

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Выборная Лидия Александровна
Должность: Ректор
Дата подписания: 09.05.2024 14:12:36
Уникальный программный ключ:
c3b3b9c625f6c113afa2a2c42baff9e05a38b76e

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Поволжский государственный университет сервиса» (ФГБОУ ВО «ПВГУС»)

Кафедра «Социальные технологии и гуманитарные науки»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

Б.2.В.02 (Пд). ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА: ПРЕДДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА

основной профессиональной образовательной программы высшего образования -
программы бакалавриата

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Направленность (профиль) программы бакалавриата:

«Реклама и связи с общественностью»

Квалификация выпускника: **бакалавр**

Рабочая программа практики (РПП) разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. N 512 (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 29 июня 2017 г. N 47220).

Разработчики РПП:

к.с.н., доцент
(ученая степень, ученое звание)


(подпись)

О.В.Кораблева
(ФИО)

СОГЛАСОВАНО:

Директор научной библиотеки


(подпись)

В.Н.Еремина

Начальник управления по информатизации


(подпись)

В.В.Обухов

СОГЛАСОВАНО:

ООО «АГЕНТСТВО МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ»

наименование организации (предприятия)

МП

директор

занимаемая должность


подпись

А.А. Викарчук

ФИО

РПП утверждена на заседании кафедры «Социальные технологии и гуманитарные науки» «20» мая 2020 г., протокол № 9

Заведующий кафедрой,

д.с.н., доцент

(уч.степень, уч.звание)


(подпись)

С.В. Явон

(ФИО)

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель Управления образовательных программ


подпись

Н.А. Крюкова

Рабочая программа практики утверждена в составе основной профессиональной образовательной программы решением Ученого совета Протокол № 6 от 20.05.2020 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ	4
2. ВИД, ТИП, ФОРМА ПРОВЕДЕНИЯ, ОБЪЕМ И ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ ПРАКТИКИ	5
3. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	6
4. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	7
5. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ.....	10
5.1. Содержание производственной практики: преддипломная практика	10
6. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРОХОЖДЕНИЮ ПРАКТИКИ	12
6.1. Формы отчетности по практике	12
6.2. Требования к предоставлению материалов о результатах прохождения практики	13
6.3. Проведение инструктажа по охране труда	14
7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ) ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРАКТИКЕ	15
7.1. Описание показателей оценивания компетенций и шкал оценивания	15
7.2. Описание критериев оценивания результатов обучения при прохождении практики ...	20
8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ...	21
8.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы.....	21
8.2. Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы, интернет-ресурсы	24
8.3. Программное обеспечение.....	24
9. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ	25
10. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ПРАКТИКИ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ	25
ПРИЛОЖЕНИЯ	27

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. В структуру образовательной программы направленности (профиля) «Реклама и связи с общественностью» направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» входят учебная и производственная практики (далее вместе - практики).

Типы учебной практики:

- профессионально-ознакомительная практика

Типы производственной практики:

- профессионально-творческая практика;

- преддипломная практика.

№	Вид практики	Тип практики	Объём практики		Продолжительность практики, кол-во недель	Курс	Семестр	Формируемые компетенции
			з/ед.	академ. час.				
Б.2.О.01 (У)	Учебная практика	Профессионально-ознакомительная практика	6	216	4	2/2	4/4	ОПК-1 ОПК-2 ОПК-3 ОПК-4 ОПК-5 ОПК-6 ОПК-7
Б.2.О.02 (П)	Производственная практика	Профессионально-творческая практика 1	9	324	6	3/3	6/6	ПК-1 ПК-2 ПК-3 ПК-4
Б.2.О.03 (П)	Производственная практика	Профессионально-творческая практика 2	6	216	4	4/5	8/9	ПК-1 ПК-2 ПК-3 ПК-4
Б.2.В.01 (У)	Учебная практика	Проектная	9	324	6	2,3/ 2.3	3,4, 5	УК-1 УК-2 УК-3
Б.2.В.02 (Пд)	Производственная практика	Преддипломная практика	6	216	4	4/5	8/9	ПК-1 ПК-2 ПК-3 ПК-4
ИТОГО			36	1296				

Примечание: -/- курс, семестр соответственно для очной и заочной форм обучения

1.2. Практическая подготовка - это форма организации образовательной деятельности при освоении образовательной программы в условиях выполнения обучающимися определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью и направленных на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенций по профилю соответствующей образовательной программы.

1.3. Организация проведения практики, предусмотренной ОПОП ВО, осуществляется университетом на основе договоров с организациями, деятельность которых соответствует профессиональным компетенциям, осваиваемым в рамках ОПОП ВО (далее - профильная организация). Практика может быть проведена непосредственно в университете.

1.4. Для руководства практикой, проводимой в университете, назначается руководитель (руководители) практики от университета из числа лиц, относящихся к профессорско-преподавательскому составу данной организации.

Для руководства практикой, проводимой в профильной организации, назначаются руководитель (руководители) практики из числа лиц, относящихся к профессорско-преподавательскому составу университета (далее - руководитель практики от университета), и руководитель (руководители) практики из числа работников профильной организации (далее - руководитель практики от профильной организации).

1.5. Руководитель практики от университета:

- составляет рабочий график (план) проведения практики;

- разрабатывает индивидуальные задания для обучающихся, выполняемые в период практики;
- участвует в распределении обучающихся по рабочим местам и видам работ в организации;
- осуществляет контроль за соблюдением сроков проведения практики и соответствием ее содержания требованиям, установленным ОПОП ВО;
- оказывает методическую помощь обучающимся при выполнении ими индивидуальных заданий, а также при сборе материалов к выпускной квалификационной работе в ходе преддипломной практики;
- оценивает результаты прохождения практики обучающимися.

1.6. Руководитель практики от профильной организации:

- согласовывает индивидуальные задания, содержание и планируемые результаты практики;
- предоставляет рабочие места обучающимся;
- обеспечивает безопасные условия прохождения практики обучающимся, отвечающие санитарным правилам и требованиям охраны труда;
- проводит инструктаж обучающихся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка.

1.7. При проведении практики в профильной организации руководителем практики от университета и руководителем практики от профильной организации составляется совместный рабочий график (план) проведения практики.

1.8. При наличии в организации вакантной должности, работа на которой соответствует требованиям к содержанию практики, с обучающимся может быть заключен срочный трудовой договор о замещении такой должности.

1.9. Направление на практику оформляется приказом ректора университета или иного уполномоченного им должностного лица с указанием закрепления каждого обучающегося за университетом или профильной организацией, а также с указанием вида и срока прохождения практики.

1.10. Обучающиеся, совмещающие обучение с трудовой деятельностью, вправе проходить практику по месту трудовой деятельности в случаях, если профессиональная деятельность, осуществляемая ими, соответствует требованиям к содержанию практики.

1.11. Обучающиеся в период прохождения практики:

- выполняют индивидуальные задания, предусмотренные программами практики;
- соблюдают правила внутреннего трудового распорядка;
- соблюдают требования охраны труда и пожарной безопасности.

1.12. Результаты прохождения практики оцениваются посредством проведения промежуточной аттестации. Неудовлетворительные результаты промежуточной аттестации по практике или непрохождение промежуточной аттестации по практике при отсутствии уважительных причин признаются академической задолженностью.

1.13. Обеспечение обучающихся проездом к месту проведения практики и обратно, а также проживанием их вне места жительства в период прохождения практики осуществляется на условиях и в порядке, установленных локальным нормативным актом университета.

2. ВИД, ТИП, ФОРМА ПРОВЕДЕНИЯ, ОБЪЕМ И ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ ПРАКТИКИ

Вид практики - производственная практика

Тип практики – преддипломная практика

Форма проведения - дискретно

Объем практики - 6 зачётных единиц, 216 академических часов

Продолжительность практики - 4 недели, в т.ч.:

№	Вид практики	Тип практики	Объём практики	Продолжительность	Курс	Семес-тр	Формируе-мы
---	--------------	--------------	----------------	-------------------	------	----------	-------------

			з/ед.	акаде м. час.	практики, кол-во недель			компетенц ии
Б.2.В.02 (Пд)	Производствен ная практика	Преддипломная практика	6	216	4	4/5	8/9	ПК-1 ПК-2 ПК-3 ПК-4

Производственная (преддипломная) практика проводится на 4/5 курсе в 8 и 9 семестрах соответственно. Время прохождения практики определяется учебным планом, календарным учебным графиком и расписанием занятий.

Практика проводится в организациях, деятельность которых соответствует профессиональным компетенциям, осваиваемым в рамках ОПОП ВО (далее - профильная организация), на основе договоров с организациями. Практика может быть проведена непосредственно в университете в учебных, учебно-производственных мастерских, лабораториях, учебных базах практики и иных структурных подразделениях университета.

Основными партнерами университета, согласно договоров о сотрудничестве и договоров на проведение практик, являются: ООО «Агентство маркетинговых коммуникаций», Информационно-аналитический портал Самарской области НЕСЛУХИ.РФ и др.

Практика проводится в форме практической деятельности обучающихся под непосредственным руководством и контролем руководителя практики от университета и руководителя практики от организации (при прохождении практики в профильной организации), а также в форме самостоятельной работы обучающихся.

При прохождении практики устанавливается продолжительность рабочего времени 36 часов в неделю.

