МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования «Саратовский государственный
технический университет имени Гагарина Ю.А.»

Профессионально-педагогический колледж

УТВЕРЖДАЮ
Директор
Профессионально-педагогического
колледжа СГТУ имени Гагарина Ю.А.
_____ Т.И. Кузнецова
«_14_» _апреля_ 2025 г

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**
**УП.03.01 УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ**
**ПМ.03 ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**
**ПРОДВИЖЕНИЕ ТОРГОВЫХ МАРОК, БРЕНДОВ И ОРГАНИЗАЦИЙ**
**В СРЕДЕ ИНТЕРНЕТ СРЕДСТВАМИ ЦИФРОВЫХ**
**КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**
специальность
**42.02.01 РЕКЛАМА**

Рабочая программа рассмотрена
на заседании цикловой методической комиссии
Профессионально-педагогических специальностей
протокол № _9_ от «_03_» _апреля_ 2025 г.
Председатель ЦМК _____ Г.Н. Тарасова

Саратов 2025

Рабочая программа Учебной практики ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) 42.02.01 Реклама, утверждённого приказом Министерства образования и науки РФ от 23.07.2023 г., № 552.

Разработчики: Зимин А.А., Завадько О.А.- преподаватели ППК СГТУ имени Гагарина Ю.А.

# СОДЕРЖАНИЕ

**1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ** **4**

**2. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ** **6**

**3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ** **8**

**4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ** **10**

# 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий.

## 1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа Учебной практики ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий является частью программы подготовки специалистов среднего звена (далее - ППССЗ) в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама в части освоения основного вида деятельности: Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий.

Учебная практика проводится при освоении обучающимися профессиональных компетенций в рамках профессионального модуля ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий.

## 1.2. Место практики в структуре ППССЗ.

Учебная практика входит в Профессиональный цикл.

## 1.3. Цели и требования к результатам освоения практики

Учебная практика направлена на формирование у обучающихся профессиональных компетенций и общих компетенций в рамках профессионального модуля, реализуется в форме практической подготовки, организуется путем непосредственного выполнения обучающимися определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

1.3.1. Перечень общих компетенций

| Код | Наименование общих 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 правовой и 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 российских духовно-нравственных 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 иностранных языках. |

1.3.2. Перечень профессиональных компетенций

| Код | Наименование профессиональных компетенций |
|---|---|
| ПК 3.1 | Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет |
| ПК 3.2 | Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет |
| ПК 3.3 | Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях |

1.3.3. В результате освоения программы практики обучающийся должен:

| | |
|---|---|
| Иметь практический опыт | – Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий;<br>– Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности. |
| уметь | – Находить компромиссное решение при разработке рекламных и коммуникационных кампаний и акций, в том числе, организации BTL-акций;<br>– Разрабатывать план и бюджет рекламной кампании, формировать медиаплан;<br>– Способность налаживать конструктивный контакт с заказчиком. |

## 1.4. Количество часов на освоение программы практики:

Всего: 36 часов.

# 2. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

## 2.1. Тематический план практики

| Код (ПК, ОК) | Код и наименование профессионального модуля | Количество часов практики | Наименования разделов практики | Количество часов по разделам, МДК |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| ПК 3.1-3.3 ОК 01-07 ОК 09 | ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий. | 36 | Инструктаж | **6** |
| | | | МДК 03.01. Стратегии продвижения бренда в сети Интернет<br>МДК 03.02. Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях | **18** |
| | | | Обобщение материалов, оформление дневника и отчета по практике. | **6** |
| | | | Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета | **6** |

## 2.2. Содержание практики

| Наименование разделов, тем практики | Виды работ | Объем часов | Уровень освоения | Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| **Инструктаж** | 1. Согласовать порядок выполнения заданий с руководителем практики от колледжа.<br>2. Пройти инструктаж по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности. | 6 | 1 | ОК 01-04 |
| **Тема 1** Стратегии продвижения бренда в сети Интернет | 1. Разработать стратегию продвижения бренда в сети Интернет | 6 | 2 | ОК 01- 07<br>ОК 09<br>ПК 3.1 |
| **Тема 2** Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях | 2. Разработать рекламные кампании бренда в сети Интернет<br>3. Провести рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях | 12 | 2 | ОК 01- 07<br>ОК 09<br>ПК 3.2 |
| **Обобщение материалов, оформление дневника и отчета по практике.** | | 6 | 3 | ОК 01- 07<br>ОК 09<br>ПК 3.1-3.3 |
| **Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета** | | 6 | 3 | |
| **ИТОГО:** | | ***36*** | | |

## 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

### 3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению практики

Реализация программы практики требует наличия лаборатории Информационных и коммуникационных технологий.

