Нестеренко Ирина Юрьевна

Подписано цифровой подписью: Нестеренко Ирина Юрьевна
Дата: 2025.11.17 18:12:14 +05'00'

УТВЕРЖДАЮ
Заместитель директора Ур СЭИ (филиал) ОУП ВО «АТиСО» по УВР
_____ О.В. Зубкова

« 25» марта 2025 г.

ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА: ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКАЯ ПРАКТИКА

Направление подготовки
42.03.01. Реклама и связи с общественностью
(код и наименование направления подготовки)

Направленность (профиль)
Реклама и связи с общественностью

Квалификация выпускника
бакалавр
(бакалавр, магистр)

Кафедра: экономики

Разработчики программы:
Д.э.н., доцент О.В. Зубкова
Программа обсуждена на заседании кафедры экономики
протокол № 6 от «11» марта 2025 г.

Заведующий кафедрой экономики
__ __ С.М. Осташевский

«11» марта 2025 г.

Оглавление

1. ВИД ПРАКТИКИ, СПОСОБ И ФОРМА ЕЕ ПРОВЕДЕНИЯ……..3
2.ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ 4
2.1.Планируемые результаты обучения при прохождении практики…5
2.2. Примерное задание на практику……10
3.МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ 11
4.ОБЪЕМА ПРАКТИКИ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ И ЕЕ ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТИ В НЕДЕЛЯХ ЛИБО В АКАДЕМИЧЕСКИХ ИЛИ АСТРОНОМИЧЕСКИХ ЧАСАХ 12
5.СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ……12
6.ФОРМЫ ОТЧЕТНОСТИ ПО ПРАКТИКЕ……14
7.ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРАКТИКЕ... 14
8.ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И РЕСУРСОВ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ", НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ 19
9.ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ПРАКТИКИ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ (ПРИ НЕОБХОДИМОСТИ)..... 23
10.ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ..... 24
ПРИЛОЖЕНИЕ……25

1. ВИД ПРАКТИКИ, СПОСОБ И ФОРМА ЕЕ ПРОВЕДЕНИЯ

Вид практики производственная.

Тип практики профессионально-творческая практика.

Форма проведения практики
непрерывно - путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения практики.

Общее руководство производственной практикой (в том числе тип – профессионально-творческая практика) осуществляется руководителями выпускных квалификационных работ, закрепленными за студентами выпускающей кафедрой.

По месту прохождения практики назначается куратор практики из числа сотрудников предприятия (организации).

В обязанности руководителя практики входит:

- утверждение задания в соответствии с темой выпускной квалификационной работы;
- организация работы практиканта по выполнению отдельных этапов в соответствии с заданием производственной практики;
- консультирование и контроль за полнотой усвоения студентами программных вопросов;
- проверка содержания записей в дневнике практиканта;
- просмотр подобранных материалов для оформления отчета о прохождении производственной практики.

Организационные этапы производственной практики можно разбить на несколько этапов.

Первый этап: Разработка графика прохождения практики, включающего вид работ и сроки их выполнения

Второй этап: Выполнение работ, предусмотренных графиком производственной практики (профессионально-творческая практика).

Третий этап: Выполнение работ, предусмотренных графиком преддипломной практики.

По мере выполнения работ, заполняется дневник практики. В дневнике куратор практики от организации напротив каждого вида выполненных работ ставит оценку и подпись подтверждающих их выполнение.

Четвертый этап: По окончанию производственной и преддипломной практики студент составляет отчет, который должен содержать введение, отражающее цель, задачи, объект и предмет исследования, два раздела согласно заданию к производственной и преддипломной практике, заключение, приложения по теме выпускной квалификационной работы и библиографический список.

К отчету должны быть приложены заключение-характеристика на

практиканта о результатах практического обучения по всем вопросам программы, в которой должна быть отмечена степень активности студента, его творческие возможности и способность выполнять профессиональные обязанности по избранной специальности. Отчет о прохождении практики предоставляется на кафедру для рецензирования и сопровождается рецензией на отчет от руководителя ВКР студента-практиканта.

Пятый этап: Сдача отчета о прохождении производственной и преддипломной практики на бумажном носителе (руководителю практики) и в электронной форме и его защита на кафедре ГЕМД в сроки, согласно графику учебного процесса.

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

1. Цели производственной практики (тип: профессионально-творческая практика)

Целями производственной практики в части профессионально-творческой практики являются:

- приобретение практических профессиональных навыков и компетенций;
- освоение профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах и основ работы в отделах рекламы/связей с общественностью;
- сбор практического материала и использование опыта, накопленного при ее прохождении, для выполнения второй главы выпускной квалификационной работы.

2. Задачи производственной практики (тип: профессионально-творческая практика)

Программа практики направлена на формирование компетенций по следующим типам задач профессиональной деятельности:

- технологический;
- организационный;
- авторский;
- маркетинговый.

Задачи практики включают:

1. Научиться составлять организационно-экономическую характеристику предприятия (организации) – объекта практики.