Обучающиеся, совмещающие обучение с трудовой деятельностью, вправе проходить практику в организации по месту работы, в случаях если осуществляемая ими профессиональная деятельность соответствует целям практики.

Форма промежуточной аттестации по итогам учебной практики - дифференциальный зачет. Обучающиеся, не прошедшие практику или получившие отрицательную оценку, не допускаются к прохождению экзамену по модулю и к государственной итоговой аттестации.

3. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Производственная практика обучающихся является составной частью образовательной программы высшего образования направленности (профиля) «Реклама и связи с общественностью» направления подготовки «42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и проводится в соответствии с утвержденным учебным планом и календарным графиком учебного процесса.

Производственная практика относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 2 «Практики» учебного плана ОПОП ВО.

Производственная практика находится в логической и содержательно-методологической взаимосвязи с другими частями образовательной программы.

Производственная практика 6 семестра базируется на знаниях, полученных при изучении следующих дисциплин: Социология массовых коммуникаций, Психология массовых коммуникаций, Правовое регулирование сферы коммуникаций, Основы культурной политики, Дизайн в современной рекламе, Основы интегрированных коммуникаций в коммерческой сфере, Культура массовых коммуникаций, Логика и теория аргументаций, Современные PR-технологии, Технологии речевой деятельности, Стилистика и технологии работы с текстами, Современные рекламные технологии, Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью в коммерческой сфере, Теория и практика рекламы и связей с общественностью, Коммуникационный менеджмент в коммерческой сфере.

Производственная практика 8 семестра также базируется на знаниях, полученных при изучении следующих дисциплин: Основы медиарилейшнз, Организация внутрикорпоративных коммуникаций, Фотографика, Компьютерная графика в рекламе, Немедийные коммуникации, Теория и практика фандрайзинга, Медиапланирование, Телекоммуникационные и

компьютерные технологии в связях с общественностью, Спичрайтинг и копирайтинг, Управление проектами в рекламе и связях с общественностью, Создание рекламного продукта.

Полученные при прохождении производственной практики знания и умения могут быть использованы для освоения последующих дисциплин основной профессиональной образовательной программы высшего образования, продолжения практики, в т.ч. преддипломной практики.

4. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цель производственной практики: Профессионально-творческой 1, 2 - закрепление и углубление теоретической подготовки, формирование у обучающихся умений, приобретение профессиональных навыков, практического опыта, также опыта самостоятельной профессиональной деятельности.

Задачами технологической практики являются:

- ознакомление со спецификой будущей профессиональной деятельности;
- ознакомление со структурой и функционалом профильной организации (базы практики);
- изучение запросов потребителей услуг профильной организации (базы практики);
- приобретение практических навыков работы с документацией;
- формирование навыков работы в коллективе, развитие коммуникативных качеств, усвоение норм профессиональной этики;
- анализ современных подходов к организации и реализации рекламных и PR-кампаний;
- приобретение навыков применения современных рекламных и PR-технологий, реализуемых в условиях базы практики

Основными объектами профессиональной деятельности обучающихся на практике являются: общности, потребители рекламных и PR-услуг.

Характеристика трудовых функций, выполняемых на практике, в соответствии с профессиональными стандартами

Наименование профессиональных стандартов	Код, наименование и уровень квалификации обобщенных трудовых функций (ОТФ), на которые ориентирована образовательная программа	Код и наименование трудовых функций, на которые ориентирована образовательная программа
06.013 «Специалист по информационным ресурсам»	ОТФ С Управление (менеджмент) информационными ресурсами уровень квалификации - 6	C/01.6 Организация работ по созданию и редактированию контента C/02.6 Управление информацией из различных источников
	ОТФ В Создание и редактирование информационных ресурсов уровень квалификации - 5	V/02.5 Написание информационных материалов для сайта V/04.5 Ведение новостных лент и представительств в социальных сетях
11.005 «Специалист по производству продукции телерадиовещательных средств массовой информации»	ОТФ А. Творческо-организационная деятельность по созданию новых продуктов телерадиовещательных СМИ	A/01.6 Определение формата, тематики и оценка материала для нового продукта телерадиовещательных СМИ A/ 02.6 Подготовка создания сценарного материала нового продукта A/03.6 Планирование создания нового продукта телерадиовещательных СМИ A/04.6 Организация финансирования создания нового продукта телерадиовещательных СМИ A/05.6 Организация обеспечения производственного процесса создания нового продукта телерадиовещательных СМИ необходимыми ресурсами

В соответствии с требованиями ФГОС программа производственной практики (технологической) направлена на формирование следующих профессиональных компетенций (ПК) и обеспечивающих их умений и навыков:

Код и наименование компетенции выпускника	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по практике
Тип задач профессиональной деятельности: организационный		
<p>ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p>	<p>ИПК-1.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью</p> <p>ИПК-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии</p> <p>ИПК-1.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p>	<p>Владеет: навыками планирования работ по наполнению сайта, распределению и координации работы по созданию и редактированию контента, мониторинга и оценки результатов выполнения работ, разработки рекомендаций; навыками мониторинга необходимой информации внутри организации, в сети интернет и других источниках; навыками оценки релевантности, значимости и приоритетности информации</p> <p>Умеет: составлять планы работы, оценивать их содержание и трудоемкость выполнения в зависимости от квалификации; работать с большими объемами информации; вести документацию по проектам и работам; работать с большими объемами информации; владеть программным обеспечением и техническими средствами для регулярной коммуникации, мониторинга информации в интернет и СМИ;</p> <p>Осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии;</p> <p>Участвовать в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p> <p>Знает: основные принципы и технологии управления внешними и внутренними коммуникациями организации; содержание и методы решения задач по созданию и редактированию контента; основы менеджмента; структура организации, зоны ответственности и функции подразделений; правила согласования и утверждения документов; принципы работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами; основы планирования и организации мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии; основы организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p>
Тип задач профессиональной деятельности: авторский		
<p>ПК-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и имеющегося мирового и отечественного опыта</p>	<p>ИПК-2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта</p> <p>ИПК-2.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие</p>	<p>Владеет: навыками подготовки статей, обзоров, текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта (копирайтинг); современными рекламными и PR-технологиями, включая интернет-технологии;</p> <p>навыками создания информационных поводов, основы сценариев специальных событий и мероприятий для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>Умеет: Создавать тексты рекламы и связей с общественностью с</p>

Код и наименование компетенции выпускника	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по практике
	<p>решения с учетом мирового и отечественного опыта</p> <p>ИПК-2.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании</p> <p>ИПК-2.4. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде</p>	<p>учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта;</p> <p>писать тексты литературным, техническим и рекламным языком;</p> <p>реферировать, аннотировать и модифицировать тексты;</p> <p>владеть текстовым редактором;</p> <p>писать аннотации к событиям и новостям;</p> <p>использовать функциональные особенности популярных социальных сетей;</p> <p>работать с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами;</p> <p>создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта;</p> <p>Создавать основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании</p> <p>Знает:</p> <p>основы копирайтинга, рерайтинга и спичрайтинга;</p> <p>грамматику русского языка (орфография, пунктуация, стилистика);</p> <p>законодательство российской федерации в области интеллектуальной собственности, информации, деятельности СМИ, рекламы и связей с общественностью;</p> <p>методы внутренней поисковой оптимизации (в том числе рекомендации по использованию ключевых слов, фраз и ссылок); технологии организации и ведения новостных лент, rss-каналов, электронных подписок, рассылок по электронной почте;</p> <p>технологии создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью;</p> <p>технологии создания сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании;</p> <p>инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде</p>
Тип задач профессиональной деятельности: технологический		
<p>ПК-3. Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций</p>	<p>ИПК-3.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде</p> <p>ИПК-3.2. При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде</p> <p>ИПК-3.3. Применяет основные технологии организации мероприятий в работе с различными целевыми группами</p> <p>ИПК-3.4. Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью</p>	<p>Владеет:</p> <p>технологиями медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде для решения профессиональных задач;</p> <p>навыками создания текстов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью, используя основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде;</p> <p>навыки организации специальных мероприятий, техниками, приемами модерации дискуссий, совещаний, переговоров и пр.;</p> <p>навыками формирования корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций</p> <p>Умеет:</p> <p>использовать технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде для решения профессиональных задач;</p> <p>создавать тексты рекламы и (или) связей с общественностью, используя основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде;</p> <p>организовывать специальные мероприятия;</p> <p>понимание бизнес-логики, коммуникационного контекста и</p>