**Лаборатория Информационных и коммуникационных технологий**

***Оборудование:***

- рабочее место преподавателя;
- специализированная мебель (столы, стулья по количеству обучающихся);
- доска ученическая.

***Технические средства обучения:***

- компьютер (ноутбук);
- мультимедийный проектор, экран.

Учебно-наглядные пособия: плакаты, учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации по рабочей программе практики, в том числе, видео-аудио материалы, компьютерные презентации.

Компьютер имеет доступ к электронно-библиотечным системам, выход в глобальную сеть Интернет, оснащен лицензионным программным обеспечением.

### 3.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение реализации практики

**Основные учебные издания**

1. Нархов, Д. Ю. Реклама. Управленческий аспект: учебное пособие для СПО / Д. Ю. Нархов, Е. Н. Нархова ; под редакцией Н. Б. Серовой. — 3-е изд. — Саратов, Екатеринбург : Профобразование, Уральский федеральный университет, 2024. — 262 с. — ISBN 978-5-4488-0476-2, 978-5-7996-2838-3. — Текст: электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование: [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/139608

2. 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 // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование: [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/138133

3. Константинов, В. И. Маркетинг: учебное пособие / В. И. Константинов. — Москва, Вологда: Инфра-Инженерия, 2023. — 236 с. — ISBN 978-5-9729-1146-2. — Текст: электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/132790

4. Евдокимов, О. Г. Основы маркетинга : учебно-методическое пособие / О. Г. Евдокимов. — Москва: Российский университет транспорта (МИИТ), 2020. — 101 с. — Текст: электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/115864

**Дополнительные учебные издания**

5. Баженов, Ю. К. Основы рекламы: учебное пособие для вузов / Ю. К. Баженов, Л. П. Дашков. — Москва: Дашков и К, 2024. — 102 с. — ISBN 978-5-394-05842-4. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/142919.html

6. Филипович, Е. И. Психология рекламы : учебное пособие (курс лекций) / Е. И. Филипович. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2023. — 98 с. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/135735.html

**Интернет ресурсы:**

7. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 08.03.2015) «О рекламе» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.10.2015). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=178004

8. Закон РФ от 07.02.1992 n 2300-1 (ред. от 13.07.2015) «О защите прав потребителей».). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=182775

9. Федеральный закон от 24.11.2014 N 364-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон "Об информации, информационных технологиях и о защите информации" и Гражданский процессуальный кодекс Российской Федерации». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_171228/

## 3.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Образовательная деятельность при освоении профессионального модуля организуется в форме практической подготовки путем проведении практики, предусматривающей непосредственное выполнение обучающимися определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Учебная практика проводится при освоении обучающимися профессиональных компетенций в рамках профессионального модуля ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта и реализуется концентрированно, в рамках профессионального модуля. Учебная практика реализуется в учебных помещениях колледжа и структурных подразделений Университета.

Учебная практика УП 03.01 реализуется в 5 семестре на 3 курсе (в соответствии с учебным планом) после изучения МДК 03.01. Стратегии продвижения бренда в сети Интернет, МДК 03.02. Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

## 3.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Реализация практики должна обеспечиваться педагогическими кадрами, имеющими высшее образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины (модуля). Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным для преподавателей, отвечающих за освоение обучающимся профессионального учебного цикла. 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 ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

## 4.1. Критерии оценки, формы и методы контроля и оценки результатов обучения

| **Код, наименование профессиональных компетенций** | **Критерии оценки** | **Формы и методы контроля и оценки результатов обучения** |
|---|---|---|
| ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет | - сформированость понимания логики и этапов подготовки рекламной кампании в интернете;<br>- способность осуществлять планирование и реализацию рекламных проектов в цифровой среде. | **Текущий контроль:** собеседование по результатам выполненной работы, наблюдение за процессом выполнения заданий.<br>выполнение письменной работы «Отчет по практике»<br>**Промежуточная аттестация**: отчет по практике. |
| ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет | - способность логично, последовательно и аргументированно высказывать свои предложения по планированию кампании и рассчитывать эффективность от ее проведения.<br>- владение навыками проектирования коммуникационных кампаний в интернете. | |
| ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях | - владение методами и технологиями проведения рекламных интернет-кампаний;<br>- владение современными методами оценки интернет-продвижения;<br>- методами оптимизации интернет-ресурсов с целью привлечения большего числа интернет-клиентов. | |