2. Изучить методы анализа параметров внешней и внутренней среды организации, SWOT-анализа.

3. Научиться проводить анализ и оценку существующего положения компании, указать причины, приведшие к началу рекламной или PR-кампании.

4. Научиться выделять и анализировать целевую аудиторию.

5. Научиться определять каналы коммуникации с целевой аудиторией, обосновывать выбор СМИ, других средств коммуникации.

7. Научиться формулировать цель и задачи специального мероприятия, определять, составлять его график.

Формируемые производственной практикой: тип профессионально-творческая практика знания и умения готовят выпускника данной образовательной программы к выполнению следующих обобщенных трудовых функций:

- Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ (ПС 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»; *Трудовая функция* В/02.6*)*.

- Создание и редактирование информационных ресурсов (ПС 06.013 «Специалист по информационным ресурсам»; *Трудовые функции В/01.5; В/02.5; В/03.5; В/04.5; В/05.5; В/06.5*).

2.1.Планируемые результаты обучения при прохождении практики.

При прохождения производственной практики «Производственная практика: профессионально-творческая практика» обучающийся должен быть готов решать следующие профессиональные задачи:

– реализовывать профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;
– работать в отделах рекламы/связей с общественностью;
– создавать тексты рекламы;
– решать стандартные задачи профессиональной деятельности при соблюдении основных требований информационной безопасности;
– анализировать специфику работы отделов рекламы и связей с общественностью, функциональные схемы построения отделов;
– использовать методы создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации;
– применять приемы и принципы планирования при подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;
– анализировать порядок подготовки к выпуску, производству и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;
– проводить маркетинговые исследования;
– использовать приемы и методы организации и проведения социологических исследований;
– использовать приемы и методы подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы.

Универсальные компетенции (УК) выпускников и индикаторы их достижения

Категория универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
Системное и критическое мышление	УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Знает принципы сбора, отбора и обобщения информации, методики системного подхода для решения профессиональных задач. УК-1.2. Умеет анализировать и систематизировать разнородные данные, оценивать эффективность процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности. УК-1.3. Владеет навыками научного поиска и практической работы с информационными источниками; методами принятия решений
Разработка и реализация проектов	УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1. Знает необходимые для осуществления профессиональной деятельности правовые нормы и методологические основы принятия управленческого решения. УК-2.2. Умеет анализировать альтернативные варианты решений для достижения намеченных результатов; разрабатывать план, определять целевые этапы и основные направления работ. УК-2.3. Владеет методиками разработки цели и задач проекта; методами оценки продолжительности и стоимости проекта, а также потребности в ресурсах.
Командная работа и лидерство	УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1. Знает типологию и факторы формирования команд, способы социального взаимодействия. УК-3.2. Умеет действовать в духе сотрудничества; принимать решения с соблюдением этических принципов их реализации; проявлять уважение к мнению и культуре других; определять цели и работать в направлении личностного, образовательного и профессионального роста. УК-3.3. Владеет навыками распределения ролей в условиях командного взаимодействия; методами оценки своих действий, планирования и управления временем.
Коммуникация	УК-4 Способен	УК-4.1. Знает принципы построения

	осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке (ах)	устного и письменного высказывания на государственном и иностранном языках; требования к деловой устной и письменной коммуникации. УК-4.2. Умеет применять на практике устную и письменную деловую коммуникацию. УК-4.3. Владеет методикой составления суждения в межличностном деловом общении на государственном и иностранном языках, с применением адекватных языковых форм и средств.
Межкультурное взаимодействие	УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1. Знает основные категории философии, законы исторического развития, основы межкультурной коммуникации. УК-5.2. Умеет вести коммуникацию в мире культурного многообразия и демонстрировать взаимопонимание между обучающимися – представителями различных культур с соблюдением этических и межкультурных норм. УК-5.3. Владеет практическими навыками анализа философских и исторических фактов, оценки явлений культуры; способами анализа и пересмотра своих взглядов в случае разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации.
Самоорганизация и саморазвитие (в т.ч. здоровьесбережение)	УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1. Знает основные принципы самовоспитания и самообразования, исходя из требований рынка труда. УК-6.2. Умеет демонстрировать умение самоконтроля и рефлексии, позволяющие самостоятельно корректировать обучение по выбранной траектории. УК-6.3. Владеет способами управления своей познавательной деятельностью и удовлетворения образовательных интересов и потребностей.
Самоорганизация и саморазвитие (в т.ч. здоровьесбережение)	УК-7 Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	УК-7.1. Знает виды физических упражнений; научно-практические основы физической культуры и здорового образа и стиля жизни. УК-7.2. Умеет применять на практике разнообразные средства физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности; использовать творчески средства и методы

		физического воспитания для профессионально-личностного развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа и стиля жизни. УК-7.3. Владеет средствами и методами укрепления индивидуального здоровья, физического самосовершенствования
Безопасность жизнедеятельности	УК-8 Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	УК-8.1. Знает причины, признаки и последствия опасностей, способы защиты от чрезвычайных ситуаций; основы безопасности жизнедеятельности, телефоны служб спасения. УК-8.2. Умеет выявлять признаки, причины и условия возникновения чрезвычайных ситуаций; оценивать вероятность возникновения потенциальной опасности для обучающегося и принимать меры по ее предупреждению в условиях образовательного учреждения; оказывать первую помощь в чрезвычайных ситуациях. УК-8.3. Владеет методами прогнозирования возникновения опасных или чрезвычайных ситуаций; навыками поддержания безопасных условий жизнедеятельности.