Код и наименование компетенции выпускника	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по практике
	основных инструментов внутренних коммуникаций ИПК-3.5. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	<p>среды, конкретной ситуации, в которой осуществляется коммуникация;</p> <p>применять основные инструменты внутренних коммуникаций при формировании корпоративной культуры организации;</p> <p>использовать современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта</p> <p>Знает:</p> <p>технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде;</p> <p>принципы и технологии копирайтинга и рерайтинга;</p> <p>принципы и технологии взаимодействия со сми и другими каналами коммуникации;</p> <p>принципы и техники, приемы модерации дискуссий, совещаний, переговоров;</p> <p>технологии организации мероприятий в работе с различными целевыми группами;</p> <p>современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций</p>
ПК-4 Способен участвовать в производственном процессе выпуска коммуникационного продукта в соответствии с современными технологическими требованиями	<p>ИПК-4.1. Участвует в подготовке различных типов контента в системе медиа-, бизнес- и социальных коммуникаций</p> <p>ИПК-4.2. Работает с большими объемами информации; осуществляет мониторинг появления необходимой информации внутри организации, в сети Интернет и других источниках</p> <p>ИПК-4.3. Владеет программным обеспечением и техническими средствами для регулярной коммуникации, мониторинга информации в Интернет и СМИ</p> <p>ИПК-4.4. Адаптируется к различным профессиональным ситуациям, проявляет творческий подход, инициативу</p>	<p>Владеет:</p> <p>навыками подготовки различных типов контента в системе медиа-, бизнес- и социальных коммуникаций;</p> <p>навыками медиапланирования;</p> <p>навыками подготовки брифов и технических заданий для исполнителей;</p> <p>программным обеспечением и техническими средствами для регулярной коммуникации, мониторинга информации в Интернет и СМИ</p> <p>Умеет:</p> <p>подготавливать различные типы контента в системе медиа-, бизнес- и социальных коммуникаций;</p> <p>составлять планы работы, оценивать их содержание и трудоемкость выполнения в зависимости от квалификации;</p> <p>работать с большими объемами информации. вести документацию по проектам и работам;</p> <p>работать с большими объемами информации;</p> <p>использовать программное обеспечение и технические средства для регулярной коммуникации, мониторинга информации в Интернет и СМИ</p> <p>Знает:</p> <p>специфику подготовки различных типов контента в системе медиа-, бизнес- и социальных коммуникаций;</p> <p>основные принципы и технологии управления внешними и внутренними коммуникациями организации;</p> <p>содержание и методы решения задач по созданию и редактированию контента;</p> <p>основы менеджмента;</p> <p>специфику и методы работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами</p>

5. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

5.2. Содержание производственной практики: преддипломная практика

Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы	Виды работы на практике	Кол-во часов
Подготовительный этап		
	Участие в организационном собрании. Консультация руководителя практики от университета. Инструктаж по технике безопасности и ознакомление с правилами внутреннего распорядка. Ознакомление с требованиями организационно-правовых документов по охране труда и технике безопасности.	6
Основной этап		
ПК-1 ПК-2 ПК-3 ПК-4	<p>Задание 1. Характеристика объекта практики (места прохождения - структурное подразделение университета или организации, осуществляющей деятельность по профилю, соответствующему образовательной программе).</p> <p>Задание 2. Выполнение комплекса мероприятий, соответствующих теме ВКР, в процессе осуществления практической социально-культурной деятельности, в т.ч.:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ознакомиться со спецификой деятельности профильной организации, механизмом ее взаимодействия с другими субъектами коммуникационной сферы. 2. Проанализировать нормативно-правовую и ресурсную базу деятельности организации. 3. Дать характеристику основных направлений деятельности и реализуемых проектов. 4. Охарактеризовать применяемые в практической деятельности организации рекламные и PR-технологии. 5. Осуществить анализ организации деятельности профильной организации по реализации коммуникационной стратегии. <p>Задание 3. Выполнение индивидуального задания.</p> <p>Задание 4. Подготовка и проведение прикладного исследования по теме ВКР. Систематизация и обобщение собранного для выполнения ВКР материала.</p>	190
Заключительный этап		
	Подготовка отчета по практике. Консультация с руководителем практики при формировании отчета. Подведение итогов практики.	16
	Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета	4
	ИТОГО	216

**Содержание этапов практики:
преддипломная**

Подготовительный этап. Обучающийся должен принять участие в организационном собрании, проводимом руководителем практики от университета и получить информацию о целях и задачах практики, формах отчетности и др. На организационном собрании обучающийся получает задания на практику (общие и индивидуальные), а также необходимую бланочную документацию.

Для всех обучающихся проводится инструктаж по технике безопасности и ознакомление с правилами внутреннего распорядка и ознакомление с требованиями организационно-правовых документов по охране труда и технике безопасности. При прохождении практики в

профильной организации для всех обучающихся, а также руководителей практики от университета представитель профильной организации обязан провести инструктаж по охране труда до начала практики.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья руководитель разрабатывает индивидуальные задания, план и порядок прохождения практики с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

Основной этап. Обучающиеся решают поставленные перед ними руководителем практики практические задания (общие и индивидуальные).

Общее задание по практике включает в себя изучение объекта практики. Обучающиеся должны изучить и представить характеристику объекта практики (структурного подразделения университета или профильной организации). В случае прохождения практики в организации, осуществляющей деятельность по образовательной программе соответствующего профиля, обучающийся должен изучить уставные и организационные документы, структуру организации-места практики, виды оказываемых услуг, систему клиентуры и партнеров и др. В отчете характеристика представляется в текстовой форме.

Индивидуальное задание. Каждому обучающемуся необходимо выполнить индивидуальное задание. Индивидуальное задание разрабатывается руководителем практики от университета в соответствии с видами профессиональной деятельности, реализуемыми в образовательной программе.

Тема индивидуального задания на практику определяется в рамках общего задания (задание 3) с конкретизацией профиля организации-места практики по согласованию с руководителем и темой ВКР.

Индивидуальными заданиями для прохождения преддипломной практики являются темы выпускных квалификационных работ, выполняемых с учетом видов деятельности, к которым готовился выпускник, и задания по разделам ВКР. Тематика ВКР обновляется ежегодно и утверждается приказом ректора университета.

Примерная тематика выпускных квалификационных работ:

1. PR-кампания в коммерческой сфере: концепция и технологии
2. PR-средства современного брендинга
3. Администрирование и управление в рекламной службе
4. Анализ места и функции института рекламы в современном обществе
5. Выставочная деятельность организации как направление PR
6. Имиджевый и репутационный аспект PR-деятельности
7. Интегрированные маркетинговые коммуникации коммерческой организации
8. Интернет-технологии в рекламе
9. Интернет-технологии в связях с общественностью
10. Корпоративная социальная ответственность как инструмент формирования репутации организации
11. Корпоративная философия как концептуальная основа PR-деятельности организации
12. Организация и управление PR-структурой
13. Организация связей с общественностью в кризисных ситуациях
14. Организация связей с общественностью с внешними целевыми аудиториями
15. Особенности PR-деятельности в коммерческих структурах (на примере конкретной организации)
16. Особенности функционирования пресс-службы коммерческой организации
17. Правовые основы PR-деятельности организации
18. Психологические аспекты разработки рекламного продукта
19. Работа с внутренними целевыми аудиториями коммерческой организации
20. Разработка концепции PR-кампании (на примере тематической компании)
21. Разработка рекламной кампании в сети Интернет
22. Рекламная кампания: концепция и технологии
23. Рекламные коммуникации в социальных сетях

24. Ресурсная база деятельности в сфере связей с общественностью
25. Роль рекламы в формировании вкусов потребителей (моделей потребления)
26. Сайт в структуре инструментов связей с общественностью
27. Связи с общественностью в социальных сетях
28. Связи с общественностью как инструмент развития города и его имиджа
29. Служба PR в организации: структура, функции, направление деятельности (на примере конкретной организации)
30. Социальная реклама: сущность и методы воздействия на общество
31. Специфика применения имиджевых технологий в (в политике, бизнесе, культуре)
32. Специфика применения имиджевых технологий в коммерческой сфере
33. Спонсоринг как технология PR-деятельности коммерческой организации
34. Средства массовой информации как инструмент воздействия на общественное мнение (на конкретном примере)
35. Становление PR как профессии: состояние, проблемы и тенденции развития
36. Теория и технология создания индивидуального (корпоративного) имиджа
37. Теория и технология формирования корпоративной культуры организации
38. Фандрайзинг как технология связей с общественностью
39. Фирменный стиль коммерческой организации: сущность и технологии формирования
40. Формирование и развитие бренда (на примере конкретной организации)

В качестве индивидуального задания могут разрабатываться и другие проекты, если их выполнение целесообразно и возможно в условиях профильной организации, а также соответствует задачам практики. Тему индивидуального задания рекомендуется согласовывать с тематикой НИР и НИРС выпускающей кафедры.

Заключительный этап. На заключительном этапе обучающиеся формируют отчет о практике, содержащий информацию и выводы по каждому заданию. При написании отчета по практике обучающийся учитывает замечания руководителя практики и после их устранения окончательно оформляет отчет. Подготовленный отчет по практике и аттестационный лист представляются руководителю практики. Обучающийся проходит процедуру защиты отчета по практике, по результатам которой ему выставляется оценка.

6. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРОХОЖДЕНИЮ ПРАКТИКИ

6.1. Формы отчетности по практике

По окончании практики обучающийся представляет на кафедру следующие документы:

- направление на практику (приложение 1);
- отчет о прохождении практики (приложение 2);
- аттестационный лист (приложение 3).

Отчет и сопутствующие материалы обучающийся должен предоставить на кафедру не позднее даты защиты отчета, указанной в направлении на практику.

1. **Направление на практику** оформляется приказом ректора университета или иного уполномоченного им лица с указанием закрепления каждого обучающегося за организацией, а также с указанием вида и сроков прохождения практики. В направлении указывается полное название университета и профильной организации, сроки прохождения практики, Ф.И.О. руководителя практики от университета, дата защиты отчета по практике, руководителем практики от профильной организации ставится отметка о прибытии для прохождения практики и выбытии обучающегося из профильной организации, ставится подпись руководителя практики и печать организации.

