



**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
учебной практики

УП.03 Учебная практика по маркетингу

для специальности 42.02.01 Реклама
базовая подготовка

Якутск, 2023

СОГЛАСОВАНО
на заседании Педагогического совета
Протокол № 1 от « 28 » июня 2023 г.

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО СПО «Цифровой
колледж «Синергия»
_____ С.Н.Семенов
« _____ » _____ 2023 г.

Рабочая программа учебной практики УП.03 Учебная практика по маркетингу разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (далее – ФГОС СПО) по специальности *42.02.01 Реклама*, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 12.05.2014 г. № 510

Организация-разработчик: АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»

Составитель:

Сидорова А.Ю., зам.директора по УВР

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ	4
2. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	6
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ	7
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ	11

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

УП.03 Учебная практика по маркетингу

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа учебной практики УП.03 Учебная практика по маркетингу является частью основной профессиональной образовательной программы СПО – программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 *Реклама базовой подготовки*, входящей в состав укрупненной группы специальностей 42.00.00 *Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело*.

1.2. Место учебной практики в структуре образовательной программы:

Учебная практика УП.03 Учебная практика по маркетингу является разделом образовательной программы и частью профессионального модуля ПМ.03. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта, проходит концентрированно в течение 2х недель.

1.3. Цели учебной практики – требования к результатам

Учебная практика направлена на формирование у обучающихся умений, приобретение практического опыта по ПМ.03. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта и необходима для последующего освоения ими общих (ОК) и профессиональных компетенций (ПК):

иметь практический опыт:

ПО₁ – выявления требований целевых групп потребителей;

ПО₂ – разработки средств продвижения рекламного продукта;

ПО₃ – разработки маркетинговой части бизнес-плана;

уметь:

У₁ - проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей;

У₂ - анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп;

У₃ - проводить сегментирование рынка;

У₄ - принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта;

Обучающийся должен обладать профессиональными компетенциями (ПК), соответствующими виду деятельности - **Маркетинговое и правовое**

обеспечение реализации рекламного продукта, в том числе профессиональными компетенциями (ПК):

ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.
и общими компетенциями (ОК):

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

Данные результаты основываются на теоретических знаниях, полученных во время изучения МДК 03.01 Маркетинг в рекламе.

1.4. Количество часов на освоение учебной практик

Общее количество часов – 72 часа (2 недели),
в том числе в форме практической подготовки – 72 часа

1.5. Формы промежуточной аттестации

4 семестр – дифференцированный зачет

2. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

УП.03 Учебная практика по маркетингу

Умения и практический опыт	Содержание учебной практики, виды работ, обеспечивающие формирование умений и приобретение практического опыта	Объем часов	В т.ч. практическая подготовка	
<p>иметь практический опыт:</p> <p>ПО₁ – выявления требований целевых групп потребителей;</p> <p>ПО₂ – разработки средств продвижения рекламного продукта;</p> <p>ПО₃ – разработки маркетинговой части бизнес-плана;</p> <p>уметь:</p> <p>У₁ - проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей;</p> <p>У₂ - анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп;</p> <p>У₃ - проводить сегментирование рынка;</p> <p>У₄ - принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта;</p>	<i>Виды работ</i>			
	1	Знакомство с программой учебной практики, сроками и условиями выполнения работ. Требования охраны труда	2	2
	2	Деление на подгруппы. Изучение и проведение анализа целевой аудитории для вывода на рынок нового товара (по заданию)	4	4
	3		6	6
	4	Составление портрета потребителя с основными социальными, психологическими и потребительскими характеристиками	6	6
	5	Разработка оригинального креативного рекламного решения, соответствующего указанному портрету потребителя	6	6
	6		6	6
	7	Разработка сценария работы с фокус - группой, подтверждающий соответствие креативного решения характеристикам потребителя	6	6
	8	Создание рекламного продукта (макет)	6	6
	9	Выбор средств распространения рекламного продукта, время и способы размещения в СМИ	6	6
	10	Расчет рекламного бюджета данного проекта	6	6
	11	Формирование маркетингового раздела бизнес – плана	6	6
	12	Составление презентации и оформление составленных документов	6	6
	13	Составление презентации и оформление составленных документов	6	6
	Дифференцированный зачет (презентация выполненных заданий)	6	6	
	ВСЕГО:	72	72	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Реализация рабочей программы учебной практики УП.03 Учебная практика по маркетингу проходит в лаборатории информационных и коммуникационных технологий.

