

Частное образовательное учреждение
профессионального образования
Брянский техникум управления и бизнеса

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
КВАЛИФИЦИРОВАННОЙ
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 09D41FB70039B39F944142467F307B5036
Владелец: Прокопенко Любовь Леонидовна
Действителен: с 14.08.2025 до 14.08.2026

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

ПО МОДУЛЮ

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

По специальности 42.02.01 Реклама

2025 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ.....	3
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСОВЕНИЯ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ.....	5
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ.....	5
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ.....	6
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ.....	8
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	11

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПО МОДУЛЮ ПМ.02 «Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий»

1.1 Область применения программы

Программа производственной практики является частью программы подготовки по специальности 42.02.01 Реклама в части освоения основной профессиональной деятельности: Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий

Коды компетенций по ФГОС	Компетенции
ОК-01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.
ОК-02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК-03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.
ОК-04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.
ОК-05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
ОК-06	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-07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях
ОК-09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках
ВД 2	Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий
ПК 1.1	Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.
ПК 1.2	Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах

1.2 Цели и задачи производственной практики - требования к результатам освоения программы производственной практики

Цель производственной практики: закрепление, расширение, углубление и систематизация знаний, полученных при освоении профессионального модуля,

приобретение необходимых умений практической работы по избранной специальности, овладение навыками профессиональной деятельности на основе изучения деятельности конкретной организации (учреждения).

Задачи производственной практики:

иметь практический опыт:

- Планирования системы маркетинговых коммуникаций
- Разработки стратегии маркетинговых коммуникаций

уметь:

- определять бизнес-цели заказчика, маркетинговые цели заказчика, коммуникационные цели рекламной/коммуникационной кампании;
- определять и формулировать цели рекламной/коммуникационной кампании;
- определять и формулировать задачи рекламной/коммуникационной кампании;
- уметь составлять активационный план коммуникационной стратегии, бюджет и медиаплан рекламной/коммуникационной кампании;
- составлять брифы, необходимые для стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний;
- пользоваться профессиональным глоссарием

знать:

- систему маркетинговых коммуникаций;
- инструменты маркетинговых коммуникаций;
- методику стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний;
- виды стратегий: бизнес-стратегию, маркетинговую стратегию, коммуникационную стратегию, медиа стратегию;
- способы и приемы коммуникации с заказчиком в процессе брифования;
- систему брифов в стратегическом и тактическом планировании рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий;
- логику и структуру плана активации коммуникационной стратегии;
- логику и структуру медиаплана;
- методы и способы поиска рекламной идеи;
- методы и способы бюджетирования, и способы оценки эффективности рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий;
- профессиональный глоссарий.

1.3 Количество часов на освоение программы производственной практики:

Всего – 36 часов (1 неделя)

Промежуточная аттестация в форме комплексного дифференцированного зачета.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Прохождение производственной практики направлено на формирование планируемых результатов обучения студентов. Результатом освоения программы производственной практики является овладение обучающимися видом деятельности **Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий**, в том числе

предполагает освоение следующих компетенций:

ОК-01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.

ОК-02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности

ОК-03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.

ОК-04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.

ОК-05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста

ОК-06. 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-07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.

ОК-09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

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 форматах.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Коды формируемых компетенций	Наименование профессионального модуля	Объем времени, отведенный на практику (в неделях, часах)
ОК.01- 07, ОК.09 ПК 2.1 - 2.2	ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	1 неделя 36 часов

3.1 Содержание программы производственной практики по профессиональному модулю (ПМ.02)

Вид деятельности	Виды работ	Кол-во часов
ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	<ul style="list-style-type: none"> - Анализ стратегического и тактического планирования в рекламных кампаниях. - Изучение роли рекламы и коммуникации в современных маркетинговых стратегиях. - Аудит и анализ конкурентного рынка и целевой аудитории. - Разработка и оценка рекламных и коммуникационных стратегий для конкретного продукта или услуги. - Изучение и анализ различных медиа и немедийных каналов коммуникации. - Техники и методы бюджетирования рекламных и коммуникационных кампаний. - Оценка и анализ эффективности различных рекламных кампаний и стратегий. - Практическое применение рекламных и коммуникационных стратегий в реальных проектах. - Разработка и осуществление маркетинговой стратегии как инструмента бизнес-стратегии. - Разработка коммуникационной, медиа стратегии. - Планирование и оценка маркетинга, рекламы и медиаплана. - Анализ эффективности и форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования. 	30
	Оформление и подготовка отчета	6
Форма промежуточной аттестации - дифференцированный зачет		
Итого		36

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

4.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Производственная практика по модулю ПМ.02 проводится на предприятиях, в учреждениях, организациях различных организационно-правовых форм на основе заключенных договоров между техникумом и предприятиями.

