

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Комсомольский-на-Амуре государственный университет»

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета

Социально-гуманитарный факультет

(наименование факультета)

*И.В. Цевелева*

Цевелева И.В.

(подпись, ФИО)

« 30 » *июль* 20 20 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ**  
**«Производственная практика»**  
**(«профессионально-творческая практика»)**

Направление подготовки	<i>42.03.01 Реклама и связи с общественностью</i>	
Направленность (профиль) образовательной программы	<i>Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии</i>	
Квалификация выпускника	<i>Бакалавр</i>	
Год начала подготовки (по учебному плану)	<i>2020</i>	
Форма обучения	<i>очная</i>	
Технология обучения	<i>традиционная</i>	
Реализация практической подготовки	<i>практика реализуется в форме практической подготовки частично</i>	
Курс	Семестр	Трудоемкость, з.е.
<i>3</i>	<i>6</i>	<i>6</i>
Вид промежуточной аттестации	Обеспечивающее подразделение	
<i>«Зачет с оц»</i>	<i>Кафедра «История и культурология»</i>	

Комсомольск-на-Амуре 2020

Разработчик рабочей программы практики:

Доцент, Кандидат исторических наук  
(должность, степень, ученое звание)



(подпись)

Акसेнов А.А  
(ФИО)

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой  
«История и культурология»  
(наименование кафедры)



(подпись)

Петрунина Ж.В.

(ФИО)

## Введение

Рабочая программа и фонд оценочных средств практики «Производственная практика («профессионально-творческая практика»)» составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 512 и основной профессиональной образовательной программы «Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии» по направлению подготовки «42.03.01 Реклама и связи с общественностью».

Практическая подготовка реализуется на основе:

- Профессиональный стандарт 06.009 «СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ». Обобщенная трудовая функция: В. Организация продвижения продукции СМИ

- Профессиональный стандарт 06.013 «СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНФОРМАЦИОННЫМ РЕСУРСАМ». Обобщенная трудовая функция: С. Управление (менеджмент) информационными ресурсами

## 1 Общие положения

Вид практики	производственная практика
Тип практики	профессионально-творческая практика
Цель практики	<ul style="list-style-type: none"><li>- закрепление знаний о задачах рекламной организации и специфике ее работы;</li><li>- формирование представлений об организационной структуре рекламной организации;</li><li>- закрепление теоретических знаний, полученных в ходе изучения учебных дисциплин;</li><li>- формирование представлений о профессиональных умениях и навыках, в том числе умениях и навыках научно-исследовательской деятельности.</li></ul>
Задачи практики	<ul style="list-style-type: none"><li>- сформировать навыки проведения анализа медийных ресурсов организации;</li><li>- закрепить и углубить теоретическую подготовку обучающегося о проведении и подборе необходимых медийных ресурсов в целях рекламы и PR;</li><li>- дать представление о составлении резюме бизнес-плана рекламного или PR-проекта;</li><li>- изучить подходы в определении целей и задач рекламного или PR-проекта;</li><li>- сформировать навыки разработки рекламного и PR-проект (часть проекта) с использованием Интернет-технологии.</li></ul>
Способ проведения практики	стационарная, выездная

## 2 Перечень планируемых результатов обучения по практике, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения практики «Производственная практика («профессионально-творческая практика»)» направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и основной образовательной программой (таблица 1):