Оборудование лаборатории:

- посадочные места по количеству обучающихся: столы и стулья;
- рабочее место преподавателя: стол с местом для компьютера, тумба для принтера, стул, классная доска;
- технические средства обучения: ПК, принтер, проектор, экран;

3.2 Информационное обеспечение обучения

Нормативные акты:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть первая : федер. закон № 51-ФЗ от 21.10.1994г. // СЗ РФ. - 1994. - № 32. - Ст. 3301. - Консультант Плюс [Электронный ресурс].

2. Закон РФ «О защите прав потребителей» ФЗ № 2300 - 001 от 07.02.92г.

3. Закон РФ «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках», ФЗ № 83 от 25.05.95г. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» [Электронный ресурс]

Учебная литература:

1. Амиантова И. С. Противодействие коррупции : учебное пособие для среднего профессионального образования / И. С. Амиантова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 149 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13540-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519404> (дата обращения: 30.06.2023).

2. Бялт В. С. Правовые основы профессиональной деятельности : учебное пособие для среднего профессионального образования / В. С. Бялт. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 303 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16146-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/530531> (дата обращения: 29.06.2023).

3. Волков А. М. Правовые основы профессиональной деятельности : учебник для среднего профессионального образования / А. М. Волков, Е. А. Лютягина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 345 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16170-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/530555> (дата обращения: 29.06.2023).

4. Правовое обеспечение профессиональной деятельности : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. П. Анисимов, А. Я. Рыженков, А. Ю. Осетрова, О. В. Попова ; под редакцией А. Я. Рыженкова. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 344 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16129-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/530506> (дата обращения: 29.06.2023).

5. Семенова Л. М. Маркетинг в рекламе. Имиджбилдинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 141 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11529-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517793> (дата обращения: 30.06.2023).

Дополнительная литература:

1. Акулич М.В. Интернет-маркетинг: Учебник для бакалавров / Акулич М.В. - М.: Дашков и К, 2016. - 352 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=541640>

2. Карпова С.В. Рекламное дело: Учебник и практикум для СПО-М.:Юрайт, 2016.-431 с

2. Белоусова С.Н. Маркетинг: учебное пособие. 6-е изд. – Ростов н/Д.: Феникс, 2012. – 314 с.

3. Богацкая С.Г. Правовое регулирование рекламной деятельности: учебное пособие.- М.: Университетская книга, 2007.- 368 с.

4. Варакута С.А. Связи с общественностью: учебное пособие. – М.:ИНФРА-М,2010. – 207 с.

5. Гусаров Ю.В. Менеджмент рекламы: учебное пособие. – М.: Экономика, 2009. – 527 с.

6. Костина А.В. Основы рекламы: учебное пособие. – М.: КноРус, 2010. – 400 с.

7. Костина А.В. Основы рекламы: учебное пособие. – М.: КноРус, 2010. - 400 с.

8. Кошечкина И. П. Метрология, стандартизация, сертификация: Учебное пособие / Кошечкина И. П., Канке А. А. - М.: ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2018. - 416 с. Среднее профессиональное образование). <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=941918>

9. Кислов Д.В. маркетинг и реклама: налогообложение и бухгалтерский учет: практическое пособие. – М.: Омега – Л, 2010. – 235 с.

10. Малышева М.Ф. Правовое регулирование рекламной деятельности: Учебно – практическое пособие. 2-е издание – М.: Дашков и К, 2010. – 160 с.

11. Маркетинг: учебник / Под ред. В.В. Герасименко. – 2-е изд., перераб. И доп. – М.: Инфра – М, 2010 416 с.