Рабочие места проведения производственной практики по модулю ПМ.02 должны быть оборудованы материально-техническим оснащением и программным обеспечением общего и профессионального назначения, соответствующим специальности.

Оборудование предприятий и технологическое оснащение рабочих мест производственной практики должно соответствовать содержанию профессиональной деятельности и дать возможность обучающемуся овладеть профессиональными компетенциями по всем видам деятельности, предусмотренными программой, с использованием современных технологий, материалов и оборудования.

4.2. Информационное обеспечение реализации программы

4.2.1. Основные источники:

1. *Пашкус, Н. А.* Маркетинг. Стратегический маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. А. Пашкус, В. Ю. Пашкус, М. В. Пашкус. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 244 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21425-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/571351>
2. *Синяева, И. М.* Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 453 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19116-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561024>
3. *Фролов, Ю. В.* Планирование и организация производства: стратегия и бизнес-процессы : учебное пособие для среднего профессионального образования / Ю. В. Фролов, Р. В. Серышев. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 151 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-20124-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/581200>

Дополнительные источники

1. Федеральный закон «О рекламе» №38 ФЗ - М.: ИНФРА-М, 2006.
2. *Карпова, С. В.* Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 344 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19807-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561056>
3. *Мазилкина, Е. И.* Маркетинг : учебник для СПО / Е. И. Мазилкина. — 2-е изд. — Саратов : Профобразование, 2024. — 232 с. — ISBN 978-5-4488-1922-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/138133.html>
4. *Малькевич, А. А.* Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учебник для вузов / А. А. Малькевич. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 127 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17564-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/563888>
5. *Старикова, М. С.* Маркетинговые исследования и анализ конкурентной среды : учебное пособие / М. С. Старикова, Т. Н. Пономарева, М. В. Дадалова. — Белгород : Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, ЭБС АСВ, 2024. — 140 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/156295.html>
6. *Старикова, М. С.* Маркетинговый анализ и стратегическое планирование потребительского поведения : учебное пособие / М. С. Старикова, Т. Н. Пономарева. — Белгород : Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, ЭБС АСВ, 2023. — 244 с. — ISBN 978-5-361-01304-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/145259.html>

3. Интернет-ресурсы

1. Образовательная платформа «ЮРАЙТ» - <https://urait.ru/>
2. Цифровой образовательный ресурс «IPR Smart» - <https://www.iprbookshop.ru/>

3. Информационно-правовой портал «ГАРАНТ» - <http://www.garant.ru/>
4. Сайт о рекламе и маркетинге Advertology.ru;
5. Сайт о рекламном рынке Adindex.ru

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	- Проведены стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	Экспертное наблюдение в процессе производственной практики
ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах.	- Предъявлены результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах.	Экспертное наблюдение в процессе производственной практики
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	<ul style="list-style-type: none"> - распознана задача и/или проблема в профессиональном и/или социальном контексте; - проанализирована задача и/или проблема и выделены её составные части; - определены этапы решения задачи; - составлен план действия; - определены необходимые ресурсы 	Экспертное наблюдение в процессе производственной практики
ОК-02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	<ul style="list-style-type: none"> - определены задачи для поиска информации; - определены необходимые источники информации; - выполнено планирование процесса поиска; - структурирована получаемая информация 	Экспертное наблюдение в процессе производственной практики
ОК-03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных	<ul style="list-style-type: none"> - определена актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; - применена современная научная профессиональная терминология; - определены и выстроены траектории профессионального развития и самообразования 	Экспертное наблюдение в процессе производственной практики

ситуациях.		
ОК-04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.	<ul style="list-style-type: none"> - организована работа коллектива и команды; - взаимодействие с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности 	Экспертное наблюдение в процессе производственной практики
ОК-05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	<ul style="list-style-type: none"> - грамотное изложение своих мыслей и оформление документов по профессиональной тематике на государственном языке, проявление толерантности в рабочем коллективе 	Экспертное наблюдение в процессе производственной практики
ОК-06. 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	<ul style="list-style-type: none"> - описана значимость своей специальности; - применены стандарты антикоррупционного поведения 	Экспертное наблюдение в процессе производственной практики
ОК-07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	<ul style="list-style-type: none"> - соблюдены нормы экологической безопасности; - определены направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по специальности осуществлять работу с соблюдением принципов бережливого производства 	Экспертное наблюдение в процессе производственной практики
ОК-09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	<ul style="list-style-type: none"> - понимание общего смысла четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимание текстов на базовые профессиональные темы; - участие в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы 	Экспертное наблюдение в процессе производственной практики

Образец титульного листа



**ЧАСТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«БРЯНСКИЙ ТЕХНИКУМ УПРАВЛЕНИЯ И БИЗНЕСА»**

«Утверждаю»

ФИО руководителя, подпись

М.П.