Таблица 1 – Компетенции и индикаторы их достижения

Код по ФГОС	Индикаторы достижения	Планируемые результаты обучения по практике
Универсальные		
-	-	-
Общепрофессиональные		
<p>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</p>	<p>ОПК-1.1 Знает особенности и правила подготовки медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, являющихся составляющими кампании в области рекламы и связей с общественностью                      ОПК-1.2 Умеет самостоятельно, в соответствии с формальными и содержательными требованиями, создавать тексты различных видов и жанров                      ОПК-1.3 Владеет навыками подготовки конкретных текстов и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов, являющихся составляющими кампании в области рекламы и связей с общественностью</p>	<p>Знать особенности и правила подготовки медиатекстов и (или) медиапродуктов                      Уметь самостоятельно, в соответствии с формальными и содержательными требованиями, создавать тексты различных видов и жанров                      Владеть навыками подготовки конкретных текстов различных жанров и форматов, являющихся составляющими кампании в области рекламы и связей с общественностью</p>
<p>ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p>	<p>ОПК-2.1 Знает особенности, структуру, функции и виды социальных и политических институтов                      ОПК-2.2 Умеет использовать знание социальных и политических институтов при разработке рекламных и PRмероприятий                      ОПК-2.3 Владеет навыками использования знаний социальных и политических институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) коммуникационных продуктов</p>	<p>Знать особенности, структуру, функции и виды социальных и политических институтов                      Уметь использовать знание социальных и политических институтов при разработке рекламных и PRмероприятий                      Владеть навыками использования знаний социальных и политических институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) коммуникационных продуктов</p>
<p>ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) ком-</p>	<p>ОПК-3.1 Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса                      ОПК-3.2 Умеет использовать знание отечественной и мировой культуры при разработке рекламных и PR-мероприятий</p>	<p>Знать особенности отечественного и мирового культурного процесса (в рамках анализа конкретного рекламного продукта).                      Уметь использовать зна-</p>

Код по ФГОС	Индикаторы достижения	Планируемые результаты обучения по практике
коммуникационных продуктов	ОПК-3.3 Владеет навыками использования достижений отечественной и мировой культуры, а также средств художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	знание отечественной и мировой культуры при разработке рекламных и PR-мероприятий Владеть навыками использования достижений отечественной и мировой культуры (в рамках анализа конкретного рекламного продукта), в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1 Знает особенности, структуру целевой аудитории ОПК-4.2 Умеет определять целевую аудиторию и её характеристики, соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп ОПК-4.3 Владеет навыками использования социологического инструментария для исследования целевой аудитории	Знать особенности целевой аудитории Уметь определять целевую аудиторию и её характеристики Владеть навыками использования социологического инструментария для исследования целевой аудитории в рамках брендинга и исследования имиджа
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	ОПК-5.1 Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ОПК-5.2 Умеет осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы ОПК-5.3 Владеет навыками разработки продукта в области рекламы и связей с общественностью с учетом особенностей регионального, национального и международного медиакоммуникационного разви-	Знать совокупность этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем Уметь осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью Владеть навыками разработки продукта в области рекламы и связей с общественностью.

Код по ФГОС	Индикаторы достижения	Планируемые результаты обучения по практике
	тия	
<p>ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности</p>	<p>ОПК-6.1 Знает современные технические средства и информационнокоммуникационные технологии, применяемые в профессиональной деятельности  ОПК-6.2 Умеет использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационнокоммуникационные технологии  ОПК-6.3 Владеет навыками применения современных технических средств и информационнокоммуникационных технологий в профессиональной деятельности на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p>	<p>Знать современные технические средства и информационнокоммуникационные технологии, применяемые в профессиональной деятельности  Уметь использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационнокоммуникационные технологии  Владеть навыками применения современных технических средств и информационнокоммуникационных технологий в профессиональной деятельности</p>
<p>ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности</p>	<p>ОПК-7.1 Знает правовые и этические основы профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью  ОПК-7.2 Умеет осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом  ОПК-7.3 Владеет навыком правовой и этической оценки профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью</p>	<p>Знать правовые и этические основы профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью  Уметь осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью  Владеть навыком правовой и этической оценки профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью</p>
<b>Профессиональные</b>		
<p>ПК-1 Способен планировать, разрабатывать и осуществлять коммуникационные проекты, владеть отдельными методами их реализации</p>	<p>ПК-1.1 Знает особенности, технологии и методы планирования, разработки и осуществления проектов в области рекламы и связей с общественностью  ПК-1.2 Умеет самостоятельно использовать традиционные и но-</p>	<p>Знать особенности, технологии и методы планирования, разработки и осуществления проектов в области рекламы и связей с общественностью для правильного выбора</p>