12. Мудров А.Н. Основы рекламы: учебник. – М.: Магистр, 2017. – 397 с.

13. Панкратов Ф. Г. Основы рекламы: учебник. – М.: Дашков и К, 2009. – 548 с.

14. Панкратов Ф.Г. Основы рекламы: учебник. – М.: Дашков и К, 2009. – 548 с. 27

15. Подорожная Л.В. Теория и практика рекламы: учебное пособие. – 2-е изд.- М.: Омега – Л, 2012. – 344 с.: ил.

16. Правовое обеспечение профессиональной деятельности : учебное пособие/ ред. А.Я. Капустин. – М.: Юрайт, 2011. – 382 с.

17. Середина К.Н. Справочник по рекламе. – Ростов н/Д.: Феникс, 2010. – 301 с.

18. Хабибуллин А.Г. Мурсалимов К.Р. Правовое обеспечение профессиональной деятельности: учебник. _ М.: Форум: Инфра – М, 2013. – 336 с.: ил.

19. Хапенков В.Н. Организация рекламной деятельности: учебное пособие для НПО. – 4-е изд., стер. – М. Академия 2008. – 240 с.

20. Шарков Реклама в коммуникационном процессе: учебник. – М.: Дашков и К, 2012. – 348 с.

Интернет-ресурсы:

1. [http:// www.garant.ru](http://www.garant.ru) – информационно – правовой портал «Гарант»
2. [http:// www.consultant.ru/](http://www.consultant.ru/) - компания «КонсультантПлюс», тематический классификатор «Гражданское право»
3. [http:// www.exsolver.narod.ru/Books/Management/ad_man/index.shtml/](http://www.exsolver.narod.ru/Books/Management/ad_man/index.shtml/) - Федеральная антимонопольная служба (ФАС России)
4. [http:// www.e-colleje.ru/](http://www.e-colleje.ru/) - проект Московского института экономики, менеджмента и права (МИЭМП), посвященный дистанционному обучению

5. [http:// www.zakonrf/info/zoreklame/19/](http://www.zakonrf/info/zoreklame/19/) - кодексы и законы РФ – правовая навигационная система
6. [http:// www.vsetrening.ru/magazine/grebennikov-advertising-practice/](http://www.vsetrening.ru/magazine/grebennikov-advertising-practice/) - журнал «Реклама. Теория и практика»
7. [http:// www.ir-magazine.ru](http://www.ir-magazine.ru) – Официальный сайт журнала Индустрия рекламы
8. [http:// www.prosmi.ru/magazine/practic](http://www.prosmi.ru/magazine/practic) - Официальный сайт журнала Практики рекламы
9. [http:// www.advi.ru](http://www.advi.ru) - Официальный сайт журнала Рекламные идеи

3.3 Учебно-методическое обеспечение обучения

По учебной практике УП.03 Учебная практика по маркетингу создана учебно-методическая документация:

- Рабочая программа;
- Фонд оценочных средств;
- Методические указания по выполнению видов работ;
- Дидактический материал.

3.4. Общие требования к организации учебной практики

УП.03 Учебная практика по маркетингу проводится концентрированно.

По результатам прохождения учебной практики обучающиеся сдают выполненное практическое задание (в группах).

Форма промежуточной аттестации – дифференцированный зачет.

3.5. Кадровое обеспечение

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство учебной практикой:

- учебная практика УП.03 проводится преподавателем, имеющим высшее образование, соответствующее профилю преподаваемого профессионального модуля. Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным. Преподаватели получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ

Контроль и оценка результатов выполнения работ обучающимися осуществляется преподавателем на занятиях по учебной практике.

Оценка качества освоения рабочей программы учебной практики обучающимся включает текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию.