2. По результатам практики обучающимся составляется **отчет по практике**, который утверждается организацией. Отчет о прохождении практики составляется обучающимся в соответствии с рабочим графиком (планом) проведения практики, индивидуальными заданиями и дополнительными указаниями руководителей практики от университета и от профильной

организации. Отчет должен отражать отношение обучающегося к изученным материалам по вопросам деятельности организации, с которыми обучающийся знакомился, умениями и навыками, которые обучающийся приобрел в ходе практики. Отчет должен носить аналитический характер. К отчету о прохождении практики должны быть приложены документы, составленные самим обучающимся при прохождении практики.

Содержание индивидуальных заданий зависит от вида практики, и может содержать ознакомление со спецификой функционирования профильной организации, его структурой работой различных подразделений, ознакомление с нормативной базой, должностными инструкциями, технологией выполнения задач, особенностями формирования решений, которые считаются результатом выполнения трудовых функций, правоприменительной практикой профильной организации. Результатами выполнения индивидуального задания могут быть приобретение первоначальных навыков работы в определенной должности, выполнение дополнительных задач, поставленных руководителем практики, осуществление систематизации и анализа собранных материалов в отчете по практике.

В качестве **приложения к отчету по практике** обучающийся оформляет графические, аудио-, фото-, видео-, наглядные материалы, подтверждающие практический опыт, полученный на практике.

4. По результатам практики руководителями практики от организации и от университета формируется **аттестационный лист**, содержащий сведения об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций. В аттестационном листе, который выдается обучающемуся по завершению прохождения практики, руководителями от организации и от университета отражается оценка уровня сформированности каждой компетенции в разрезе уровней в соответствии с установленной шкалой оценки. Аттестационный лист подписывается руководителем практики от организации и от университета.

6.2. Требования к предоставлению материалов о результатах прохождения практики

По результатам практики обучающимся составляется отчет, который утверждается организацией (в случае прохождения практики в профильной организации).

Отчет о прохождении производственной практики оформляется с использованием средств MS Office и представляется для защиты в печатном виде руководителю практики.

Содержание отчета по практике должно полностью соответствовать программе практики с кратким изложением всех вопросов, отражать умение студента применять на практике теоретические знания, полученные при изучении профессиональных модулей.

Отчет должен иметь следующую структуру:

- 1) титульный лист;
- 2) содержание;
- 3) введение (цели и задачи практики с учетом видов профессиональной деятельности)
- 4) текстовая часть отчета, которая содержит изложение результатов практической деятельности студента по видам выполняемых работ в соответствии с совместным рабочим графиком (планом) проведения практики. Объем текстовой части отчета по практике должен быть не менее 20 стр. (шрифт 12 пт, 1,5 интервала).

В текстовой части отчета:

- приводится описание места прохождения практики (структурного подразделения университета или профильной организации). На основании документов, изучаемых на практике, могут быть даны общие организационные характеристики профильной организации; специфика применяемых технологий, нормативно-правовая база и т.д.; описание деятельности структурного (ых) подразделения (й) профильной организации, краткая характеристика направлений их деятельности, другое;

- приводится описание порядка соблюдения требований охраны труда, техники безопасности и пожарной безопасности, действующей в профильной организации;

- приводится должностная инструкция, на основании которой были сформированы служебные обязанности практиканта при прохождении практики (при наличии). При

отсутствии такого документа приводится перечень трудовых действий обучающегося при прохождении практики;

- осуществляется подробное описание работ, выполненных в соответствии с программой практики;

- приводятся информация и выводы по каждому заданию, предусмотренному программой практики;

Описание проделанной работы могут сопровождаться схемами, образцами заполненных документов, а также ссылками на использованную литературу и материалы предприятия.

5) заключение, в котором содержатся выводы и предложения по результатам практики;

6) список использованных источников (нормативные правовые документы, внутренние документы базы практики, специальная литература, Интернет-ресурсы и т.п.);

7) приложения. Приложения, как правило, включают нормативные акты, статистическую информацию, графические, аудио-, фото-, видео- материалы, наглядные образцы, изделия, подтверждающие практический опыт, полученный на практике.

Отчет заверяется подписью руководителя и печатью профильной организации.

Для предоставления на утверждение руководителю практики от университета документация о прохождении практики брошюруется в следующем порядке:

- направление на практику с отметкой о прибытии и выбытии обучающегося;

- аттестационный лист с дифференцированной оценкой по результатам практики;

- отчет о прохождении практики с приложениями.

Оформление отчета должно соответствовать установленным требованиям.

Текстовая часть работы (материалы по разделам) оформляется в виде пояснительной записки на листах формата А4. При наборе пояснительной записки установить следующие размеры полей: верхнее - 2,0 см., нижнее - 2,0 см., левое - 2,5 см., правое - 1,5 см., интервал 1,5. Текст записки оформляется шрифтом TimesNewRoman (шрифт 12 пт, 1,5 интервала). Выставить выравнивание текста и заголовков «по ширине страницы». Нумерация страниц проставляется в «верхнем колонтитуле» по центру страницы. Титульный лист не нумеруется.

Текст пояснительной записки разделяют на разделы и подразделы. Разделы должны иметь порядковые номера в пределах всего документа, обозначенные арабскими цифрами без точки и записанные с абзацного отступа. Подразделы должны иметь нумерацию в пределах каждого раздела, номер подраздела состоит из номера раздела и подраздела, разделенных точкой. В конце номера подраздела, а также после названия раздела или подраздела, точка не допускается. Каждый раздел начинается с нового листа.

Защита отчета производится сразу по окончании практики по утвержденному графику. К защите должен быть представлен отчет по практике с отзывом-характеристикой за подписью руководителя практики от предприятия, заверенной печатью предприятия.

Дифференцированный зачет по практике приравнивается к зачетам по теоретическому обучению и учитывается при подведении итогов общей успеваемости студентов.

6.3. Проведение инструктажа по охране труда

Для всех обучающихся, а также руководителей практики от университета представитель профильной организации обязан провести инструктаж по охране труда до начала практики.

Обучающиеся, участвующие в производственной деятельности организации, проходят в установленном порядке вводный инструктаж, который проводит специалист по охране труда или работник, на которого приказом руководителя организации (или уполномоченного им лица) возложены эти обязанности.

Вводный инструктаж по охране труда проводится по программе, разработанной на основании законодательных и иных нормативных правовых актов Российской Федерации с учетом специфики деятельности профильной организации и утвержденной в установленном порядке руководителем организации (или уполномоченным им лицом).

Кроме вводного инструктажа по охране труда, проводится первичный инструктаж на рабочем месте, повторный, внеплановый и целевой инструктажи. Первичный инструктаж на рабочем месте, повторный, внеплановый и целевой инструктажи проводит непосредственный

руководитель (производитель) работ (мастер, прораб, преподаватель и так далее), прошедший в установленном порядке обучение по охране труда и проверку знаний требований охраны труда.

Проведение инструктажей по охране труда включает в себя ознакомление обучающихся с имеющимися опасными или вредными производственными факторами, изучение требований охраны труда, содержащихся в локальных нормативных актах организации, инструкциях по охране труда, технической, эксплуатационной документации, а также применение безопасных методов и приемов выполнения работ.

Инструктаж по охране труда завершается устным собеседованием по приобретенным обучающимся знаниям и навыкам, безопасным приемам работы, лицом, проводившим инструктаж.

Проведение всех видов инструктажей регистрируется в соответствующих журналах проведения инструктажей, с указанием подписи инструктируемого и подписи инструктирующего, а также даты проведения инструктажа.

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ) ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРАКТИКЕ

7.1. Описание показателей оценивания компетенций и шкал оценивания

Контроль и оценка результатов освоения практики осуществляется руководителем практики в процессе проведения выполнения обучающимися заданий, предусмотренных программой практики, и в ходе промежуточной аттестации (дифференцированный зачет).

Оценка качества прохождения практики происходит по следующим показателям:

- соответствие содержания отчета по практике заданию на практику;
- оформление отчета по практике, в соответствии с требованиями;
- наличие презентационного материала, в полной степени иллюстрирующего отчет по практике (если требуется);
- оценка в аттестационном листе уровня освоения профессиональных компетенций при выполнении работ на практике;
- характеристика на обучающегося по освоению профессиональных компетенций в период прохождения практики;
- количество и полнота правильных устных ответов на вопросы при защите отчета по практике.