Общепрофессиональные компетенции (ОПК) выпускников и индикаторы их достижения

Категория (группа) общепрофес-сиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
Продукт профес-сиональной деятельности	ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

Категория (группа) общепрофес-сиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
Общество и государство	ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.
Культура	ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса ОПК-3.2. Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
Аудитория	ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
Медиакоммуникационная система	ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиа-коммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуника- ционных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы

Категория (группа) общепрофес-сиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
Технологии	ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимые информационные технологии, техническое оборудование и программное обеспечение ОПК-6.2. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
Эффекты	ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом

2.2. Примерное задание на практику

1. Четко определить цель, задачи производственной практики: профессионально-творческая практика, объект практики – предприятие (организация), предмет исследования, соответствующий теме выпускной квалификационной работы, зафиксировать во введении к отчету по производственной практике.

2. Составить организационно-экономическую характеристику предприятия (организации) – объекта практики.

3. Проанализировать параметры внешней и внутренней среды организации. Сделать SWOT-анализ.

4. Провести анализ и оценку существующего положения компании, указать причины, приведшие к началу рекламной или PR-кампании.

5. Выделить и проанализировать целевую аудиторию.

6. Определить каналы коммуникации с целевой аудиторией.

7. Обоснование цели, задач, сценария, графика проведения специального мероприятия.

8. Кратко отразить степень решения задач учебной практики, зафиксировать в заключении.

9.Использовать рекомендуемую литературу и источники информации относительно предмета учебной практики, сопровождая цитаты ссылками.

10.Сдать отчет по учебной практике на проверку на бумажном носителе (руководителю практики от института) и в электронной форме (методисту кафедры экономики).

3. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Данная учебная практика входит в раздел Б2 «Практики» ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профиль «Реклама и связи с общественностью».

Производственная практика (профессионально-творческая практика) логически и содержательно-методически взаимосвязана с другими частями ОПОП подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профиль «Реклама и связи с общественностью».

Организация производственной практики: профессионально-творческая практика направлена на обеспечение непрерывности и последовательности овладения студентами профессиональной деятельностью в соответствии с требованиями к уровню подготовки бакалавра. Производственная практика проводится на предприятиях, соответствующих профилю подготовки студента.

В результате практики студент должен научиться анализировать и использовать для решения управленческих задач информацию практического характера, получаемую на предприятии.

Теоретической основой проведения производственной практики: профессионально-творческая практика являются знания, которые были получены при изучении дисциплин обязательной части и части, формируемой участниками образовательных отношений.

Прохождение производственной практики: профессионально-творческая практика необходимо как предшествующее для прохождения производственной практики типа «Преддипломная практика».

Таким образом, создается основа для подготовки будущего бакалавра (направление 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профиль подготовки «Реклама и связи с общественностью») к профессиональной деятельности, в условиях сочетания высокотехнологичного производства, высокого уровня подготовки и специализации работников, что обеспечивает связь и единство всех элементов процесса обучения.

4. ОБЪЕМ ПРАКТИКИ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ И ЕЕ ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТИ В НЕДЕЛЯХ ЛИБО В АКАДЕМИЧЕСКИХ ИЛИ АСТРОНОМИЧЕСКИХ ЧАСАХ

Общая трудоемкость производственной практики: профессионально-творческая практика 12 зачетных единиц, 8 недель, 432 часа.

5. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

1. Место и время проведения производственной практики

Производственная практика: профессионально-творческая практика проводится в соответствии с учебным планом в объеме 8 недель для студентов:

- очной формы обучения – на 4 курсе;
- заочной формы обучения – на 5 курсе;

Производственная практика: профессионально-творческая практика проводится в различных СМИ, коммуникационных агентствах и профильных подразделениях компаний.

Работающие студенты направляются на практику по месту их работы при условии, что характер работы, выполняемой студентом, соответствует профилю специализации, по которой он проходит обучение в вузе. Место прохождения практики должно быть согласовано с выпускающей кафедрой.

Местом проведения учебной практики в исключительных случаях может выступать Отдел маркетинга Института.

Направление на учебную практику оформляется приказом по Академии с указанием дат начала и завершения практики и объектов проведения практики.