<i>Код и наименование формируемых компетенций</i>	<i>Практический опыт, умения, знания</i>	<i>Формы контроля и оценки результатов освоения</i>	
		<i>Текущий контроль</i>	<i>Промежуточная аттестация</i>
ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка	<p>иметь практический опыт: ПО₁ – выявления требований целевых групп потребителей; ПО₂ – разработки средств продвижения рекламного продукта; ПО₃ – разработки маркетинговой части бизнес-плана;</p> <p>уметь: У₁ - проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей; У₂ - анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп; У₄ - принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта;</p>	- комплексный контроль в ходе выполнения видов работ	- дифференцированный зачет
ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта	<p>иметь практический опыт: ПО₁ – выявления требований целевых групп потребителей; ПО₂ – разработки средств продвижения рекламного продукта;</p> <p>уметь: У₁ - проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей; У₂ - анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп; У₃ - проводить сегментирование рынка; У₄ - принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта;</p>	- комплексный контроль в ходе выполнения видов работ	- дифференцированный зачет

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся, не только сформированность профессиональных компетенций (ПК), но и общих компетенций (ОК):

Результаты (сформированные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы контроля и оценки результатов освоения	
		Текущий контроль	Промежуточная аттестация
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	<ul style="list-style-type: none"> - систематическая и качественная подготовка к учебным занятиям - участие в олимпиадах, конкурсах, конференциях 	<p><i>комплексный контроль в ходе выполнения видов работ</i></p>	<p><i>- дифференцированный зачет</i></p>
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	<ul style="list-style-type: none"> - вовремя и в срок сдает выполненные задания - отсутствуют пропуски занятий по не уважительной причине - не опаздывает (вовремя приходит на занятия) - аккуратно ведет записи в тетрадях - самостоятельно организует свою деятельность по выданным заданиям - умеет оценить свои возможности для выполнения поставленных целей, задач, заданий - рабочее место всегда аккуратно и соответствует требованиям 		
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	<ul style="list-style-type: none"> - берет на себя ответственность за принятое решение/совершенный поступок - ответственно выполняет разовые/ постоянные поручения в группе - может спрогнозировать результат - умеет оценить свои действия, поступки и проанализировать их 		
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения	<ul style="list-style-type: none"> - умеет передавать информацию другому человеку - способен правильно формулировать свои мысли в устной и письменной формах 		

профессиональных задач, профессионального и личностного развития	- способен оценить уровень своих знаний по дисциплине		
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	<ul style="list-style-type: none"> - осуществляет поиск информации в сети Интернет и различных электронных носителях - извлекает информацию с электронных носителей - использует средства ИТ для обработки и хранения информации - представляет информацию в различных формах с использованием разнообразного программного обеспечения - умеет создавать презентации, оформлять печатные работы 		
ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	<ul style="list-style-type: none"> - устанавливает позитивный стиль общения - выбирает стиль общения в соответствии с ситуацией - признает чужое мнение - при необходимости отстаивает собственное мнение - принимает критику - ведет деловую беседу в соответствии с этическими нормами - соблюдает официальный стиль при оформлении документов - составляет отчеты, задания в соответствии с запросом и предъявляемыми требованиями - оформляет документы в соответствии с нормативными актами - выполняет письменные и устные рекомендации преподавателя - способен к эмпатии - организует коллективное обсуждение рабочей ситуации 		
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий	<ul style="list-style-type: none"> - организует работу по выполнению задания в соответствии с инструкциями - позитивное взаимодействие с обучающимися и преподавателями в ходе обучения 		

	<ul style="list-style-type: none"> - использует нормы поведения и осуществление деятельности, способствующей адаптации в коллективе - использует приемы эффективного общения со сверстниками 		
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	<ul style="list-style-type: none"> - проявляет стремление к приобретению новых знаний - участвует в мероприятиях, способствующих карьерному росту - владеет навыками самоорганизации и применяет их в учебной деятельности 		
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	<ul style="list-style-type: none"> - читает профессиональную литературу - выполняет, готовит выступления, рефераты по профессиональной тематике 		

Критерии и методы оценки степени сформированности знаний, умений отражены в фонде оценочных средств учебной практики УП.03 Учебная практика по маркетингу.