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения при прохождении практики

Код и наименование компетенции выпускника	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по практике	Формы и методы контроля и оценки
ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ИПК-1.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью ИПК-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	Владеет: навыками планирования работ по наполнению сайта, распределению и координации работы по созданию и редактированию контента, мониторинга и оценки результатов выполнения работ, разработки рекомендаций; навыками мониторинга необходимой информации внутри организации, в сети интернет и других источниках; навыками оценки релевантности, значимости и приоритетности информации Умеет: составлять планы работы, оценивать их содержание и трудоемкость выполнения в зависимости от квалификации; работать с большими объемами информации; вести документацию по проектам и работам;	- экспертное наблюдение и оценка выполнения заданий; - отчет по практике; - аттестационный лист; - проверка и защита отчета по практике

Код и наименование компетенции выпускника	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по практике	Формы и методы контроля и оценки
	ИПК-1.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	<p>работать с большими объемами информации;</p> <p>владеть программным обеспечением и техническими средствами для регулярной коммуникации, мониторинга информации в интернет и СМИ;</p> <p>Осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии;</p> <p>Участвовать в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p> <p>Знает:</p> <p>основные принципы и технологии управления внешними и внутренними коммуникациями организации;</p> <p>содержание и методы решения задач по созданию и редактированию контента;</p> <p>основы менеджмента;</p> <p>структура организации, зоны ответственности и функции подразделений;</p> <p>правила согласования и утверждения документов;</p> <p>принципы работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами;</p> <p>основы планирования и организации мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии;</p> <p>основы организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p>	
ПК-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	<p>ИПК-2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта</p> <p>ИПК-2.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта</p> <p>ИПК-2.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании</p> <p>ИПК-2.4. Применяет инструменты трансляции миссии и философии</p>	<p>Владеет:</p> <p>навыками подготовки статей, обзоров, текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта (копирайтинг);</p> <p>современными рекламными и PR-технологиями, включая интернет-технологии;</p> <p>навыками создания информационных поводов, основы сценариев специальных событий и мероприятий для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>Умеет:</p> <p>Создавать тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта;</p> <p>писать тексты литературным, техническим и рекламным языком;</p> <p>реферировать, аннотировать и модифицировать тексты;</p> <p>владеть текстовым редактором;</p>	<p>-экспертное наблюдение и оценка выполнения заданий;</p> <p>-отчет по практике;</p> <p>- ттестационный лист;</p> <p>- проверка и защита отчета по практике</p>

Код и наименование компетенции выпускника	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по практике	Формы и методы контроля и оценки
	организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде	<p>писать аннотации к событиям и новостям; использовать функциональные особенности популярных социальных сетей; работать с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами;</p> <p>создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта;</p> <p>Создавать основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании</p> <p>Знает:</p> <p>основы копирайтинга, рерайтинга и спичрайтинга;</p> <p>грамматику русского языка (орфография, пунктуация, стилистика);</p> <p>законодательство российской федерации в области интеллектуальной собственности, информации, деятельности СМИ, рекламы и связей с общественностью;</p> <p>методы внутренней поисковой оптимизации (в том числе рекомендации по использованию ключевых слов, фраз и ссылок); технологии организации и ведения новостных лент, rss-каналов, электронных подписок, рассылок по электронной почте; технологии создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью;</p> <p>технологии создания сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании; инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде</p>	
ПК-3. Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	<p>ИПК-3.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде</p> <p>ИПК-3.2. При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде</p> <p>ИПК-3.3. Применяет основные технологии организации мероприятий в работе с различными целевыми группами</p>	<p>Владет:</p> <p>технологиями медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде для решения профессиональных задач; навыками создания текстов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью, используя основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде;</p> <p>навыки организации специальных мероприятий, техниками, приемами модерации дискуссий, совещаний, переговоров и пр.;</p> <p>навыками формирования корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций</p> <p>Умеет:</p> <p>использовать технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде для решения профессиональных задач; создавать тексты рекламы и (или) связей с общественностью, используя основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн</p>	<p>-экспертное наблюдение и оценка выполнения заданий;</p> <p>-отчет по практике;</p> <p>- ттестационный лист;</p> <p>- проверка и защита отчета по практике</p>

Код и наименование компетенции выпускника	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по практике	Формы и методы контроля и оценки
	<p>ИПК-3.4. Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций</p> <p>ИПК-3.5. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта</p>	<p>среде;</p> <p>организовывать специальные мероприятия;</p> <p>понимание бизнес-логики, коммуникационного контекста и среды, конкретной ситуации, в которой осуществляется коммуникация;</p> <p>применять основные инструменты внутренних коммуникаций при формировании корпоративной культуры организации;</p> <p>использовать современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта</p> <p>Знает:</p> <p>технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде;</p> <p>принципы и технологии копирайтинга и рерайтинга;</p> <p>принципы и технологии взаимодействия со СМИ и другими каналами коммуникации;</p> <p>принципы и техники, приемы модерации дискуссий, совещаний, переговоров;</p> <p>технологии организации мероприятий в работе с различными целевыми группами;</p> <p>современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций</p>	
<p>ПК-4 Способен участвовать в производственном процессе выпуска коммуникационного продукта в соответствии с современными технологическими требованиями</p>	<p>ИПК-4.1. Участвует в подготовке различных типов контента в системе медиа-, бизнес- и социальных коммуникаций</p> <p>ИПК-4.2. Работает с большими объемами информации; осуществляет мониторинг появления необходимой информации внутри организации, в сети Интернет и других источниках</p> <p>ИПК-4.3. Владеет программным обеспечением и техническими средствами для регулярной коммуникации, мониторинга информации в Интернет и СМИ</p> <p>ИПК-4.4. Адаптируется к различным профессиональным ситуациям, проявляет</p>	<p>Владеет:</p> <p>навыками подготовки различных типов контента в системе медиа-, бизнес- и социальных коммуникаций;</p> <p>навыками медиапланирования;</p> <p>навыками подготовки брифов и технических заданий для исполнителей;</p> <p>программным обеспечением и техническими средствами для регулярной коммуникации, мониторинга информации в Интернет и СМИ</p> <p>Умеет:</p> <p>подготавливать различные типы контента в системе медиа-, бизнес- и социальных коммуникаций;</p> <p>составлять планы работы, оценивать их содержание и трудоемкость выполнения в зависимости от квалификации;</p> <p>работать с большими объемами информации. вести документацию по проектам и работам;</p> <p>работать с большими объемами информации;</p> <p>использовать программное обеспечение и технические средства для регулярной коммуникации, мониторинга информации в Интернет и СМИ</p> <p>Знает:</p> <p>специфику подготовки различных типов контента в системе медиа-, бизнес- и социальных коммуникаций;</p> <p>основные принципы и технологии</p>	<p>-экспертное наблюдение и оценка выполнения заданий;</p> <p>-отчет по практике;</p> <p>- ттестационный лист;</p> <p>- проверка и защита отчета по практике</p>

Код и наименование компетенции выпускника	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по практике	Формы и методы контроля и оценки
	творческий подход, инициативу	управления внешними и внутренними коммуникациями организации; содержание и методы решения задач по созданию и редактированию контента; основы менеджмента; специфику и методы работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами	

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие универсальных компетенций, предусмотренных ФГОС ВО. Уровень сформированности универсальных компетенций, выявленный в ходе прохождения практики, указывается в характеристике на обучающегося.

Для описания показателей и критериев оценивания компетенций на разных этапах их формирования в ходе учебной практики и описания шкал оценивания применяется единый подход согласно балльно-рейтинговой системы, действующей в университете.

Шкала оценки результатов прохождения практики, сформированности результатов обучения при прохождении практики

Форма проведения промежуточной аттестации	Условия допуска	Шкалы оценки уровня сформированности результатов обучения		Шкала оценивания результатов обучения при прохождении практики		
		Уровневая шкала оценки компетенций	100 балльная шкала, %	100 балльная шкала, %	5-балльная шкала, дифференцированная оценка/балл	недифференцированная оценка
Зачет дифференцированный (проверка и защита отчета по практике)	допускаются все студенты, выполнившие программу практики и предоставившие все отчетные документы	допороговый	ниже 61	ниже 61	«неудовлетворительно» / 2	не зачтено
		пороговый	61-85,9	61-69,9	«удовлетворительно» / 3	зачтено
				70-85,9		
		повышенный	86-100	86-100	«отлично» / 5	зачтено

7.2. Описание критериев оценивания результатов обучения при прохождении практики

Формы и методы контроля и оценки	Уровень освоения компетенций		
	Повышенный (отлично) 86-100 баллов	Пороговый (хорошо) 85,9-70 баллов	Пороговый (удовлетворительно) 69,9-61 балл
Оценивание выполнения программы практики (экспертное наблюдение и оценка выполнения заданий)	Обучающийся своевременно и качественно выполнил весь объем работы, требуемой программой практики; показал глубокую теоретическую и профессионально-прикладную подготовку; умело применил полученные знания во время прохождения практики; ответственно и с интересом относился к своей работе. Индивидуальные задания выполнены в полном объеме, присутствует авторская позиция	Обучающийся демонстрирует достаточно полные знания всех профессиональных и методических вопросов в объеме практики; полностью выполнил программу с незначительными отклонениями качественных параметров; проявил себя как ответственный исполнитель, заинтересованный в будущей профессиональной деятельности	Обучающийся выполнил программу полностью, однако часть заданий вызвала затруднения в представлении их анализа; не проявил глубоких теорий и умений на практике при планировании задач и их разрешения; в процессе работы достаточной самостоятельности, инициативы и заинтересованности не продемонстрировал
Оценивание	Отчет по практике подготовлен в	Отчет по практике	Отчет носит описательный