Код по ФГОС	Индикаторы достижения	Планируемые результаты обучения по практике
	<p>вейшие методы и технологии разработки и осуществления проектов в области рекламы и связей с общественностью</p> <p>ПК-1.3 Владеет навыками разработки и осуществления коммуникационных проектов и мероприятий</p>	<p>маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации</p> <p>Уметь самостоятельно использовать традиционные и новейшие методы и технологии разработки и осуществления проектов в области рекламы и связей с общественностью для выбора маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации</p> <p>Владеть навыками разработки и осуществления коммуникационных проектов и мероприятий</p>
<p>ПК-2 Способен осуществлять подготовку необходимой проектной документации</p>	<p>ПК-2.1 Знает особенности, виды и методы подготовки проектной документации в области рекламы и связей с общественностью</p> <p>ПК-2.2 Умеет готовить необходимую проектную документацию в области рекламы и связей с общественностью</p> <p>ПК-2.3 Владеет навыками подготовки в соответствии с формальными и содержательными требованиями необходимой проектной документации в области рекламы и связей с общественностью</p>	<p>Знать особенности, виды и методы оценки эффективности работы сайта на основе имеющихся данных</p> <p>Уметь готовить необходимую проектную документацию в области рекламы и связей с общественностью для оценки эффективности работы сайта на основе имеющихся данных</p> <p>Владеть навыками подготовки в соответствии с формальными и содержательными требованиями необходимой для оценки эффективности работы сайта на основе имеющихся данных</p>
<p>ПК-3 Способен осуществлять коммуникационную кампанию в сети Интернет</p>	<p>ПК-3.1 Знает особенности и технологии осуществления рекламной и PR кампаний в сети Интернет</p> <p>ПК-3.2 Умеет самостоятельно планировать и осуществлять рекламные и PR-мероприятия в сети Ин-</p>	<p>Знать особенности и технологии оценки эффективности работы сайта на основе имеющихся данных</p> <p>Уметь осуществлять</p>

Код по ФГОС	Индикаторы достижения	Планируемые результаты обучения по практике
	тернет ПК-3.3 Владеет навыками использования возможностей сети Интернет в целях рекламы и связей с общественностью	оценку эффективности работы сайта на основе имеющихся данных Владеть навыками оценки эффективности работы сайта на основе имеющихся данных

## 2 Место практики в структуре образовательной программы

Практика «Производственная практика» («профессионально-творческая практика») проводится на 3 курсе в 6 семестре.

Практика входит в состав блока 2 «Практики» и относится к обязательной части.

Для освоения практики необходимы знания, умения, навыки, сформированные при изучении следующих дисциплин: ОПК-1 «Иностранный язык», Мастер-класс «Тексты в рекламе», «Стилистика и литературное редактирование», «Риторика», Мастер-класс «Тексты в связях с общественностью», «Журналистика», Учебная практика (профессионально-ознакомительная практика); ОПК-2 «Социология», «Политология»; ОПК-3 «Культурология»; ОПК-4 «Социология», «Социология и психология массовых коммуникаций», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ»; ОПК-5 «Медиаменеджмент», «Управление инновационными проектами», «Медиаарилейшнз»; ОПК-6 «Продвижение в интернете», «Коммуникации в постиндустриальном обществе», «Информационные системы и технологии в рекламной деятельности», «Аудиовизуальные технологии в рекламе и связях с общественностью», «Дизайн в рекламе и связях с общественностью», «Технологии связей с общественностью», «Технологии рекламы», «Современные технологии в рекламе и связях с общественностью», Учебная практика (профессионально-ознакомительная практика); ОПК-7 «Государственное и общественное регулирование рекламно-информационной деятельности», «Управление инновационными проектами», Учебная практика (профессионально-ознакомительная практика); ПК-1 «Теория связей с общественностью», «Теория рекламы», «Имиджелогия», «Брендинг», «Связи с общественностью в кризисных ситуациях», «Мастер-класс «Проектирование в рекламе», «Презентация проектов в рекламе и связях с общественностью», «Организация работы отдела рекламы», «Организация работы отдела связей с общественностью», «Мастер-класс «Проектирование в связях с общественностью», «Бизнес-планирование в рекламе и связях с общественностью», «Медиапланирование», «Пресс-служба», «Репутационный менеджмент»; ПК-2 «Интернет-журналистика», «Социальные сети как средство коммуникации», «Медиапланирование», «Продвижение в интернете» / «Коммуникации в постиндустриальном обществе»; ПК-3 «Интернет-журналистика», «Социальные сети как средство коммуникации», «Пресс-служба», «Продвижение в интернете», «Коммуникации в постиндустриальном обществе», «Информационные системы и технологии в рекламной деятельности», «Аудиовизуальные технологии в рекламе и связях с общественностью».

