Нестеренко Ирина Юрьевна

Подписано цифровой подписью: Нестеренко Ирина Юрьевна
Дата: 2026.10.07 11:22:05 +05'00'

УТВЕРЖДАЮ
Заместитель директора Ур СЭИ (филиал) ОУП ВО «АТиСО» по УВР

_____ О.В. Зубкова

«21» апреля 2026 г.

ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

УЧЕБНАЯ ПРАКТИКА: ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНАЯ 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: общественных и гуманитарных дисциплин

Разработчики программы:
Ст. преподаватель С.В. Линьков
Программа обсуждена на заседании кафедры ОиГД

ВРИО заведующего кафедрой общественных и гуманитарных дисциплин
_____ О.В. Зубкова

2026 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
2.1Планируемые результаты обучения при прохождении практики…….4
2.2. Примерное задание на практику……..9
3.МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ..... 10
4.ОБЪЕМА ПРАКТИКИ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ И ЕЕ ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТИ В НЕДЕЛЯХ ЛИБО В АКАДЕМИЧЕСКИХ ИЛИ АСТРОНОМИЧЕСКИХ ЧАСАХ 11
5.СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ……..11
6.ФОРМЫ ОТЧЕТНОСТИ ПО ПРАКТИКЕ……13
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)..... 22
10.ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ..... 23
ПРИЛОЖЕНИЯ……...24

1. ВИД ПРАКТИКИ, СПОСОБ И ФОРМА ЕЕ ПРОВЕДЕНИЯ

Вид практики учебная.

Тип практики Профессионально-ознакомительная практика.
Учебная практика проводится в форме:
непрерывно - путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения практики.

Данный вид практики направлен на формирование первоначальных представлений о функционировании различных подразделений / компаний, занятых в сфере рекламы и / или связей с общественностью, способствует формированию первичных навыков профессиональной деятельности. Это подразумевает закрепление начальных профессиональных умений и навыков, полученных в процессе первого года обучения. В рамках практики Организация вправе самостоятельно установить помимо обязательных профессиональных компетенций любой перечень профессиональных компетенций.

Общее руководство учебной практикой осуществляется ответственным за проведение учебной практики на выпускающей кафедре.

По месту прохождения практики может быть назначен куратор практики от предприятия (организации).

В обязанности руководителя практики входит:
- утверждение задания;
- организация работы практиканта по выполнению отдельных этапов в соответствии с заданием учебной практики;
- консультирование и контроль за полнотой усвоения студентами программных вопросов;
- проверка содержания записей в дневнике практиканта;
- просмотр подобранных материалов для сдачи зачёта по практике.

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

1. Цели учебной практики

Целями учебной практики являются: освоение ряда элементарных трудовых действий, описанных в соответствующих профессиональных стандартах.

2. Задачи учебной практики

Задачами учебной практики являются закрепление и углубление полученных теоретических знаний, и приобретение необходимых практических умений и навыков по избранному направлению, использование результатов практики в дальнейшей научно- исследовательской деятельности.

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

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

К задачам учебной практики относятся:

- изучить последовательность и методы проведения продуктового конкурентного анализа в компании;
- изучить последовательность и методы разработки нового продукта;
- изучить методы представления результатов разработки рекламной компании для продукта (продуктов) компании.

Формируемые учебной практикой 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*)*.

2.1.Планируемые результаты обучения при прохождении практики

При прохождения учебной практики «Учебная практика (профессионально-ознакомительная)» обучающийся должен быть готов решать следующие профессиональные задачи:

- участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными службами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации;
- участие в формировании и поддержании корпоративной культуры;
- участие в разработке, подготовке к выпуску, производстве и распространении рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы;
- участие в подготовке проектной и сопутствующей документации, связанной с проведением рекламных кампаний и отдельных мероприятий (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);
- участие в проектировании и технологическом обеспечении реализуемых проектов.

В результате прохождения учебной практики «Учебная практика (профессионально-ознакомительная)» у обучающихся должны быть

сформированы элементы следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»:

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 осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке (ах)	УК-4.1. Знает принципы построения 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
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

Категория (группа) общепрофес-сиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
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
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 учебной практики, объект практики – предприятие (организация), предмет учебной практики, зафиксировать во введении к отчету по учебной практике.

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

3. Провести продуктовый конкурентный анализ в компании по направлениям:

-уникальное торговое предложение;
- дизайн;
- цена;
- позиционирование;
- ассортимент;

4. Разработать новый продукт для компании и при разработке:
- определить целевую аудиторию;
- оценить емкость рынка;
- определить позиционирование товара;
- разработать уникальное торговое предложение;
- разработать план вывода продукта на рынок;
- просчитать срок окупаемости;

5. Разработать рекламную компанию для продукта (продуктов) компании, исходя из:
- бюджета;
- целевой аудитории;
- параметров эффективности.