2. Структура и содержание производственной практики (тип: профессионально-творческая практика)

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды учебной работы, на практике включая самостоятельную работу студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы текущего контроля	Реализуемые компетенции
1	Подготовительный этап	1. Установочная конференция о задачах производственной практики: общий инструктаж, инструктаж по использованию форм рабочих и отчетных документов, инструктаж по технике безопасности. 2. Выдача студентам форм рабочих и отчетных документов по практике: дневник студента, шаблон отчета о прохождении практики. 3. Встреча студентов с руководителями практики, обсуждение и утверждение тем производственных заданий по практике (по второй главе ВКР).	8 ч. 8 ч. 16 ч. **Итого 32 ч.**	Отметки в ведомостях о прохождении студентами инструктажа, о получении форм рабочих и отчетных документов для производственной практики.	Компетенции определяются преподавателем
2	Экспериментальный	1. Подготовка студентами методических разработок для выполнения измерений по	100 ч.	Консультации у методиста и руководителя практики, анализ и	Компетенции опреде-

	этап	производственным заданиям. Чтение и анализ литературы, подбор материалов. 2. Согласование и утверждение методических разработок руководителем практики. 3. Экспериментальная часть (Выполнение производственных заданий)	1 ч. 130 ч. **Итого 231ч.**	обсуждение подготовленных материалов. Доработка материалов с учетом замечаний и повторное представление их для утверждения методистом и руководителем практики. Обсуждение заданий, выполненных другими практикантами.	ляются преподавателем
3	Обработка и анализ полученной информации	1. Систематизация материала наблюдений и измерений. 2. Обсуждение и анализ проведенных измерений с руководителем практики, коллегами-практикантами.	80ч. 4 ч. **Итого 84 ч.**	Обсуждение проведенных студентом производственных заданий с руководителем практики	Компетенции определяются преподавателем
4	Подготовка отчёта по практике	1. Самостоятельный анализ итогов работы в ходе производственной практики (тип: профессионально-творческая практика), написание и оформление отчетных материалов (второй главы ВКР). 2. Оформление отчета по практике и его представление на кафедру. 3. Защита итогового отчета по производственной практике (тип: профессионально-творческая практика) перед комиссией кафедры.	80 ч. 4 ч. 1 ч. **Итого 85 ч.**	Итоговый отчет по производственной практике: а) заполненный дневник практиканта; б) методические разработки выполненных заданий; в) отчет практиканта о прохождении практики; г) отзыв руководителя практики.	Компетенции определяются преподавателем
		Всего	432ч.	Оценка: дифференцированный зачет	

6. ФОРМЫ ОТЧЕТНОСТИ ПО ПРАКТИКЕ

В качестве основной формы и вида отчетности устанавливается дневник практики и письменный отчет. Форма, примерное содержание и структура дневников и письменных отчетов определяется выпускающей кафедрой. Форма контроля прохождения производственной практики: профессионально-творческая практика – дифференцированный зачет. По окончании практики осуществляется защита отчета по практике, которая приравнивается к оценкам (зачетам) по теоретическому обучению и учитывается при подведении итогов общей успеваемости студентов. При защите отчета могут присутствовать руководство института, представители учебно-методического отдела, декан факультета, заведующий и преподаватели соответствующей кафедры, руководители практики от организации (предприятия, учреждения).

Оценка за практику выставляется в ведомость и заносится в зачетную

книжку студента за подписью руководителя практики от кафедры.

При оценке итогов работы студента принимается во внимание характеристика, данная ему руководителем практики от предприятия, учреждения или организации.

Итоги практики студентов обсуждаются в обязательном порядке на заседаниях Ученого совета института, на научно-практических конференциях кафедр с участием представителей предприятий, учреждений или организаций, на производственных совещаниях предприятий, учреждений или организаций.

Студенты, не выполнившие программу практики по уважительной причине, направляются на практику вторично в свободное от учебы время.

Студенты, не выполнившие программу практики без уважительных причин или получившие неудовлетворительную оценку, отчисляются из Института как имеющие академическую задолженность в порядке, предусмотренном законодательными актами.

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРАКТИКЕ

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

№ п/п	Код формируемой компетенции и ее содержание	Этапы (семестры) формирования компетенции в процессе освоения ОПОП		
		Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
1	УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	8		10
2	УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	8		10
3	УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	8		10
4	УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке (ах)	8		10
5	УК-5 Способен воспринимать межкультурное	8		10

	разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах			
6	УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	8		10
7	УК-7 Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	8		10
8	УК-8 Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	8		10
9	ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	8		10
10	ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	8		10
11	ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	8		10
12	ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	8		10
13	ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	8		10
14	ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	8		10
15	ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	8		10

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

В зависимости от количества баллов оценивание компетентности студента оценивается по уровням: от 3 до 4 баллов - «минимальный уровень», от 5 до 7 баллов - «базовый уровень», от 8 до 9 баллов - «высокий уровень».