Формы и методы контроля и оценки	Уровень освоения компетенций		
	Повышенный (отлично) 86-100 баллов	Пороговый (хорошо) 85,9-70 баллов	Пороговый (удовлетворительно) 69,9-61 балл
письменного отчета по практике	полном объеме и в соответствии с требованиями к содержанию и оформлению. Обучающийся способен ставить цели и задачи практики в соответствии с видом профессиональной деятельности, самостоятельно определять свою роль при прохождении этапов практики. Индивидуальное задание раскрыто полностью. Результативность практики представлена в количественной и качественной обработке, продуктах деятельности. Материал изложен грамотно, доказательно. Свободно используются понятия, термины, формулировки. Обучающийся соотносит выполненные задания с формированием компетенций. Отчет содержит приложения, подтверждающие приобретение практического опыта. Отчет сдан на проверку в установленные сроки	подготовлен в соответствии с требованиями к содержанию и оформлению. Обучающийся способен ставить цели и задачи практики в соответствии с видом профессиональной деятельности, самостоятельно определять свою роль при прохождении этапов практики. Индивидуальное задание раскрыто полностью. Материал изложен четко и полно, но не всегда последовательно и требует корректировки. Грамотно используется профессиональная терминология. Описываются и анализируются выполненные задания, но обучающийся не всегда соотносит выполнение профессиональной деятельности с формированием определенной компетенции	характер, без элементов анализа. Низкий уровень владения профессионально-стилевым изложением материала. Индивидуальное задание раскрыто не полностью. Низкий уровень оформления документации по практике, низкий уровень владения методологической терминологией. Не умеет доказательно представить материал. Низкое качество выполнения заданий, направленных на формирование компетенций
Аттестационный лист и характеристика на обучающегося	В аттестационном листе и характеристике уровень освоения обучающимся большинства компетенций оценен руководителями практики от организации и от университета на повышенном уровне (отлично)	В аттестационном листе уровень освоения обучающимся большинства компетенций оценен руководителями практики от организации и от университета на пороговом уровне (хорошо)	В аттестационном листе уровень освоения обучающимся большинства компетенций оценен руководителями практики от организации и от университета на пороговом уровне (удовлетворительно)
Проверка и защита отчета по практике	Отчетные документы в полном объеме и без нарушения сроков представлены к защите отчета. Демонстрирует знание программного материала, и представляет все необходимые приложения, подтверждающие полученный практический опыт при прохождении практики. При защите отчета дает правильные и полные ответы на все поставленные вопросы. Показывает всесторонние, глубокие, систематизированные знания вопросов и умение применять их на практике при решении конкретных задач, свободное и правильное обоснование принятых решений.	Отчетные документы в полном объеме и без нарушения сроков представлены к защите отчета. В основном демонстрирует знание программного материала, и представляет необходимые приложения, подтверждающие полученный практический опыт при прохождении практики, но в недостаточном объеме. Твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, умеет применять полученные знания на практике, но допускает в ответе некоторые неточности, которые может устранить с помощью дополнительных вопросов преподавателя.	Отчетные документы представлены с нарушением установленных сроков и/или не в полном объеме. При защите отчета демонстрирует фрагментарный, разрозненный характер знаний, недостаточно правильные формулировки базовых понятий.

Формы и методы контроля и оценки	Уровень освоения компетенций		
	Повышенный (отлично) 86-100 баллов	Пороговый (хорошо) 85,9-70 баллов	Пороговый (удовлетворительно) 69,9-61 балл
Итоговая обобщенная оценка сформированности компетенций при прохождении практики	Большинство компетенций сформированы на повышенном уровне. Имеющихся знаний, умений, навыков и практического опыта в полной мере достаточно для решения стандартных и нестандартных профессиональных задач по видам деятельности	Все компетенции сформированы на пороговом или повышенном уровнях. Имеющихся знаний, умений, практического опыта в целом достаточно для решения стандартных профессиональных задач, но требуется дополнительная практика по некоторым видам деятельности	Все компетенции сформированы, но большинство на пороговом уровне. Имеющихся знаний, умений, практического опыта в целом достаточно для решения профессиональных задач, но требуется дополнительная практика по большинству видов деятельности

Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации (дифференцированного зачета) по итогам практики:

Производственная (преддипломная) практика

1. Какие профессиональные задачи решались Вами за период практики? Как Вы их решали? Какие получили результаты?
2. Оцените умения и навыки, которые Вы приобрели в процессе практики, свои основные достижения?
3. Каковы области и сферы профессиональной деятельности профильной организации?
4. Каковы структура и основные направления деятельности профильной организации?
5. Каким образом осуществляется взаимодействие профильной организации и субъектов коммуникационной деятельности?
6. Какова ресурсная база профильной организации?
7. Какие технологии применяются в практике профильной организации?
8. Какие проекты, реализуются профильной организацией? Какова их эффективность?
9. Каковы результаты выполнения индивидуального задания? Все ли удалось? С какими сложностями столкнулись?
10. Каковы основные результаты проведенного в рамках темы ВКР исследования?

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

8.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Список основной литературы

1. Антипов, К. В. Основы рекламы [Электронный ресурс] : учеб. для экон. вузов / К. В. Антипов. - 4-е изд. - Документ read. - Москва : Дашков и К, 2020. - 326 с. - URL: <https://znanium.com/read?id=358440> (дата обращения: 07.04.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей
2. Бехманн, Г. Современное общество. Общество риска, информационное общество, общество знаний [Электронный ресурс] / Г. Бехманн ; пер. с нем. А. Ю. Антоновского [и др.]. - Документ read. - Москва : Логос, 2020. - 249 с. - Библиогр.: с. 185-202. - Прил.. - URL: <https://znanium.com/read?id=367560> (дата обращения: 25.04.2020). - Режим доступа: для авториз. Пользователей
3. Варакута, С. А. Связи с общественностью [Электронный ресурс] : учеб. пособие для вузов по направлению 38.03.02 "Менеджмент" / С. А. Варакута. - Документ read. - Москва : ИНФРА-М, 2019. - 207 с. : табл. - Библиогр.: с. 202. - (Высшее образование). - URL: <https://znanium.com/read?id=367327> (дата обращения: 23.04.2020). - Режим доступа: для авториз. Пользователей

4. Васильев, Г. А. Технологии производства рекламной продукции [Электронный ресурс] : учеб. пособие для вузов по направлению подгот. 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" (квалификация (степень) "бакалавр") / Г. А. Васильев, В. А. Поляков, А. А. Романов. - Документ read. - Москва : Вузов. учеб. [и др.], 2019. - 272 с. - Библиогр.: с. 264-269. - URL: <https://znanium.com/read?id=354512> (дата обращения: 15.10.2020). - Режим доступа: для авториз. Пользователей
5. Евстафьев, В. А. Организация и практика работы рекламного агентства [Электронный ресурс] : учеб. для высш. учеб. заведений по направлениям подгот. "Реклама и связи с общественностью" и "Менеджмент" (уровень бакалавриата) / В. А. Евстафьев, А. В. Молин. - 2-е изд., стереотип. - Документ read. - Москва : Дашков и К, 2019. - 508 с. - Библиогр.: с. 477-488. - (Учебные издания для бакалавров). - URL: <https://znanium.com/read?id=358156> (дата обращения: 22.02.2021). - Режим доступа: для авториз. Пользователей
6. Измайлова, М. А. Психология рекламной деятельности : учеб. для вузов по специальности "Реклама" / М. А. Измайлова. - 4-е изд., стер. - Документ read. - Москва : Дашков и К, 2020. - 444 с. - URL: <https://znanium.com/read?id=358546> (дата обращения: 15.04.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-394-03522-7. - Текст : электронный.
7. Кузнецов, П. А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR- технологии / П. А. Кузнецов. - 3-е изд. - Документ read. - Москва : Дашков и К, 2021. - 131 с. : ил. - Глоссарий. - URL: <https://znanium.com/read?id=371000> (дата обращения: 21.04.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-394-04258-4. - Текст : электронный.
8. Кузнецов, П. А. Современные технологии коммерческой рекламы [Электронный ресурс] : практ. пособие / П. А. Кузнецов. - Документ Bookread2. - Москва : Дашков и К, 2018. - 296 с. : ил. - URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=511984> (дата обращения: 15.04.2020). - Режим доступа: для авториз. Пользователей
9. Музыкант, В. Л. Реклама : учеб. пособие для вузов по специальности "Реклама" и "Маркетинг" / В. Л. Музыкант. - Документ read. - Москва : РИОР [и др.], 2019. - 209 с. : ил., табл. - (Высшее образование - Бакалавриат). - Прил. - Темы рефератов, курсовых и диплом. работ. - URL: <https://znanium.com/read?id=354352> (дата обращения: 15.04.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-369-00780-8. - 978-5-16-101585-8. - Текст : электронный.
10. Романов, А. А. Разработка рекламного продукта : учеб. пособие для вузов по направлениям подгот. 38.03.02 "Менеджмент", 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" (квалификация (степень) "бакалавр") / А. А. Романов, Г. А. Васильев, В. А. Поляков. - Документ Bookread2. - Москва : Вуз. учеб. [и др.], 2019. - 256 с. : ил., табл. - . - Прил. - URL: <https://new.znanium.com/read?id=355021> (дата обращения: 15.04.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-9558-0124-7. - 978-5-16-003867-4. - Текст : электронный.
11. Ткаченко, О. Н. Дизайн и рекламные технологии : учеб. пособие для вузов по направлению подгот. (специальности) "Реклама и связи с общественностью" / О. Н. Ткаченко ; под ред. Л. М. Дмитриевой ; Омский. гос. техн. ун-т (ОмГТУ). - Документ read. - Москва : Магистр [и др.], 2019. - 176 с. : ил. - Прил. - Слов. - URL: <https://znanium.com/read?id=330335> (дата обращения: 21.04.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-9776-0288-4. - 978-5-16-009262-1. - Текст : электронный.
12. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации. Правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике [Электронный ресурс] : учеб. пособие для вузов по направлению подгот. (специальности) "Реклама и связи с общественностью" / Ф. И. Шарков. - 3-е изд., перераб. и доп. - Документ Bookread2. - Москва : Дашков и К [и др.], 2016. - 334 с. - Библиогр.: с. 319-322. - Глоссарий. - Прил.. - URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=414955> (дата обращения: 15.04.2020). - Режим доступа: для авториз. Пользователей
13. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации. Реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учеб. пособие для вузов по направлению подгот. "Реклама и связи с общественностью" / Ф. И. Шарков. - 2-е изд., стер. - Документ Bookread2. - Москва : Дашков и К, 2020. - 324 с. - Слов. - URL: <https://znanium.com/read?id=358550> (дата обращения: 15.04.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-394-03519-7. - Текст : электронный.