Разработка рекламной компании должна включать креативы для минимум трех каналов коммуникации и должна быть подробно описана (показана) в презентации. Рекламная компания должна учитывать текущие креативы конкурентов и обосновывать, почему данная рекламная компания сможет им противодействовать.

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

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

8.Сдать отчет по учебной практике на проверку на бумажном носителе (руководителю практики от института) и в электронной форме (методисту кафедры общественных и гуманитарных дисциплин).

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».

Учебная практика (профессионально-ознакомительная) 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 учебной практики направлена на обеспечение непрерывности и последовательности овладения студентами профессиональной деятельностью в соответствии с требованиями к уровню

подготовки бакалавра. Учебная 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 учебной практики являются знания, которые были получены при изучении таких дисциплин как: «Основы маркетинга», «Теория и практика информационно-аналитической работы», «Основы теории коммуникаций», «Маркетиновые исследования и ситуационный анализ», «Теоретические основы PR», «Теория и практика создания рекламного продукта» и д.р.

Во время прохождения учебной практики у студента формируется база практических знаний для освоения профессиональных дисциплин, изучаемых на 4 курсе.

Прохождение учебной практики необходимо как предшествующее для изучения дисциплин «Диджитал-маркетинг», «Медиапланирование», «Ивент-менеджмент», «SMM», «Анализ информационного поля в PR» и др.

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 учебной практики составляет 6 зачетных единиц, 4 недели, 216 часов.

5. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

1. Место и время проведения учебной практики

Учебная практика проводится в соответствии с учебным планом в объеме 4 недель для студентов:

- очной формы обучения – на 3 курсе;
- заочной формы обучения – на 4 курсе;

Практика должна организовываться с целью более углубленного изучения отдельных специальных дисциплин и специализаций в организациях учебной сферы, в компаниях и фирмах различных форм собственности.

Учебная 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 учебной практики

№ 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 учебной практики: общий инструктаж, инструктаж по использованию форм рабочих и отчетных документов. 2. Организационная работа по распределению студентов по базам практики. 3. Выдача студентам форм рабочих и отчетных документов по практике: дневник практики студента, шаблон отчета о прохождении практики, заданий. 4. Встреча студентов с руководителями практики в организациях. 5. Ознакомление с организацией, производственный инструктаж, инструктаж по технике безопасности.	2 ч. 2 ч. 2 ч. 2 ч. 8 ч. Итого 16 ч.	Отметки в ведомостях о прохождении студентами инструктажа, о получении форм рабочих и отчетных документов для учебной практики.	Список компетенций определяется преподавателем
2	Учебно-ознакомительный	1.Ознакомление со структурами СМИ, профильных подразделений предприятий и организаций, изучение практики их работы. Чтение и анализ литературы, подбор материалов. 2.Сбор фактического материала по теме задания. 3. Выполнение производственных заданий.	16 ч. 32 ч. 32 ч. Итого 80 ч.	Консультации у руководителя практики, анализ и обсуждение подготовленных материалов. Доработка материалов с учетом замечаний и представления их для утверждения руководителем практики.	Список компетенций определяется преподавателем
3	Научно-исследова	1.Сбор материала, подготовка инструментария для	16ч.	Консультации у руководителя	Список компе-

	тельский	аналитического исследования по теме задания 2.Обработка и анализ собранных материалов по теме исследования	16 ч. Итого 32 ч.	практики, анализ и обсуждение собранных материалов	тенций определяется преподавателем
4	Обработка и анализ полученной информации	1. Систематизация, обработка материалов практики, наблюдений и измерений. 2. Обсуждение и анализ полученной информации, проведенных наблюдений и измерений с руководителем практики, коллегами-практикантами.	32 ч . 16 ч. Итого 48 ч.	Обсуждение выполненных студентом производственных заданий с руководителем практики, с коллегами-практикантами.	Список компетенций определяется преподавателем
5	Подготовка и защита отчёта по практике	1. Самостоятельный анализ итогов работы в ходе учебной практики, написание и оформление отчетных материалов. 2. Оформление отчета по практике и его представление на кафедру. 3. Защита итогового отчета по учебной практике перед комиссией кафедры.	16 ч. 16 ч. 8 ч. Итого 40 Итого 216ч.	Итоговый отчет по учебной практике: а) заполненный дневник практиканта; б) отчет практиканта о прохождении практики; в) отзыв руководителя практики. Оценка: дифференцированный зачет	Список компетенций определяется преподавателем