| **Код, наименование общих компетенций** | **Критерии оценки** | **Формы и методы контроля и оценки результатов обучения** |
|---|---|---|
| ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам | - выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач в области маркетингового обеспечения реализации рекламного продукта;<br>- оценка эффективности и качества выполняемых задач. | Текущий контроль успеваемости:<br>- опрос устный;<br>- выполнение заданий по практике.<br>Промежуточная аттестация:<br>в форме дифференцированного зачета.<br>Метод проведения промежуточной аттестации:<br>защита отчета по практике. |
| ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационных технологии для выполнения задач профессиональной деятельности | - решение стандартных и нестандартных профессиональных задач в области маркетингового обеспечения реализации рекламного продукта. | |
| ОК 03. Планировать и | - способность самостоятельно выполнять | |

| | | |
|---|---|---|
| реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях | работу по личностному развитию в профессиональной сфере;<br>- выполняет творческие проекты и участвует в профессиональных конкурсах. | |
| ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде | - способность продуктивно и позитивно взаимодействовать при решении поставленных задач при групповой работе. | |
| ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста | - способность осуществлять устную и письменную коммуникацию, разрабатывать нейминг и рекламные тексты с учетом особенностей ЦА. | |
| ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учётом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения | - проявляет гражданскую позицию, демонстрирует осознанное поведение при решении профессиональных задач;<br>- применяет антикоррупционное поведение при выстраивании коммуникаций и выполнении профессиональных задач. | |
| ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях | - демонстрация приемов поведения и отношения, направленные на сохранение окружающей среды;<br>- демонстрация наличия знаний о проблемах окружающей среды и факторах, влияющих на окружающую среду;<br>- демонстрация бережного отношение к инструментам и материалам. | |
| ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языка. | - способность использовать профессиональную документацию для выполнения рекламных заданий. | |

## 4.2. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике

**Показатели и критерии оценивания компетенций**

Показатели и критерии оценивания компетенций, описание шкал оценивания содержатся в приложении 1.

**Приложение 1**

**Контрольно-оценочные средства**
**для проведения промежуточной аттестации по практике**

ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий.

**1.1. Форма промежуточной аттестации:** дифференцированный зачет (5 семестр).

**1.2. Система оценивания результатов выполнения заданий**

Оценивание результатов выполнения заданий текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся осуществляется на основе следующих принципов:

достоверности оценки – оценивается уровень сформированности знаний, умений, практического опыта, общих и профессиональных компетенций, продемонстрированных обучающимися в ходе выполнения задания;

адекватности оценки – оценка выполнения заданий должна проводиться в отношении тех компетенций, которые необходимы для эффективного выполнения задания;

надежности оценки – система оценивания выполнения заданий должна обладать высокой степенью устойчивости при неоднократных оценках уровня сформированности знаний, умений, практического опыта, общих и профессиональных компетенций обучающихся;

комплексности оценки – система оценивания выполнения заданий должна позволять интегративно оценивать общие и профессиональные компетенции обучающихся;

объективности оценки – оценка выполнения конкурсных заданий должна быть независимой от особенностей профессиональной ориентации или предпочтений преподавателей, осуществляющих контроль или аттестацию.

При выполнении процедур оценки заданий используются следующие основные методы:

метод экспертной оценки (привлечение к контролю и оценке специалистов предприятий и организаций);

метод расчета первичных баллов;

метод расчета сводных баллов.

Структура оценки результатов прохождения практики (отчет по практике):

- оценка отчета обучающегося о выполненной работе, содержащегося в документе «Отчет по практике»(оценивается результат выполнения заданий практики отдельно по каждой теме, определяется средний балл);
- оценка по защите практики;
- средний балл по итогам аттестации.