Специальность 42.02.01 Реклама

**Отчет
о прохождении производственной практики по модулю ПМ.02**

студента(ки) _____ курса, группы _____

ФИО (полностью)

Наименование организации прохождения практики

Сроки прохождения практики: с _____ по _____

Выполнил(а)

студент(ка) _____ курса _____ группы

фамилия, имя, отчество

подпись

Руководитель практики

фамилия, имя, отчество

подпись

Брянск 20__ г.

Приложение 2



**ЧАСТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«БРЯНСКИЙ ТЕХНИКУМ УПРАВЛЕНИЯ И БИЗНЕСА»**

42.02.01 Реклама
(код и наименование специальности)

«УТВЕРЖДАЮ»
Руководитель практики
от БТУБ

(подпись) (ФИО)

« ____ » _____ 20__ г.

М.П.

**ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ
на производственную практику по модулю ПМ.02**

Обучающийся:

(Ф.И.О.)

курс ____ учебная группа _____

Место прохождения практики: _____

Срок прохождения практики: с « ____ » _____ 20__ г. по « ____ » _____ 20__ г.

Цели прохождения практики:

1. закрепление, расширение и систематизация знаний, полученных при изучении ПМ 02 «Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий»

Задачи практики:

иметь практический опыт:

- планирования системы маркетинговых коммуникаций
- разработки стратегии маркетинговых коммуникаций

уметь:

- определять бизнес-цели заказчика, маркетинговые цели заказчика, коммуникационные цели рекламной/коммуникационной кампании;
- определять и формулировать цели рекламной/коммуникационной кампании;

- определять и формулировать задачи рекламной/коммуникационной кампании;
- уметь составлять активационный план коммуникационной стратегии, бюджет и медиаплан рекламной/коммуникационной кампании;
- составлять брифы, необходимые для стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний;
- пользоваться профессиональным глоссарием

знать:

- систему маркетинговых коммуникаций;
- инструменты маркетинговых коммуникаций;
 - методику стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний;
 - виды стратегий: бизнес-стратегию, маркетинговую стратегию, коммуникационную стратегию, медиа стратегию;
 - способы и приемы коммуникации с заказчиком в процессе брифования;
 - систему брифов в стратегическом и тактическом планировании рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий;
 - логику и структуру плана активации коммуникационной стратегии;
 - логику и структуру медиаплана;
 - методы и способы поиска рекламной идеи;
 - методы и способы бюджетирования, и способы оценки эффективности рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий;
 - профессиональный глоссарий.

Вопросы, подлежащие изучению:

Виды работ

1. Анализ стратегического и тактического планирования в рекламных кампаниях.
2. Изучение роли рекламы и коммуникации в современных маркетинговых стратегиях.
3. Аудит и анализ конкурентного рынка и целевой аудитории.
4. Разработка и оценка рекламных и коммуникационных стратегий для конкретного продукта или услуги.
5. Изучение и анализ различных медиа и немедийных каналов коммуникации.
6. Техники и методы бюджетирования рекламных и коммуникационных кампаний.
7. Оценка и анализ эффективности различных рекламных кампаний и стратегий.
8. Практическое применение рекламных и коммуникационных стратегий в реальных проектах.
9. Разработка и осуществление маркетинговой стратегии как инструмента бизнес-стратегии.
10. Разработка коммуникационной, медиа стратегии.
11. Планирование и оценка маркетинга, рекламы и медиаплана.
12. Анализ эффективности и форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования.

Планируемые результаты практики:

Коды компетенций по ФГОС	Компетенции
--------------------------	-------------

ОК-01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.
ОК-02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК-03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.
ОК-04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.
ОК-05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
ОК-06	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-07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях
ОК-09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках
ПК 1.1	ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.
ПК 1.2	ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах.

Задание принято к исполнению _____ / _____ «__» _____ 20__ г.
(подпись обучающегося/ ФИО)

ЧОУ ПО «Брянский техникум управления и бизнеса»

**РАБОЧИЙ ГРАФИК (ПЛАН)
проведения производственной практики по модулю ПМ.02**

Обучающегося ____ курса _____ формы обучения, группы _____
специальности 42.02.01 Реклама _____
(Ф.И.О.) _____

Место прохождения практики _____
(полное наименование организации)

Срок прохождения практики с « ____ » _____ 20 ____ г. по « ____ » _____ 20 ____ г.