Показатели оценивания	Критерии оценивания компетенций	Шкала оценивания
Знания по всем поставленным вопросам в объеме программы практики	Фрагментарные знания, недостаточно полный объем (1 балл) Достаточный объем знаний в рамках обязательного уровня профессиональных достижений (2 балла) Систематизированные, глубокие и полные знания, стремится к получению дополнительных знаний по вопросам практики. (3 балла)	Минимальный уровень Базовый уровень Высокий уровень
Профессиональные умения	Низкий уровень культуры исполнения заданий, некомпетентность в решении стандартных типовых задач (1 балл) Способен самостоятельно решать учебные и профессиональные задачи, самостоятельно применять типовые решения в рамках программы практики. (2 балла) Способен самостоятельно и творчески решать научные и профессиональные задачи в нестандартной ситуации в рамках программы практики . (3 балла)	Минимальный уровень Базовый уровень Высокий уровень

Практическая реализация и уровень отработки вопросов практики	Способен работать при прямом наблюдении. Способен применять теоретические знания на практике к решению конкретных задач. (1 балл)	Минимальный уровень
	Может взять на себя ответственность за завершение задач в исследовании, проявляет настойчивость и инициативу в процессе отработки отбельных вопросов практики. Однако затрудняется в решении сложных, неординарных проблем, не выделяет типичных ошибок и возможных сложностей при решении той или иной проблемы (2 балла)	Базовый уровень
	Контролирует работу, проводит оценку, совершенствует действия работы. Умеет выбрать эффективные приемы решения задач по возникающим проблемам. Способен производить анализ происходящих процессов, имеет предложения по усовершенствованию, оптимизации цикла работы или его отдельных составляющих, проявляет разумную инициативу при решении задач практики. (3 балла)	Высокий уровень

Описание шкал оценивания

№ п/п	Оценка за ответ	Характеристика ответа
1	Отлично	- Ответ полный и правильный на основании изученных теорий; материал изложен в определенной логической последовательности, литературным языком; ответ самостоятельный - Выполнены все требования к выполнению, написанию и защите отчета. Умение (навык) сформировано полностью - Количество баллов за освоение компетенций от 8 до 9
2	Хорошо	- Ответ достаточно полный и правильный на основании изученных материалов; материал изложен в определенной логической последовательности, при этом допущены две-три несущественные ошибки - Выполнены основные требования к выполнению, оформлению и защите отчета. Имеются отдельные замечания и недостатки. Умение (навык) сформировано достаточно полно - Количество баллов за освоение компетенций от 5 до 7
3	Удовлетворительно	- Результат, содержащий неполный правильный ответ или ответ, содержащий значительные неточности, ответ несвязный - Выполнены базовые требования к выполнению, оформлению и защите отчета. Имеются достаточно существенные замечания и недостатки, требующие

		значительных затрат времени на исправление. Умение (навык) сформировано на минимально допустимом уровне - Количество баллов за освоение компетенций от 3 до 4
4	Неудовлетворительно	- Результат, содержащий неполный правильный ответ (степень полноты ответа – менее 30%), неправильный ответ (ответ не по существу задания) или отсутствие ответа. - Требования к написанию и защите отчета. Имеются многочисленные существенные замечания и недостатки, которые не могут быть исправлены. Умение (навык) не сформировано - Количество баллов за освоение компетенций менее 3

7.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Типовые контрольные задания для оценки знаний, умений и навыков могут включать в себя следующие вопросы:

1. Какие виды инструктажей по технике безопасности проводятся на предприятии?
2. Назовите законодательные и нормативные документы, регламентирующие деятельность предприятия?
3. Какие профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью были реализованы практикантом во время прохождения практики?
4. Какова специфика создания рекламы в исследуемой организации?
5. Какие требования предъявлялись в ходе практики к соблюдению информационной безопасности?
6. Какова специфика работы отдела рекламы (связей с общественностью, другого профильного подразделения предприятия), функциональная схема построения отдела?
7. Какие приемы и принципы планирования используются в организации при подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий?
8. Укажите порядок подготовки к выпуску, производству и распространения рекламной продукции?
9. Какие маркетинговые исследования практикант проводил в ходе практики?
10. Какие практикант использовал приемы и методы при подготовке к выпуску, производстве и распространению рекламной продукции?

7.4.Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Представленная к защите документация по производственной практике (тип: профессионально-творческая практика) включает в себя: отчет по практике, дневник, характеристику с места практики, задание на производственную практику и отзыв руководителя практики от Института.

Процедура защиты отчёта осуществляется в следующем порядке:

- цель и задачи производственной практики;
- краткая характеристика объекта исследования практики.
- основные результаты проведенного анализа, оценки и диагностики состояния предмета исследования;
- факторы, оказавшие наибольшее благоприятное и негативное влияние на деятельность объекта исследования;
- предложения по совершенствованию предмета исследования в соответствии с фактической рыночной, финансовой и хозяйственной характеристикой объекта исследования;
- ответ на дополнительные вопросы.

Итоговая оценка за защиту отчёта по производственной практике заносится в ведомость и в зачетную книжку студента.

8. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И РЕСУРСОВ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ", НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

8.2. Учебная литература

Основная литература

1. Евстафьев, В. А. Креатив в рекламе: учебник: [16+] / В. А. Евстафьев, А. Л. Абаев, М. А. Тюков. – 2-е изд. – Москва: Дашков и К°, 2024. – 390 с.: ил. – (Учебные издания для вузов). – Режим доступа: по подписке. – URL:https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=709798 . – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-05790-8. – Текст: электронный.