Используется пяти бальная шкала для оценивания результатов обучения:

Перевод пяти бальной шкалы учета результатов в пяти бальную оценочную шкалу:

| **Оценка** | **Количество баллов, набранных за выполнение теоретического и практического задания, средний балл по итогам аттестации** |
|---|---|
| Оценка 5 «отлично» | 4,6-5 |
| Оценка 4 «хорошо» | 3,6-4,5 |
| Оценка 3 «удовлетворительно» | 3-3,5 |
| Оценка 2 «неудовлетворительно» | ≤ 2,9 |

## 1.3. Контрольно-оценочные средства
## Задание учебной практики

| Наименование разделов, тем | Содержание задания | Кол-во часов | ПК, ОК |
|---|---|---|---|
| **Подготовительный этап учебной практики** | Согласование порядка выполнения заданий с руководителем практики.<br>Прохождение инструктажа по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка колледжа.<br>*Представить характеристику объекта практики в отчете по практике. Использовать при составлении характеристики таблицу Приложение Д.* | **6** | ОК 01<br>ОК 04 |
| **Тема 1.** Стратегии продвижения бренда в сети Интернет | **Вид работ: Разработать стратегию продвижения бренда в сети Интернет** | 6 | ОК 01- ОК 07<br>ОК 09<br>ПК 3.1 |
| **Тема 2.** Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях | **Вид работ: Разработать рекламные кампании бренда в сети Интернет**<br><br>**Вид работ: Провести рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях** | 6<br><br>6 | ОК 01- ОК 07<br>ОК 09<br>ПК 3.2 |
| Обобщение материалов и оформление дневника и отчета по практике | Обобщить материала, полученного при прохождении практики. | 6 | ОК 01- ОК 07<br>ОК 09<br>ПК 3.1-3.3 |
| Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета | | 6 | ОК 01- ОК 07<br>ОК 09<br>ПК 3.1-3.3 |
| **ИТОГО** | | 36 | |

### 1.3.1 Критерии оценки отчета обучающегося о выполненной работе, содержащегося в документе «Отчет по практике»

| | Критерии оценки | Оценка |
|---|---|---|
| 1 | Задания практики выполнены студентом в полном объеме. Отчет о выполнении заданий практики содержит верное описание самостоятельно *(либо под руководством руководителя практики)* выполненных обучающимся действий в соответствии с заданиями практики. Содержит верно выполненный анализ действий (работ), данных, верные и обоснованные выводы, верно оформленные документы. | 5 "отлично" |
| 2 | Задания практики выполнены студентом в полном объеме. Отчет о выполнении заданий практики содержит верное описание самостоятельно *(либо под руководством руководителя практики)* выполненных обучающимся действий в соответствии с заданиями практики, но допущены несущественные ошибки. Анализ действий (работ), данных выполнен в полном объеме, выводы верные, при оформлении документов допущены несущественные ошибки. | 4 "хорошо" |
| 3 | Задания практики выполнены студентом в полном объеме. Отчет о выполнении заданий практики содержит верное описание самостоятельно *(либо под руководством руководителя практики)*выполненных обучающимся действий в соответствии с заданиями практики, но допущены неточности и грубые ошибки, не влекущие за собой неверный результат выполненной работы в целом. Отчет содержит результаты поверхностного анализа действий (работ), данных. Отдельные выводы нельзя считать верными, целесообразными и обоснованными. При оформлении документов допущены несущественные ошибки. | 3 "удовлетворительно" |
| 4 | Задания практики выполнены студентом не в полном объеме. Отчет о выполнении заданий практики содержит множественные грубые ошибки в описании самостоятельно выполненных обучающимся действий. Анализ действий (работ), данных выполнен с грубыми нарушениями, либо не выполнен. Выводы, в большей части, нельзя считать верными. Документы оформлены неверно. | 2 "неудовлетворительно" |

В случае, если результат выполнения заданий практики по одной из тем, содержащейся в документе «Задание на практику» будет оценен на 2 балла

"неудовлетворительно", практика не может быть оценена положительно, т.к. обучающийся не освоил в полном объеме планируемые программой практики и Заданием на практику результаты освоения практики.