14. Шарков, Ф. И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Ф. И. Шарков. - 5-е изд., стер. - Документ Bookread2. - Москва : Дашков и К [и др.], 2020. - 272 с. : ил. - Библиогр.: с. 271. - Крат. слов.-справ.. - URL: <https://znanium.com/read?id=358568> (дата обращения: 15.04.2020). - Режим доступа: для авториз. Пользователей

Список дополнительной литературы

15. Антипов, К. В. Основы рекламы : учеб. для экон. вузов / К. В. Антипов. - 4-е изд. - Документ read. - Москва : Дашков и К, 2020. - 326 с. - URL: <https://znanium.com/read?id=358440> (дата обращения: 07.05.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-394-03458-9. - Текст : электронный.
16. Барышников, Н. В. Основы профессиональной межкультурной коммуникации [Электронный ресурс] : учеб. для высш. проф. образования по направлению подгот. 035700 "Лингвистика" (квалификация (степень) - "бакалавр") / Н. В. Барышников. - Документ Bookread2. - М. : Вузов. учеб. [и др.], 2014. - 369 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=408974>
17. Бушенева, Ю. И. Как правильно написать реферат, курсовую и дипломную работы [Электронный ресурс] / Ю. И. Бушенева. - Документ HTML. - М. : Дашков и К. - 2013. - 139 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book=415294>.
18. Варакута, С. А. Связи с общественностью [Электронный ресурс] : учеб. пособие для вузов по специальности "Менеджмент орг." / С. А. Варакута. - Документ HTML. - М. : ИНФРА-М, 2013. - 207 с. : табл. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book=371726>
19. Воронцов, Г. А. Труд студента. Ступени успеха на пути к диплому [Текст] : учеб. пособие для студентов вузов / Г. А. Воронцов. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : ИНФРА-М, 2014. - 256 с.
20. Гостенина, В. И. Социология массовой коммуникации [Электронный ресурс] : учеб. для вузов по направлению подгот. (специальности) "Связи с общественностью" / В. И. Гостенина, А. Г. Киселев. - 2-е изд., перераб. - Документ HTML. - М. : Альфа-М [и др.], 2013. - 335 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book=404699#none>
21. Гундарин, М. В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-рилейшнз : учеб. пособие для вузов по специальности "Связи с общественностью" / М. В. Гундарин. - 2-е изд., испр. и доп. - Документ Bookread2. - Москва : ФОРУМ, 2015. - 311 с. - ([Высшее образование]). - Прил. - URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=493364> (дата обращения: 15.04.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-16-102576-5. - Текст : электронный.
22. Гусаров, Ю. В. Рекламная деятельность [Электронный ресурс] : учеб. для вузов по направлению "Торговое дело" / Ю. В. Гусаров, Л. Ф. Гусарова. - Документ HTML. - М. : ИНФРА-М, 2013. - 312 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book=342116>
23. Коноваленко, В. А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность [Текст] : учеб. для бакалавров по гуманитар. направлениям и специальностям / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед ; Рос. экон. ун-т им. Г. В. Плеханова. - М. : ЮРАЙТ, 2013. - 383 с. : табл.
24. Кузнецов, В. Ф. Связи с общественностью: Теория и технологии : учеб. для вузов по специальности "Связи с общественностью" / В. Ф. Кузнецов ; Ин-т гуманитар. образования и информ. технологий. - Изд. 3-е, испр. и перераб. - Москва : Аспект Пресс, 2009. - 302 с. : ил., табл. - (Учебники для вузов). - ISBN 978-5-7567-0538-6 : 198-71;220-77;167-20. - Текст : непосредственный.
25. Кузнецов, И. Н. Рефераты, курсовые и дипломные работы. Методика подготовки и оформления [Электронный ресурс] : учеб.-метод. пособие / И. Н. Кузнецов. - 7-е изд. - Документ HTML. - М. : Дашков и К. - 2013. - 339 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book=415062>.
26. Мокшанцев, Р. И. Психология рекламы : учеб. пособие для вузов по направлению 38.03.02 "Менеджмент" / Р. И. Мокшанцев. - Документ read. - Москва : ИНФРА-М, 2019. - 232 с. - (Высшее образование). - URL: <https://znanium.com/read?id=367322> (дата обращения: 22.04.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-16-004777-5. - 978-5-16-100415-9. - Текст : электронный.

27. Мудров, А. Н. Основы рекламы [Текст] : хрестоматия / А. Н. Мудров. - М. : Магистр [и др.], 2013. - 302 с.
28. Музыкант, В. Л. Реклама : учеб. пособие для вузов по специальности "Реклама" и "Маркетинг" / В. Л. Музыкант. - Документ read. - Москва : РИОР [и др.], 2019. - 209 с. : ил., табл. - (Высшее образование - Бакалавриат). - Прил. - Темы рефератов, курсовых и диплом. работ. - URL: <https://znanium.com/read?id=354352> (дата обращения: 15.04.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-369-00780-8. - 978-5-16-101585-8. - Текст : электронный.
29. Музыкант, В. Л. Реклама и PR - технологии в бизнесе, коммерции, политике : учеб. пособие для вузов по специальностям "Реклама", "Паблик рилейшнз", "Маркетинг", "Журналистика" / В. Л. Музыкант. - Москва : Армада-пресс, 2001. - 686 с. : ил. - Прил. - Глоссарий. - ISBN 5-30900127-1 : 280-50. - Текст : непосредственный.
30. Резепов, И. Ш. Психология рекламы и PR : учеб. пособие / И. Ш. Резепов. - 2-е изд. - Москва : Дашков и К, 2009. - 223 с. : табл., ил. - ISBN 978-5-394-00391-2 : 200-20. - Текст : непосредственный.
31. Синяева, И. М. Паблик рилейшнз. Толковый словарь / И. М. Синяева. - 3-е изд. - Документ Bookread2. - Москва : Дашков и К, 2020. - 200 с. - URL: <https://znanium.com/read?id=358279> (дата обращения: 15.10.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-394-02633-1. - Текст : электронный.
32. Таратухина, Ю. В. Деловые и межкультурные коммуникации [Текст] : учеб. и практикум для академ. бакалавриата по экон. направлениям и специальностям / Ю. В. Таратухина, З. К. Авдеева. - Высш. шк. экономики, Нац. исслед. ун-т. - М. : ЮРАЙТ, 2015. - 324 с. : ил., табл.
33. Ткаченко, О. Н. Дизайн и рекламные технологии [Текст] : учеб. пособие для студентов вузов по направлению подгот. (специальности) "Реклама и связи с общественностью" / О. Н. Ткаченко под ред. Л. М. Дмитриевой ; Омский. гос. техн. ун-т (ОмГТУ). - М. : Магистр [и др.], 2015. - 175 с. : ил.
34. Ткаченко, О. Н. Дизайн и рекламные технологии [Электронный ресурс] : учеб. пособие для студентов вузов по направлению подгот. (специальности) "Реклама и связи с общественностью" / О. Н. Ткаченко под ред. Л. М. Дмитриевой ; Омский. гос. техн. ун-т (ОмГТУ). - Документ Bookread2. - М. : Магистр [и др.], 2015. - 175 с. : ил. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=474525#>
35. Учебно-методическое пособие по дисциплине "PR-деятельность" : для студентов направления подгот. 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" / Поволж. гос. ун-т сервиса (ФГБОУ ВО "ПВГУС"), Каф. "Соц.-культур. деятельность" ; сост. Д. С. Калинина. - Документ Adobe Acrobat. - Тольятти : ПВГУС, 2018. - 381,35 КБ, 36 с. - URL: http://elib.tolgas.ru/publ/Metod_PRDb_BSO_02.03.2018.pdf (дата обращения: 21.10.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - 0-00. - Текст : электронный.
36. Чумиков, А. Н. Медиариелейшнз [Текст] : учеб. пособие для студентов вузов по направлению подгот. (специальности) "Реклама и связи с общественностью" / А. Н. Чумиков. - М. : Аспект Пресс, 2014. - 184 с. : ил.
37. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью: Теория и практика : учеб. для вузов по специальности "Связи с общественностью" / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров ; МГУ им. М. В. Ломоносова. - [5-е изд., испр. и доп.]. - Москва : Дело, 2008. - 558 с. - (Классический университетский учебник). - ISBN 978-5-7749-0515-7 : 513-37. - Текст : непосредственный.
38. Шарков, Ф. И. Коммуникология: основы теории коммуникации [Электронный ресурс] : учеб. для вузов по специальности "Связи с общественностью" / Ф. И. Шарков. - Междунар. акад. бизнеса и упр., Ин-т соврем. коммуникац. систем и технологий. - 4-е изд., перераб. - Документ HTML. - М. : Дашков и К, 2013. - 487 с. : ил. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book=414752>
39. Шкляр, М. Ф. Основы научных исследований [Электронный ресурс] : учеб. пособие / М. Ф. Шкляр. - 5-е изд. - Документ HTML. - М. : Дашков и К, 2013. - 243 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book=415019>