Знания, умения и опыт профессиональной деятельности, полученные в ходе практики, необходимы для успешного освоения следующих дисциплин / практик /, выполнения ВКР: ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6, ОПК-7, ПК-1, ПК-2, ПК-3 «Производственная практика» (профессионально-творческая практика), 8 семестр, «Производственная практика» (преддипломная практика).

Практика «Производственная практика («профессионально-творческая практика»)» в рамках воспитательной работы с обучающимися способствует воспитанию самостоятельности личности, точности в работе и ответственности, происходит процесс привлечения студентов к профессиональному труду, сущность которого заключается в приобщении студентов к профессионально-трудовой деятельности и к связанным с ней социальным функциям в соответствии с направлением подготовки и будущим уровнем квалификации. Во время практики формируются сознательное отношение к выбранной профессии, социальная компетентность, навыки межличностного делового общения, а также такие качества личности, как трудолюбие, рациональность, профессиональная этика, способность принимать решения, умение работать и другие. Происходит знакомство студентов с основами профессии, профессиональным опытом и этикой, повышение уровня адаптации к современному рынку труда.

«Производственная практика («профессионально-творческая практика»)» частично реализуется в форме практической подготовки.

### 3 Объем практики в зачетных единицах и ее продолжительность

Общая трудоемкость практики составляет 6 з.е. (216 акад. час.)

Продолжительность практики 4 нед. в соответствии с утвержденным календарным учебным графиком.

Распределение объема практики по разделам (этапам) представлено в таблице 2.

Таблица 2 – Объем практики по разделам (этапам)

№	Разделы (этапы) практики	Продолжительность	
		очная форма обучения	
		Кол-во недель	Кол-во в часах
1	Подготовительный этап	0,1	5
2	Основной этап	3,4	184
3	Завершающий этап	0,5	27
	Итого	4	4

### 4 Содержание практики

Таблица 3 – Структура и содержание практики по разделам (этапам)

Наименование разделов	Содержание раздела (этапа) практики	Форма проведения или контроля	Трудоемкость (в часах)
<b>Раздел 1 Подготовительный этап</b>			
	<i>Оформление документов по прохождению практики</i>		2 часа
	<i>Оформление временных пропусков для прохода в профильную организацию (при необходимости).</i>		
	<i>Проведение медицинских осмотров (обследований) в случае выполнения обучающимся работ, при выполнении которых проводятся обязательные предварительные и периодические</i>		