2. Инновационный маркетинг: учебник / И. А. Красюк, С. М. Крымов, Г. Г. Иванов, М. В. Кольган. – 3-е изд. – Москва: Дашков и К°, 2023. – 170 с.: табл. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL:https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=710077 . – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-05283-5. – Текст: электронный.

3. Киселев, А. А. Управление проектами: учебник: [16+] / А. А. Киселев. – Москва: Директ-Медиа, 2023. – 460 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=697955 . – Библиогр.: с. 439-446. – ISBN 978-5-4499-3517-5. – DOI 10.23681/697955. – Текст: электронный.

4. Кувшинов, Ф. В. Современный медиатекст: теория и практика: учебное пособие: [16+] / Ф. В. Кувшинов; Липецкий государственный педагогический университет им. П. П. Семенова-Тян-Шанского, Институт филологии, Кафедра русского языка и литературы. – Липецк: Липецкий государственный педагогический университет им. П.П. Семенова-Тян-Шанского, 2021. – 91 с.: табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=693948 . – Библиогр.: с. 49-81. – ISBN 978-5-907335-59-2. – Текст: электронный.

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

6. Панкратов, Ф. Г. Основы рекламы: учебник / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. – 18-е изд., стер. – Москва: Дашков и К°, 2022. – 538 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684499 . – ISBN 978-5-394-04791-6. – Текст: электронный.

7. Парсаданова, Т. Н. Что нужно знать продюсеру о медиа: учебник / Т. Н. Парсаданова; под ред. Т. Н. Парсадановой; Всероссийский государственный университет кинематографии им. С.А. Герасимова (ВГИК). – Москва: Юнити-Дана, 2024. – 376 с.: ил., табл. – (Продюсерство). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=712712 . – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-238-03747-9. – Текст: электронный.

8. Синявец, Т. Д. Бренд-менеджмент: учебник для бакалавров по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент»: [16+] / Т. Д. Синявец; Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского. – Омск: Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского (ОмГУ), 2023. – 207 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL:https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=698866 . – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7779-2602-9. – Текст: электронный.

9. Шарков, Ф. И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: учебное пособие / Ф. И. Шарков. – 5-е изд., стер. – Москва: Дашков и К°: Издательство Шаркова, 2020. – 272 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684227 . – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03640-8. – Текст: электронный.

10. Шевченко, Д. А. Основы маркетинга и маркетинговых коммуникаций: учебник: [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва: Директ-Медиа, 2022. – 268 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. –

URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686477 . – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-3057-6. – DOI 10.23681/686477. – Текст: электронный.

11. Шевченко, Д. А. Основы современного маркетинга: учебник: [16+] / Д. А. Шевченко. – 4-е изд. – Москва: Дашков и К°, 2024. – 614 с.: ил., табл., схем. – (Учебные издания для вузов). – Режим доступа: по подписке. – URL:https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=709871 . – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-05623-9. – Текст: электронный.

12. Шевченко, Д. А. Основы теории и практики связей общественностью: учебник: [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва: Директ-Медиа, 2023. – 484 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=706870 . – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-3923-4. – DOI 10.23681/706870. – текст: электронный.

13. Шевченко, Д. А. Управление брендом: учебник: [16+] / Д. А. Шевченко, Е. В. Пономарева. – Москва: Директ-Медиа, 2022. – 344 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=694021. – Библиогр.: с. 335-339. – ISBN 978-5-4499-3329-4. – Текст: электронный.

14. Шевченко, Д. А. Цифровой маркетинг: учебник: [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва: Директ-Медиа, 2022. – 185 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686507 . – Библиогр.: с. 174. – ISBN 978-5-4499-3059-0. – Текст: электронный.

15. Шпаковский, В. О. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством BTL-коммуникаций: учебное пособие: [16+] / В. О. Шпаковский, Н. М. Чугунова, И. В. Кирильчук. – 4-е изд., стер. – Москва: Дашков и К°, 2020. – 128 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573190 . – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03520-3. – Текст: электронный.

Дополнительная литература

1. HR-брендинг: учебное пособие:авт.-сост. А. И. Коломиец. – Москва: Директ-Медиа, 2022. – 136 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=683090. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-3033-0. – Текст: электронный.

2. Литвиненко, О. В. Правовое обеспечение связей с общественностью: учебное пособие: [16+] / О. В. Литвиненко. – Новосибирск: Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2021. – 112 с.: табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=694771 . – Библиогр. в кн. – Текст: электронный.

3. Миролюбова, А. А. Менеджмент и маркетинг B2B: практико-ориентированный учебник: учебник: [16+] / А. А. Миролюбова, О. Л. Ксенофонтова, И. А. Астраханцева. – Москва: Директ-Медиа, 2023. – 176 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=708439 . – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-4108-4. – DOI 10.23681/708439. – Текст: электронный.

