн. – Текст : электронный.
4. Марочкина, С. С. Медиарилейшнз и медиапланирование : учебное пособие для студентов направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» : [16+] / С. С. Марочкина, Е. В. Щетинина, И. Б. Шуванов ; Сочинский государственный университет. – Сочи : Сочинский государственный университет, 2020. – 46 с. : схем., ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=618216> (дата обращения: 16.12.2024). – Библиогр. в кн. – Текст : электронный.
5. Фомичев, А. Н. Стратегический менеджмент : учебник / А. Н. Фомичев. – 4-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2023. – 467 с. : ил., табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=710016> (дата обращения: 16.12.2024). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-05124-1. – Текст : электронный.
6. Введение в рекламу и связи с общественностью : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко, Е. М. Крюкова, В. В. Зеленов, В. В. Галстян ; под ред. Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2024. – 248 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=718068> (дата обращения: 17.12.2024). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-4771-0. – DOI 10.23681/718068. – Текст : электронный.

***Дополнительная литература***

1. Основы PR и рекламной деятельности : учебное пособие для студентов бакалавриата направлений 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», 38.03.06 «Торговое дело» : [16+] / В. А. Бондаренко, Н. А. Дадаян, К. А. Дзотцоева [и др.] ; под ред. В. А. Бондаренко ; Ростовский государственный экономический университет (РИНХ). – Ростов-на-Дону : Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2022. – 244 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=708613> (дата обращения: 16.12.2024). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7972-3042-7. – Текст : электронный.

**ЭЛЕКТРОННЫЕ ИЗДАНИЯ (ЭЛЕКТРОННЫЕ РЕСУРСЫ)**

1. Справочно-поисковая система «КонсультантПлюс».- Режим доступа: [http://www.consultant.ru](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/)

#

# ПРИЛОЖЕНИЯ

 Приложение 1

|  |
| --- |
| **Частное профессиональное образовательное учреждение**  **«ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»** |

**ЗАДАНИЕ НА ПРОИЗВОДСТВЕННУЮ ПРАКТИКУ**

|  |
| --- |
|  |
| (ФИО студента, группа)ПМ.02 «Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий» |

|  |
| --- |
| (индекс и наименование профессионального модуля) |
| (место прохождения практики: наименование юридического лица) |
| (период прохождения практики) |

Перечислить задания

Задания, подтверждающие освоение профессиональных компетенций:

Задание 1 (ПК 02.01, ПК 02.02)

Провести стратегическое планирование рекламной или коммуникационной кампании предприятия или организации (места практики). Представить результаты стратегического планирования.

Задание 2 (ПК 02.01, ПК 02.02)

Провести тактическое планирование рекламной или коммуникационной кампании. Результаты тактического планирования представить в виде плана рекламной или коммуникационной кампании, разработанной в соответствии с целью стратегического планирования, сформулированной в Задании 1.

Студент \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 (Ф.И.О.) (подпись)

Приложение 2

|  |
| --- |
| **Частное профессиональное образовательное учреждение**  **«ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»** |

**ОТЧЕТ ПО ПРАКТИКЕ**

|  |
| --- |
| **Производственная практика** |
| (указать вид практики)ПМ.02 «Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий» |

|  |
| --- |
| (индекс и наименование профессионального модуля) |
| (место прохождения практики: наименование юридического лица) |
|  |
| (период прохождения практики) |

|  |  |
| --- | --- |
| Студента (ки) |  |
| группы | (ф.и.о. полностью в родительном падеже) |
|  | (номер группы)«\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_ г. |
| Руководитель  |  |
|  | (ф.и.о. полностью)«\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_ г. |
| Оценка |  |
|  |  |
|  | (подпись руководителя (без расшифровки) |

Пермь 20\_\_\_

Приложение 3

**Дневник практики**

Ф.И.О. студента

Период прохождения практики\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Дата/период | Выполняемая функция | Оценка/Подписьруководителя практики |
| Проведен инструктаж по технике безопасности, в т. ч. по пожарной безопасности и охране труда.Подпись студента:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

Студент \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 (Ф.И.О.) (подпись)

Руководитель практики

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(должность) (Ф.И.О.) (подпись)

МП

Приложение 4

|  |
| --- |
| **Частное профессиональное образовательное учреждение**  **«ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»** |

|  |
| --- |
| **аттестационный лист по практике**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*Фамилия, Имя, Отчество*студент \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ группы по специальности «**Реклама»**прошел(а) производственную практику по профессиональному модулю**ПМ.02 «Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий**»с «\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_\_ г. по «\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_\_ г. в организации\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*(наименование организации)* |
| 1. **Оценка профессиональных компетенций по результатам прохождения практики:**
 |
| ПК | Виды работ  | Показатели оценки результата | Оценка\***(Нужное обвести)** |
| ПК 2.1 Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий | Стратегическое планирование рекламной или коммуникационной кампании предприятия или организации. Оформление и предъявление результатов стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах | Выполнена характеристика предприятия или организации (места практики): организационно-правовая форма, виды деятельности, организационная структура предприятия. Выполнена характеристика продукта (товара/услуги), сформулировано УТП.Проведен и представлен анализ конкурентоспособности предприятия: SWOT-анализ,  анализ конкурентов. Проведен и представлен анализ целевой аудитории.Описаны основные направления рекламной деятельности: перечислены мероприятия и обоснован их выбор.Определена стратегическая цель рекламной кампании, описана ее концепция. | 5 4 3 2 |
| ПК 2.2 Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных формата | Тактическое планирование рекламной или коммуникационной кампании. Оформление и предъявление результатов тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах | Разработан план рекламной или коммуникационной кампании (мероприятия, акции) Определены каналы распространения рекламы. Разработан медиаплан с помощью диаграммы Ганта.Разработана смета расходов рекламной кампании.  | 5 4 3 2 |
| \*Критерии оценки освоения профессиональных компетенций:

|  |  |
| --- | --- |
| *«5»* | *студент демонстрирует высокий уровень знаний, выполняет требуемые виды работ уверенно и без ошибок, имеет высокую мотивацию в выполнении профессиональных видов работ.*  |
| *«4»* | *студент демонстрирует высокий уровень знаний, выполняет требуемые виды работ неуверенно, с возникающими ошибками справляется самостоятельно, имеет высокую мотивацию в выполнении профессиональных видов работ.* |
| *«3»* | *студент демонстрирует достаточный уровень знаний, при выполнении работ допускает ошибки и исправляет их при помощи специалиста, мотивация при выполнении работ приемлемая.* |
| *«2»* | *не имеет знаний для выполнения указанного вида работ, отсутствует мотивация при выполнении профессиональных**работ* |

 |
| **Оценка общих компетенций по результатам прохождения практики:** |
| ОК | Показатели оценки результата | Оценка\***(Нужное обвести)** |
| ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;  | Оптимальный выбор способов решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам | 5 4 3 2 |
| ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;  | Использование современных средств поиска, анализа и интерпретации информации и информационных технологий для выполнения задач профессиональной деятельности | 5 4 3 2 |
| ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;  | Самостоятельное планирование собственного профессионального и личностного развития, предпринимательской деятельности в профессиональной сфере, использование знаний по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях | 5 4 3 2 |
| ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;  | Эффективное взаимодействие и работа в коллективе и команде | 5 4 3 2 |
| ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;  | Осуществление устной и письменной коммуникации на государственном языке РФ с учетом особенностей социального и культурного контекста | 5 4 3 2 |
| ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;  | Содействие сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применение знаний об изменении климата, принципах бережливого производства, эффективные действия в чрезвычайных ситуациях | 5 4 3 2 |
| ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках. | Использование профессиональной документации на государственном и иностранном языках | 5 4 3 2 |
| Дополнительные личностные качества: |  |
| Рекомендуемая оценка по практике (на основании оценённых профессиональных и общих компетенций): |  |

Подпись руководителя практики

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 ФИО, должность

МП

Приложение 5

**С О Г Л А С И Е обучающегося на обработку персональных данных в целях организации(прохождения)
практической подготовки/практики**

Субъект персональных данных (ФИО полностью):

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

В соответствии с Федеральным законом от 27.07.2006 № 152-ФЗ «О персональных данных»

1. Настоящим даю согласие ЧПОУ «ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ» на обработку следующих персональных данных:
* фамилия, имя, отчество,
* данные паспорта или иного документа, удостоверяющего *личность (при необходимости)*,
* номера контактных телефонов,
* документы, подтверждающие необходимость проведения практической подготовки/практики с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья *(при необходимости)*.

II. Я уведомлен(а), что оператором персональных данных является: ЧПОУ «ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ» (614068, г. Пермь, юр. адрес: г. Пермь, ул. Екатерининская, 141, учебный корпус: 614000, г. Пермь, ул. Дзержинского,1б).

III. Я проинформирован(а) и выражаю согласие на автоматизированную, а также без использования средств автоматизации обработку моих персональных данных с целью организации (прохождения) практической подготовки, практики: производственной, в том числе преддипломной практики.

 IV. Я уведомлен(а) и даю согласие на перечень действий оператора с моими персональными данными: сбор; систематизация; накопление; хранение; уточнение (обновление, изменение), использование, передача (предоставление доступа) вышеуказанной информации организации

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

 *(указывается полное наименование организации, где будет проходить практическая подготовка, практика)*

V. Я проинформирован(а) об используемых оператором способов обработки персональных данных, а именно: сбор; систематизация; накопление; хранение; уточнение (обновление, изменение), использование, передача (предоставление доступа) персональных данных вышеуказанной организации.

VI. Я проинформирован(а), что для отзыва моего согласия на обработку персональных данных мне необходимо направить оператору персональных данных личное заявление.

VII. Я уведомлен(а) и даю свое согласие на то, что ЧПОУ «ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ» будет обрабатывать мои персональные данные и принимать решения порождающие юридические последствия как неавтоматизированным, так и автоматизированным способом.

Я подтверждаю, что, давая такое Согласие, я действую своей волей и в своих интересах.

Данное Согласие вступает в силу с момента его подписания и действует до дня его отзыва субъектом персональных данных в ЧПОУ «ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ» в соответствии с требованиями законодательства РФ.

Согласие может быть отозвано мною в любое время на основании моего письменного заявления.

С моими правами и обязанностями в области защиты персональных данных ознакомлен(а).

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  |   |   |  | "\_\_\_"\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_\_ г. |
| *подпись* |  | *фамилия и инициалы* |  | *дата заполнения* |

Приложение 6

Организационная структура предприятия

Приложение 7

Диаграмма Ганта