### 1.3.2. Критерии оценки защиты практики

| | Критерии оценки | Оценка |
|---|---|---|
| 1 | При защите практики: студент верно комментирует работы, выполненные им на практике, оперирует в полном объеме фактами и владеет информацией, содержащимися в «Отчете по практике»; приводит соответствующие аргументы для доказательства правоты собственных действий (работ), выводов. Во время доклада использует наглядные пособия (таблицы, схемы, графики и т. п.) или раздаточный материал.<br>Студент правильно, полно и уверенно отвечает на поставленные вопросы. | 5 "отлично" |
| 2 | При защите практики: студент верно комментирует работы, выполненные им на практике, оперирует в достаточном объеме фактами и владеет информацией, содержащимися в «Отчете по практике»; приводит соответствующие аргументы для доказательства правоты собственных действий и выводов. Во время доклада использует наглядные пособия (таблицы, схемы, графики и т. п.) или раздаточный материал.<br>Студент правильно,с небольшими затруднениями отвечает на поставленные вопросы.<br>Рекомендуемая оценка, содержащаяся в характеристике организации на обучающегося - "отлично", либо "хорошо". | 4 "хорошо" |
| 3 | При защите практики: студент отчасти верно комментирует работы, выполненные им на практике, демонстрирует затруднение оперируя фактами и информацией, содержащейся в «Отчете по практике"; приводит не всегда верные аргументы для доказательства правоты собственных действий. Во время доклада использует наглядные пособия (таблицы, схемы, графики и т. п.) или раздаточный материал.<br>Студент не дает полных, аргументированных ответов на заданные вопросы, но большинство ответов можно считать верными.<br>Рекомендуемая оценка, содержащаяся в характеристике организации на обучающегося - "удовлетворительно". | 3 "удовлетворительно" |

| | | |
|---|---|---|
| 4 | При защите практики: студент затрудняется пояснить действия, которые он выполнял на практике в соответствии с заданиями, привести аргументы, доказывающие правоту собственных действий, объяснить выводы.<br>На защите отсутствуют наглядные пособия или раздаточный материал.<br>Рекомендуемая оценка, содержащаяся в характеристике организации на обучающегося - "удовлетворительно", либо "неудовлетворительно". | 2 "неудовлетворительно" |

Перевод десятичной дроби, полученной в результате определения среднего балла по итогам аттестации, в пяти бальную оценочную шкалу:

| **Оценка** | **Количество баллов, набранных за выполнение задания учебной практики, средний балл по итогам аттестации** |
|---|---|
| Оценка 5 «отлично» | **4,6-5** |
| Оценка 4 «хорошо» | **3,6-4,5** |
| Оценка 3 «удовлетворительно» | **3-3,5** |
| Оценка 2 «неудовлетворительно» | **≤ 2,9** |

### 1.4. Материально-техническое обеспечение для проведения промежуточной аттестации

Аттестация проводится в лаборатории Информационных и коммуникационных технологий.

### 1.5. Учебно-методическое и информационное обеспечение для проведения промежуточной аттестации

**Основные учебные издания**

1. Нархов, Д. Ю. Реклама. Управленческий аспект: учебное пособие для СПО / Д. Ю. Нархов, Е. Н. Нархова; под редакцией Н. Б. Серовой. — 3-е изд. — Саратов, Екатеринбург: Профобразование, Уральский федеральный университет, 2024. — 262 с. — ISBN 978-5-4488-0476-2, 978-5-7996-2838-3. — Текст: электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование: [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/139608

2. 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 // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/138133

3. Константинов, В. И. Маркетинг: учебное пособие / В. И. Константинов. — Москва, Вологда: Инфра-Инженерия, 2023. — 236 с. — ISBN 978-5-9729-1146-2. — Текст: электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование: [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/132790

4. Евдокимов, О. Г. Основы маркетинга: учебно-методическое пособие / О. Г. Евдокимов. — Москва: Российский университет транспорта (МИИТ), 2020. — 101 с. — Текст: электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование: [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/115864

**Дополнительные учебные издания**

5. Баженов, Ю. К. Основы рекламы: учебное пособие для вузов / Ю. К. Баженов, Л. П. Дашков. — Москва: Дашков и К, 2024. — 102 с. — ISBN 978-5-394-05842-4. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/142919.html

6. Филипович, Е. И. Психология рекламы : учебное пособие (курс лекций) / Е. И. Филипович. — Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2023. — 98 с. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/135735.html

**Интернет ресурсы:**

7. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 08.03.2015) «О рекламе» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.10.2015). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=178004

8. Закон РФ от 07.02.1992 n 2300-1 (ред. от 13.07.2015) «О защите прав потребителей».). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=182775

9. Федеральный закон от 24.11.2014 N 364-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» и Гражданский процессуальный кодекс Российской Федерации». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_171228/