Наименование разделов	Содержание раздела (этапа) практики	Форма проведения или контроля	Трудоемкость (в часах)
	<i>медицинские осмотры (обследования) в соответствии с законодательством РФ</i>		
	<i>Вводный инструктаж по правилам охраны труда, технике безопасности, пожарной безопасности, правилам внутреннего распорядка</i>		<i>1 час</i>
<b>Текущий контроль по разделу 1</b>		<i>Собеседование по правилам охраны труда, технике безопасности, пожарной безопасности, правилам внутреннего распорядка</i>	<i>2 часа</i>
<b>Раздел 2 Основной этап</b>			
	<i>Выполнение индивидуальных заданий практики</i>		<i>140 часов</i>
	<i>Консультации руководителя(-ей) практики о ходе выполнения заданий, оформлении и содержании отчета, по производственным вопросам</i>	<i>Собеседование с обучающимся</i>	<i>30 часов</i>
	<i>Подготовка отчета по практике</i>	<i>Разделы отчета по практике</i>	<i>14 часов</i>
<b>Текущий контроль по разделу 2</b>		<i>Результаты выполненной работы</i>	
<b>Раздел 3 Завершающий этап</b>			
	<i>Проверка отчета по практике, доработка отчета, оформление характеристики руководителя(-ей) практики, подготовка к собеседованию</i>	<i>Отчет по практике, дневник практики</i>	<i>25 часов</i>
<b>Текущий контроль по разделу 3</b>		<i>Отчет по практике</i>	
<b>Промежуточная аттестация по практике</b>	<i>Собеседование</i>	<i>«Зачет_с_оц»</i>	<i>2 часа</i>

## 5 Формы отчетности по практике

Формами отчетности по практике являются:

1. Дневник по практике, который содержит:
  - ФИО студента, группа, факультет;

- номер и дата выхода приказа на практику;
- сроки прохождения практики;
- ФИО руководителей практики от университета и профильной организации, их должности;
- цель и задание на практику;
- график прохождения практики;
- отзыв о работе студента.

## 2. Отчет обучающегося по практике.

В отчет по практике включаются:

- титульный лист;
- содержание;
- индивидуальное задание;
- введение;
- основная часть;
- заключение;
- список использованных источников;
- приложения (при необходимости).

## 6 Оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по практике

Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации представлен в Приложении 1.

Полный комплект контрольных заданий или иных материалов, необходимых для оценивания результатов обучения по практике хранится на кафедре-разработчике в бумажном и электронном виде.

## 7 Учебно-методическое и информационное обеспечение практики

### 7.1 Основная литература

1 РИ ФГБОУ ВО «КнАГУ» У. 008-2020. Организация и проведение практик обучающихся. – Введ. 2020-10-12. – Комсомольск-на-Амуре : ФГБОУ ВО «КнАГУ», 2020. – 29 с.

2 Об образовании в Российской Федерации : федер. закон от 29.12.2012 г. N 273-ФЗ // «Консультант плюс» : электронно-справочная система. – Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_140174/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140174/). – Загл. с экрана (дата обращения 18.05.2021).

3 Трудовой кодекс Российской Федерации : федер. закон от 30 декабря 2001 года N 197-ФЗ // «Консультант плюс» : электронно-справочная система. – Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_34683/?gclid=Cj0KCQiA\\_8OPBhDtARIsAKQu0gYVOIU0GmO5za2aMchywjEvC12mpMxGpczKEKKRCi8YwQuZdUJAZhoaAlo6EALw\\_wcB](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34683/?gclid=Cj0KCQiA_8OPBhDtARIsAKQu0gYVOIU0GmO5za2aMchywjEvC12mpMxGpczKEKKRCi8YwQuZdUJAZhoaAlo6EALw_wcB). – Загл. с экрана (дата обращения 18.05.2021).

4 Устав ФГБОУ ВО «КнАГУ» – Введ. 2018-28-11 № 1074. – Комсомольск-на-Амуре : ФГБОУ ВО «КнАГУ», 2018. – 41 с.

5 Герасимов, Б. И. Виды и средства распространения рекламы / Б. И. Герасимов, Н. В. Молоткова, М. А. Блюм. – Москва : Форум, 2020 – 128 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php>, ограниченный. – Загл. с экрана (дата обращения 18.05.2021).

6 Гохман, О. Я. Реклама: язык, речь, общение / О. Я. Гохман, В. М. Лейчик. – Москва - НИЦ ИНФРА-М, 2018. – 288 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная

система. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php>, ограниченный. – Загл. с экрана (дата обращения 18.05.2021).