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 учебной практики – 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	6		8
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	6		8
3	УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	6		8
4	УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке (ах)	6		8
5	УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском	6		8

	контекстах			
6	УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	6		8
7	УК-7 Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	6		8
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	6		8
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	6		8
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	6		8
11	ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	6		8
12	ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	6		8
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	6		8
14	ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	6		8
15	ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	6		8

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. Назовите общую структуру предприятия, основные функции и задач, решаемые предприятием?
4. Какие виды продукции, работ, услуг производится на предприятии?
5. Каким образом осуществляется продвижении продукции, реклама?
6. В чем специфика PR компании?
7. Какие цели практики были поставлены перед обучающимся и как они выполнены в период прохождения практики?
8. Какие задания были выполнены студентом за время прохождения практики, какие результаты получены?
9. Какие навыки и практические умения приобрел обучающийся в период прохождения практики?
10. Какой опыт приобрел обучающийся в период практики?

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

Представленная к защите документация по учебной практике включает в себя: отчет по практике, дневник, характеристику с места практики, задание на учебную практику и отзыв руководителя практики от Института.

Процедура защиты отчёта осуществляется в следующем порядке:

- характеристика предприятия прохождения практики, организация рекламы и продвижения, опыт PR.
- доклад и защита отчета о прохождении практики на предприятии;
- предложения по улучшению деятельности предприятия в сфере рекламы и связей с общественностью;
- ответ на дополнительные вопросы.

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

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

8.1 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. 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.
3. 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.
4. 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.
5. Целых, А. Н. Современные программные сервисы информационно-аналитической деятельности: учебное пособие: [16+] / А. Н. Целых, Л. А. Целых; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону: Южный федеральный университет, 2023. – 141 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=712789 . – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9275-4426-4. – Текст: электронный.
6. Шевченко, Д. А. Основы маркетинга и маркетинговых коммуникаций: учебник: [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва: Директ-Медиа, 2022. – 194 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.

7. 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.

8. Шевченко, Д. А. Основы теории и практики рекламы: учебник: [16+] / Д. А. Шевченко, М. В. Гундарин; под общ. ред. Д. А. Шевченко. – Москва: Директ-Медиа, 2023. – 392 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL:https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=705395 . – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-3865-7. – DOI 10.23681/705395. – Текст: электронный.

9. 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.

Дополнительная литература

1. 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.

2. 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.

3. 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

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 учебной практики 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 учебной 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

Учебная 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 учебных и научно-производственных работ.

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 УЧЕБНОЙ ПРАКТИКЕ

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

Факультет социально-экономический

Кафедра общественных и гуманитарных дисциплин

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

(полный код и наименование)

ОТЧЕТ

о прохождении Учебной практики

(наименование практики)

Тип практики: Профессионально-ознакомительная практика

_____

(Ф.И.О. студента)

_____ курса _____ формы обучения, учебная группа № _____

Место прохождения практики _____

(указывается полное наименование организации в соответствии с уставом)

Срок прохождения практики: 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 УЧЕБНОЙ ПРАКТИКЕ

1. ВВЕДЕНИЕ (цель, задачи учебной практики, объект практики – предприятие (организация), предмет учебной практики).
2. ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ.

   Организационно-экономическая характеристика предприятия (организации) – объекта практики.

   Результаты продуктового конкурентного анализа в компании по направлениям:

   -уникальное торговое предложение;
   - дизайн;
   - цена;
   - позиционирование;
   - ассортимент;

   Результаты разработки нового продукта для компании с учетом:

   - определения целевой аудитории;
   - результатов оценки емкости рынка;
   - определения позиционирования товара;
   - разработки уникального торгового предложения;
   - разработки плана вывода продукта на рынок;
   - расчета срока окупаемости;

   Результаты разработки рекламной компании для продукта (продуктов) компании, исходя из:

   - бюджета;
   - целевой аудитории;
   - параметров эффективности.
3. ЗАКЛЮЧЕНИЕ (степень решения задач учебной практики)
4. 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 об учебной 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

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

Кафедра общественных и гуманитарных дисциплин

ЗАДАНИЕ

по учебной практике

Студент _____
(фамилия, имя, отчество)

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

2. Исходные данные к выполнению задания (основные документы, характеризующие предприятие (организацию)_____
_____
_____

3. Основная рекомендуемая литература _____
_____
_____

4. Перечень необходимых графических материалов и таблиц _____
_____

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 **общественных и гуманитарных дисциплин**

ДНЕВНИК ПРОХОЖДЕНИЯ УЧЕБНОЙ 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

Начало практики_____ Конец практики_____

Подпись практиканта_____

Содержание и объем выполненных работ подтверждаю.

Руководитель практики от предприятия _____ _____

(подпись) (Ф.И.О.)