4. Руженцева, Н. Б. Стилистика и литературное редактирование рекламных и PR-текстов: учебное пособие / Н. Б. Руженцева. – 3-е изд. стер. – Москва: ФЛИНТА, 2022. – 184 с. – Режим доступа: по подписке. – URL:https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=83470 . – ISBN 978-5-9765-1217-7. – Текст: электронный.

5. Сафронова, Н. Б. Маркетинговые исследования: учебное пособие: [16+] / Н. Б. Сафронова. – 4-е изд., стер. – Москва: Дашков и К°, 2022. – 293 с.: ил., табл. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL:https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684403 . – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-04587-5. – Текст: электронный.

6. Фомичев, А. Н. Управление проектами: учебник / А. Н. Фомичев. – Москва: Дашков и К°, 2023. – 258 с.: схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=696997 . – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-05026-8. – Текст: электронный.

7. Шевченко, Д. А. Маркетинг услуг: учебник для вузов: [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва: Директ-Медиа, 2023. – 192 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=700362 . – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-3613-4. – Текст: электронный.

8. Шевченко, Д. А. Стратегический маркетинг: учебник: [16+] / Д. А. Шевченко. – Изд. 2-е, испр. и доп. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2023. – 372 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=701347 . – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-3744-5. – DOI 10.23681/701347. – Текст: электронный.

8.2. Ресурсы сети "Интернет"

№ п/п	Интернет ресурс (адрес)	Описание ресурса
1.	http://www.rasl.ru/	Библиотека Российской академии наук (БАН)
2.	http://www.rupr.ru	Журнал «PR в России»
3.	https://grebennikon.ru/journal-8.html#volume2020-3	Журнал «Реклама. Теория и практика»
4.	http://www.advi.ru/	Журнал «Рекламные идеи»
5.	https://www.isras.ru/socis.html	Журнал «Социологические исследования»
6.	http://www.consultant.ru/	Информационная система «Консультант Плюс»
7.	http://нэб.рф/	Информационная система «Национальная электронная библиотека»
8.	http://www.prinfo.ru	Информационный портал по PR и рекламе
9.	https://elibrary.ru	Научная электронная библиотека ELIBRARY
10.	http://www.sovetnik.ru	Профессиональный PR-портал

		«Советник»
11.	http://www.raso.ru	Российский PR-портал
12.	http://www.advertology.ru	Тематический портал по рекламе, маркетингу, PR

9.ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ПРАКТИКИ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ (ПРИ НЕОБХОДИМОСТИ)

9.1.Информационные технологии, используемые при проведении практики

В процессе организации производственной практики (тип: профессионально-творческая практика) руководителями от выпускающей кафедры и руководителем от предприятия (организации) могут применяться следующие информационные технологии:

- проведение ознакомительных лекций с использованием мультимедийных технологий;
- использование дистанционной технологии при обсуждении материалов производственной практики с руководителем;
- использование мультимедийных технологий при защите практик;
- использование компьютерных технологий и программных продуктов (MSOffice и др.) необходимых для: систематизации; обработки данных; проведения требуемых программой практики расчетов; оформления отчетности; и т.д.

Информационные технологии

– сбор, хранение, систематизация и представление учебной и научной информации;

– подготовка, конструирование и презентация итогов исследовательской и аналитической деятельности;

– самостоятельный поиск дополнительного учебного и научного материала, с использованием поисковых систем и сайтов сети Интернет, электронных энциклопедий и баз данных;

– использование электронной почты преподавателей и обучающихся для рассылки, переписки и обсуждения возникших учебных проблем во время прохождения практики.

9.2.Перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

№ п/п	Название программы/Системы	Описание программы/Системы

1.	http://consultant.ru/	справочно-информационная система Консультант Плюс
2.	http://garant.ru/	справочно-информационная система «Гарант».

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

Производственная практика (тип: профессионально-творческая практика) проводится в условиях реального бизнеса на базе действующего оборудования и вычислительной техники: в отделе предприятия (организации), а также в исключительных случаях, в отделе маркетинга Института.

Материально-техническое обеспечение практики должно быть достаточным для достижения целей практики и должно соответствовать действующим санитарным и противопожарным нормам, а также требованиям техники безопасности при проведении практики.

Студентам должна быть обеспечена возможность доступа к информации, необходимой для выполнения задания по практике и написанию отчета.

Организации, учреждения и предприятия, а также подразделения Института должны обеспечить рабочее место студента компьютерным оборудованием в объемах, достаточных для достижения целей практики.

Приложение 1

ОБРАЗЕЦ ОФОРМЛЕНИЯ ТИТУЛЬНОГО ЛИСТА ОТЧЕТА ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ

УРАЛЬСКИЙ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ (филиал)
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ПРОФСОЮЗОВ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«АКАДЕМИЯ ТРУДА И СОЦИАЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ»

Факультет социально-экономический

Кафедра экономики

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профиль «Реклама и связи с общественностью»

ОТЧЕТ

о прохождении Производственной практики
(наименование практики)

Тема ВКР: _____

Этап I. Профессионально-творческая практика

Этап II. Преддипломная практика

_____
(Ф.И.О. студента)

_____ курса _____ формы обучения, учебная группа № _____

Место прохождения практики _____
(указывается полное наименование организации в соответствии с уставом)

Срок прохождения практики:

Этап I: с «____»_____20___г. по «____»_____20___ г.