7 Вельская, Г. Г. Реклама социальных проектов / Г. Г. Вельская. – Москва : Дашков и К, 2021 – 94 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php>, ограниченный. – Загл. с экрана (дата обращения 18.05.2021).

8 Шишова, Н. В. Теория и практика рекламы [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н. В. Шишова, А. С. Подопригра, Т. В. Акулич - Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 299 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php>, ограниченный. – Загл. с экрана (дата обращения 18.05.2021).

9 Коноваленко, М. Ю. Деловые коммуникации: учебник для бакалавров / М. Ю. Коноваленко, В. А. Коноваленко. – Москва : Юрайт, 2013. – 468 с.

10 Горбунов, В. Л. Бизнес-планирование с оценкой рисков и эффективности проектов [Электронный ресурс] : научно-практическое пособие / В. Л. Горбунов. - М. : ИЦ РИОР: НИЦ ИНФРА-М, 2013 - 248 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php>, ограниченный. – Загл. с экрана (дата обращения 18.05.2021).

11 Шунейко, А. А. Введение в теорию коммуникации: учебное пособие / А. А. Шунейко, И. А. Авдеенко. - Комсомольск-на-Амуре : изд-во Комсомольского-на-Амуре гос.техн.ун-та, 2014. – 134 с.

12 Волков, А. С. Бизнес-планирование [Электронный ресурс] : учеб. пособие. — Москва : РИОР: ИНФРА-М, 2016. — 81 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php>, ограниченный. – Загл. с экрана (дата обращения 18.05.2021).

## 7.2 Дополнительная литература

13 1 Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс] : учебник / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин - Москва : Дашков и К, 2017. - 488 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php>, ограниченный. – Загл. с экрана (дата обращения 18.05.2021).

2 Брендинг как коммуникативная технология XXI века [Электронный ресурс] : Материалы Первой Всероссийской научно-практической конференции 1 декабря 2014 г. / под ред. д-ра филол. наук, проф. А. Д. Кривоносова. – Санкт-Петербург : изд-во СПбГЭУ, 2014. – 158 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php>, ограниченный. – Загл. с экрана (дата обращения 18.05.2021).

4 Акулич, М. В. Интернет-маркетинг [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / М. В. Акулич - Москва : Дашков и К, 2016. - 352 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php>, ограниченный. – Загл. с экрана (дата обращения 18.05.2021).

5 Алашкин, П. Всё о рекламе и продвижении в Интернете [Электронный ресурс] : пособие / П. Алашкин. - Москва : Альпина Паблишер, 2014. - 220 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php>, ограниченный. – Загл. с экрана (дата обращения 18.05.2021).

6 Чумиков, А. Н. PR в Интернете: Web 1.0, Web 2.0, Web 3.0 [Электронный ресурс] : пособие / А. Чумиков, М. Бочаров, М. Тишкова. - Москва : Альпина Паблишерз, 2014. - 132 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php>, ограниченный. – Загл. с экрана (дата обращения 18.05.2021).

7 Васильев, Г. А. Электронный бизнес и реклама в Интернете [Электронный ресурс] : учебное пособие / Г. А. Васильев – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 183 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php>, ограниченный. – Загл. с экрана (дата обращения 18.05.2021).

8 Ермолова, Н. Продвижение бизнеса в социальных сетях Facebook, Twitter, Google+ [Электронный ресурс]: пособие / Н. Ермолова. — Москва : Альпина Паблишер. 2013. — 357 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php>, ограниченный. – Загл. с экрана (дата обращения 18.05.2021).

9 Ермолова, Н. Продвижение бизнеса в социальных сетях Facebook, Twitter, Google+ [Электронный ресурс] : пособие / Н. Ермолова. — Москва : Альпина Паблишер. 2013. — 357 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php>, ограниченный. – Загл. с экрана (дата обращения 18.05.2021).

10 Калмыков, А. А. Интернет-журналистика [Электронный ресурс] : учебное пособие / А. А. Калмыков, Л. А. Коханова - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 383 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php>, ограниченный. – Загл. с экрана (дата обращения 18.05.2021).