№ п/п	Наименование этапа проведения практики*	Вид работ	Срок прохождения этапа практики** (дней)	ПРО (компетенция)	Отметка о выполнении руководителей практики
1	Подготовительный (организационный) этап	1. Организационное собрание для разьяснения целей, задач, содержания и порядка прохождения практики. 2. Инструктаж по технике безопасности. 3. Выдача индивидуального задания.	1	ОК.01- 07, ОК.09 ПК 2.1 -2.2	
2	Основной этап	1. Ознакомление с конкретными видами деятельности в соответствии с положениями структурных подразделений и должностными инструкциями. 2. Сбор информации и материалов практики. 3. Выполнение программы практики индивидуальных заданий на практике. 4. Обработка, систематизация и анализ фактического и теоретического материала	4	ОК.01- 07, ОК.09 ПК 2.1 -2.2	
3	Заключительный этап	Составление отчета по практике. Защита отчета по практике с представлением требуемых материалов	1	ОК.01- 07, ОК.09 ПК 2.1 -2.2	

* Этапы проведения практики и виды работ по ним могут меняться в зависимости от специальности.

** 1 день практики составляет 6 академических часов

Руководитель практики от техникума _____
(Ф.И.О., должность, подпись)
М.П.

С рабочим графиком (планом) ознакомлен:
Обучающийся _____
(Ф.И.О., подпись)

Приложение 4

**ДНЕВНИК
производственной практики по модулю ПМ.02**

Студента(ки) __ курса специальности 42.02.01 Реклама

(фамилия, имя, отчество)

Место прохождения практики _____
(полное наименование организации)

Сроки практики: с _____ по _____

Руководитель практики от техникума: _____
(должность, фамилия, инициалы)

Количество дней работы	Содержание проведенной работы	Отметка руководителя о выполнении
1	Вводный инструктаж по ознакомлению с требованиями охраны труда, технике безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка. Определение рабочего места (обеспечение безопасных условий прохождения практики, отвечающих санитарным правилам и требованиям охраны труда). Составление совместного рабочего графика (плана) проведения практики. Разработка индивидуального задания.	
	...	
	...	
	...	
	...	
	...	
	...	

Подпись практиканта _____

Руководитель практики от техникума _____
подпись _____ Ф.И.О. _____

ХАРАКТЕРИСТИКА
работы студента руководителем практики от техникума

Характеристика студента - практиканта должна содержать следующие сведения.

1. Фамилия, имя, отчество студента - практиканта.
2. В какой организации, какой срок и под чьим руководством студент проходил практику.
3. Как относится студент к работе (интерес к работе, инициатива, честность, исполнительность, аккуратность, дисциплинированность, профессиональная грамотность).
4. Качество выполненной студентом работы, степень самостоятельности, уровень овладения практическими навыками по специальности.
5. Насколько полно выполнена программа практики и какие компетенции были освоены студентом в ходе прохождения практики (приводится полный перечень компетенций в соответствии с программой практики и дается оценка их освоения).

Например:

ОК 01 - Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам - _____

(уровень освоения)

ПК 2.1 – Разрабатывать техническое задание согласно требованиям заказчика

(уровень освоения)

И т.д.

Оценка _____

(прописью)

Руководитель

Подпись _____

« _____ » _____ 20 ____ г.

М.П.

Приложение 6

**ХАРАКТЕРИСТИКА
работы студента руководителем практики от предприятия**

Характеристика студента - практиканта должна содержать следующие сведения.

1. Фамилия, имя, отчество студента - практиканта.
2. В какой организации, какой срок и под чьим руководством студент проходил практику.

3. Как относится студент к работе (интерес к работе, инициатива, честность, исполнительность, аккуратность, дисциплинированность, профессиональная грамотность).

4. Качество выполненной студентом работы, степень самостоятельности, уровень овладения практическими навыками по специальности.

5. Насколько полно выполнена программа практики и какие компетенции были освоены студентом в ходе прохождения практики (приводится полный перечень компетенций в соответствии с программой практики и дается оценка их освоения).

Например:

ОК 1 - Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам - _____
(уровень освоения)

ПК 2.1 – Проектировать, разрабатывать и отлаживать программный код модулей управляющих программ _____
(уровень освоения)

И т.д.

Оценка _____
(прописью)

Руководитель

_____ Подпись _____

«_____» _____ 20 ____ г.

М.П.