Этап II: с «____»_____20___г. по «____»_____20___ г.

Руководители практики:

От института _____
(Ф.И.О., должность)

От организации _____
(Ф.И.О., должность)

Приложение 2

ТИПОВОЕ СОДЕРЖАНИЕ ОТЧЕТА ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ

ВВЕДЕНИЕ (актуальность темы исследования, цель, задачи производственной практики, объект практики – предприятие (организация), предмет исследования).

Часть 1. Отчет по производственной практике: профессионально-творческая практика

1.1. Организационно-экономическая характеристика предприятия (организации) – объекта практики, включая: историю создания, отражение специфики организационно-правовой формы, органов управления и организационной структуры предприятия (структуры управления), характеристику видов деятельности и выпускаемой продукции (оказываемых услуг, выполняемых работ).

1.2. Результаты анализа параметров внешней и внутренней среды организации, SWOT-анализа.

1.3. Результаты анализа и оценки существующего положения компании, с указанием причин, приведших к началу рекламной или PR-кампании.

1.4. Результаты выделения и анализа целевой аудитории.

1.5. Результаты определения каналов коммуникации с целевой аудиторией. Обоснование выбора СМИ.

1.6. Обоснование цели, задач, сценария, графика проведения специального мероприятия.

Часть 2. Отчет по преддипломной практике.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ (степень решения задач исследования***)***

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

Приложение 3

Отзыв (характеристика) на студента
руководителя практики от организации

(навыки, активность, дисциплина, помощь организации, качество и достаточность собранного материала для отчета и выполненных работ, поощрения и т.п., рекомендованная оценка за практику)

_____
_____
_____

М.П.

Руководитель практики
от организации (предприятия) _____ /_____
(подпись) *(расшифровка подписи)*

«_____» _____ 20____ г.

Приложение 4

Рецензия
на отчет по производственной практике руководителя от Института

(уровень подготовки, квалификация, выполнение графика практики, соответствие представленного отчета заданию на учебную практику, дисциплинированность и т. д.)

_____
_____
_____
_____

Руководитель практики
от института _____ /_____
(подпись) *(расшифровка подписи)*

«_____» _____ 20____ г.

Приложение 5

ПРИМЕРНОЕ ЗАДАНИЕ НА ПРОИЗВОДСТВЕННУЮ ПРАКТИКУ (ТИП ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКАЯ ПРАКТИКА)

УРАЛЬСКИЙ СОЦИАЛЬНО – ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ) ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ПРОФСОЮЗОВ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«АКАДЕМИЯ ТРУДА И СОЦИАЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ»
Кафедра экономики

ЗАДАНИЕ
по производственной практике

Студент _____
(фамилия, имя, отчество)

1. Тематика, цель, задачи, объект и предмет практики_____
_____

2. В части профессионально-творческой практики:

2.1. Дать организационно-экономическую характеристику предприятия (организации)

2.2. Провести анализ параметров внешней и внутренней среды организации, SWOT-анализ.

2.3. Провести анализ и оценку существующего положения компании, с указанием причин, приведших к началу рекламной или PR-кампании.

2.4. Выделить анализ целевой аудитории.

2.5. Определить каналы коммуникации с целевой аудиторией.

2.6. Обосновать цели, задач, сценария, график проведения специального мероприятия.

3. В части преддипломной практики студенту необходимо:

4. Основная рекомендуемая литература _____

Задание выдал руководитель практики

_____ _____
(Ф.И.О., степень, звание, должность) (подпись)

Задание принял к исполнению _____
(подпись)

Дата выдачи задания «____» _____ 20__ г.

Приложение 6

УРАЛЬСКИЙ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ) ОУП ВО «АТ и СО»

ФАКУЛЬТЕТ **СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ**
НАПРАВЛЕНИЕ **42.03.01 Реклама и связи с общественностью**
ПРОФИЛЬ **«Реклама и связи с общественностью»**
КАФЕДРА **экономики**

ДНЕВНИК ПРОХОЖДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

*Студента(ки)*_____*курса*_____*группы*

_____

(фамилия, имя, отчество)

Место прохождения практики _____

Руководитель практики от предприятия_____

(должность, фамилия, имя, отчество)

Месяц и число	Подразделение предприятия	Краткое описание выполненной работы	Подпись руководителя практики
тип производственной практики: профессионально-творческая практика			
тип производственной практики: преддипломная практика			

Начало практики_____ Конец практики_____

Подпись практиканта_____

Содержание и объем выполненных работ подтверждаю.

Руководитель практики от предприятия _____ _____

(подпись) (Ф.И.О.)