8.2. Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы, интернет-ресурсы

1. eLIBRARY.RU : научная электронная библиотека : сайт. – Москва, 2000 - . - URL: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 15.05.2020). – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный.
2. NT-INFORM : сайт. – URL : <http://www.rsci.ru/grants.html> (дата обращения: 15.05.2020). - Текст : электронный.
3. socFAQtor : о социальной работе из первых рук : сайт. - URL : <https://socfaqtator.wordpress.com/> (дата обращения: 15.05.2020). - Текст : электронный.
4. Виртуальный ресурсный центр : сайт. - URL : <http://www.trainet.org> (дата обращения: 15.05.2020). - Текст : электронный.
5. Единое окно доступа к образовательным ресурсам : сайт. - URL : <http://window.edu.ru/> (дата обращения: 15.05.2020). - Текст : электронный.
6. КУБ - электронная библиотека : сайт. - URL : <http://www.koob.ru> (дата обращения: 15.05.2020). - Текст : электронный.
7. РИНТИ. Ресурсы интеллектуальной информации: сайт. - URL : <http://www.rinti.ru/grants/> (дата обращения: 15.05.2020). - Текст : электронный.
8. Социальное проектирование : сайт. - URL : <http://lider21vek.narod.ru/CCY/10.htm> (дата обращения: 15.05.2020). - Текст : электронный.
9. Университетская информационная система РОССИЯ : сайт. - URL : <http://uisrussia.msu.ru>(дата обращения: 15.05.2020). - Текст : электронный.
10. Электронная библиотечная система Поволжского государственного университета сервиса : сайт / ФГБОУ ВО «ПВГУС». – Тольятти, 2010 - . - URL. : <http://elib.tolgas.ru> (дата обращения 15.05.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.
11. Электронно-библиотечная система Znanium.com : сайт / ООО "ЗНАНИУМ". – Москва, 2011 - . - URL: <https://znanium.com/> (дата обращения 15.05.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

8.3. Программное обеспечение

Информационное обеспечение практики осуществляется с использованием следующего программного обеспечения (лицензионного и свободно распространяемого), в том числе отечественного производства:

№ п/п	Наименование	Условия доступа
1	Microsoft Windows	из внутренней сети университета (лицензионный договор)
2	Microsoft Office	из внутренней сети университета (лицензионный договор)
3	КонсультантПлюс	из внутренней сети университета (лицензионный договор)
4	СДО MOODLE	из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет (лицензионный договор)

9. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Практика проводится в учебных лабораториях университета или в организациях в специально оборудованных помещениях на основе договоров между организацией, осуществляющей деятельность по образовательной программе соответствующего профиля (далее - организация), и университетом.

Для прохождения практики в структурных подразделениях университета имеются:

- аудитории для проведения групповых и индивидуальных консультаций, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения;
- помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации;

- лаборатории, оснащенные лабораторным оборудованием, в зависимости от степени его сложности;
- помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования;
- компьютерные классы общего пользования с подключением к Интернет.

При проведении практики в профильных организациях основными партнёрами, согласно Договоров о сотрудничестве и о проведении практик, являются: ООО «Агентство маркетинговых коммуникаций», Информационно-аналитический портал Самарской области НЕСЛУХИ.РФ и другие организации инфокоммуникационной сферы города. Ресурсное обеспечение мест производственной практики соответствует содержанию деятельности и дает возможность обучающемуся овладеть профессиональными компетенциями по всем осваиваемым видам деятельности, предусмотренным образовательной программой.

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде университета (ЭИОС) <http://sdo.tolgas.ru/> из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", как на территории университета, так и вне ее.

Для проведения промежуточной аттестации по дисциплине используются компьютерные классы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета и/или учебные аудитории, укомплектованные мебелью и техническими средствами обучения.

10. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ПРАКТИКИ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

При необходимости программа практики может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, в том числе для дистанционного обучения. Для этого требуется заявление студента (его законного представителя) и заключение психолого-медико-педагогической комиссии (ПМПК).

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья форма проведения практики устанавливается с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья, в соответствии с требованиями ФГОС.

Выбор мест прохождения практик для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом их доступности для данных обучающихся и рекомендациями медико-социальной экспертизы, а также индивидуальной программы реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда в соответствии с нозологией.

При направлении инвалида или обучающегося с ограниченными возможностями здоровья в профильную организацию для прохождения предусмотренной учебным планом практики университет согласовывает с профильной организацией условия и виды труда с учетом рекомендаций медико-социальной экспертизы и индивидуальной программы реабилитации инвалида. При необходимости для прохождения практик могут создаваться специальные рабочие места в соответствии с характером нозологий, а также с учетом профессионального вида деятельности и характера труда, выполняемых обучающимся – инвалидом трудовых функций.

Обучающемуся с ограниченными возможностями здоровья необходимо написать заявление на имя ректора университета в срок не позднее одного месяца до начала практики. К заявлению прикладываются подтверждающие документы о необходимости подбора места практики с учетом его нозологии. Обучающийся с ограниченными возможностями здоровья, в случае, когда он способен проходить практику на общих основаниях должен указать в заявлении, что не нуждается в создании определенных условий и подбора специального места прохождения практики.

Кафедра должна не позднее, чем за месяц до начала практики информировать отдел мониторинга, практической подготовки и трудоустройства о необходимости подбора места практики студенту с ограниченными возможностями здоровья в соответствии с его программой

подготовки и индивидуальными особенностями

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося), а для инвалидов также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида, могут предлагаться следующие варианты восприятия учебной информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей, в том числе с применением электронного обучения и дистанционных технологий:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

Направление на практику

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
 федеральное государственное бюджетное образовательное
 учреждение высшего образования
 «Поволжский государственный
 университет сервиса» (ФГБОУ ВО «ПВГУС»)
 ул. Гагарина, д. 4, г. Тольятти, 445017

Направление на практику

Обучающийся _____

института (факультета) _____ курса группы _____

направляется в _____

наименование практики _____

Срок практики с _____ года по _____ года.

Руководитель практики от университета

Дата защиты отчета по практике _____

Ректор университета

Отметка о выполнении практики

Прибыл в организацию " ____ " _____ г.
 М.П.

подпись

Руководитель практики от профильной организации
 Выбытие с организации " ____ " _____ г.
 М.П. (при наличии)

подпись

Титульный лист отчета по практике
МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ПОВОЛЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ СЕРВИСА»
(ФГБОУ ВО «ПВГУС»)

Кафедра « _____ »

ОТЧЕТ

**о прохождении учебной (производственной, производственной (преддипломной))
практики**

Место прохождения практики: _____

Выполнил
обучающийся: _____
Ф.И.О.

Группа: _____

Руководитель практики
от профильной организации:

Должность _____

Ф.И.О. _____

Подпись _____

Руководитель практики от университета:

Ф.И.О. _____

Подпись _____

Оценка _____

Тольятти, 20__ г.

**АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ
ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ:
ПРЕДДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА**

Ф. И.О. обучающегося

место прохождения практики

Обучающийся по образовательной программе «Реклама и связи с общественностью» направление подготовки (специальность) 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» успешно прошел(-ла) производственную (преддипломную) практику в объеме 6/216 зачетных единиц/часов

с « » 20 г. по « » 20 г.

Во время прохождения практики обучающийся показал следующий уровень сформированности компетенций:

№ п/п	Код и наименование общепрофессиональных и (или) профессиональных компетенций	Уровень сформированности					
		Повышенный (соответствует)		Пороговый (в основном соответствует)		Допороговый (не соответствует)	
		Руководитель от профильной организации	Руководитель от университета	Руководитель от профильной организации	Руководитель от университета	Руководитель от профильной организации	Руководитель от университета
1	ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий						
2	ПК-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта						
3	ПК-3. Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций						
4	ПК-4. Способен участвовать в производственном процессе выпуска коммуникационного продукта в соответствии с современными технологическими требованиями						

* Отметка об уровне сформированности компетенций выставляется знаком "+" в соответствующем столбце.

** При проведении практики в университете оценку уровня сформированности компетенций, продемонстрированном в ходе практики, выставляет руководитель практики от университета. При проведении практики в профильной организации - руководитель практики от университета и руководитель практики от профильной организации.

Заключение:

Программа _____ практики выполнена с оценкой _____.
Уровень сформированности компетенций **соответствует/не соответствует** требованиям рабочей программы практики.

Руководитель практики от ФГБОУ ВО «ПВГУС»

_____/_____/

подпись

ФИО

Руководитель практики от профильной организации

_____/_____/

подпись

ФИО