### **7.3 Методические указания для студентов по выполнению заданий практики**

Методические указания для студентов по выполнению заданий практики смотрите Приложение 2

### **7.4 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по практике**

1 Электронно-библиотечная система ZNANIUM.COM. Договор № 4997 эбс ИКЗ 21 1 2727000769 270301001 0010 004 6311 244 от 13 апреля 2021 г.

2 Электронно-библиотечная система IPRbooks. Лицензионный договор № ЕП 44/4 на предоставление доступа к электронно-библиотечной системе IPRbooks ИКЗ 21 1 2727000769 270301001 0010 003 6311 244 от 05 февраля 2021 г.

3 Образовательная платформа Юрайт. Договор № ЕП44/2 на оказание услуг по предоставлению доступа к образовательной платформе ИКЗ 21 1 2727000769 270301001 0010001 6311 244 от 02 февраля 2021 г.

4 Электронно-библиотечная система eLIBRARY.RU (периодические издания) Договор № ЕП 44/3 на оказание услуг доступа к электронным изданиям ИКЗ 211 272 7000769 270 301 001 0010 002 6311 244 от 04 февраля 2021 г.

### **7.5 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для прохождения практики**

1 Единое окно доступа к образовательным ресурсам // Электронный ресурс [Режим доступа: свободный] <http://window.edu.ru/>.

2 Электронные СМИ г. Комсомольска-на-Амуре - <http://www.gorod4217.ru/index.php?cat=15&subcat=185>

## 8.6 Лицензионное программное обеспечение, используемое при осуществлении образовательного процесса по практике

Таблица 4 – Перечень используемого программного обеспечения

Наименование ПО	Реквизиты
OpenOffice	Свободная лицензия, условия использования по ссылке: <a href="https://www.openoffice.org/license.html">https://www.openoffice.org/license.html</a>

## 9 Организационно-педагогические условия

Организация образовательного процесса регламентируется учебным планом и календарным учебным графиком. Язык обучения (преподавания) - русский. Для всех видов аудиторных занятий академический час устанавливается продолжительностью 45 минут.

При формировании своей индивидуальной образовательной траектории обучающийся имеет право на зачёт соответствующих практик, освоенных в процессе предшествующего обучения, который освобождает обучающегося от необходимости их повторного прохождения.

Зачёт практики осуществляется при условии, что её вид и продолжительность, указанные в представленных обучающимся документах об образовании, соответствуют учебному плану образовательной программы с учётом направленности (профиля).

В нижеперечисленных случаях выпускающая кафедра может проводить оценивание (переаттестацию) фактического достижения обучающимся планируемых результатов практики:

- наименование ранее пройденной практики не совпадает с действующим учебным планом, но компетенции по практике совпадают;
- наименование ранее пройденной практики совпадает с действующим учебным планом, но компетенции совпадают частично;
- не совпадает профиль образовательной программы;
- трудоёмкость пройденной практики совпадает с трудоёмкостью практики в действующем учебном плане менее чем на 80 %.

### 9.1 Образовательные технологии

В процессе прохождения практики используются следующие технологии:

#### **Стандартные методы обучения:**

- самостоятельная работа обучающихся вне аудитории, в которую включается выполнение заданий практики в соответствии с индивидуальным заданием и рекомендованными источниками литературы;
- освоение методов анализа информации и интерпретации результатов;
- выполнение письменных аналитических и расчетных заданий в рамках практики с использованием рекомендуемых информационных источников (учебники, издания периодической печати, сайты в сети Интернет);
- консультации преподавателя по актуальным вопросам, возникающим у студентов в ходе прохождения практики; методологии выполнения практических заданий, подготовке отчета по практике, выполнению аналитических заданий.

#### **Методы обучения с применением интерактивных форм:**

Для выполнения индивидуального задания и формирования отчета по практике обучающиеся используют широкий арсенал программных продуктов (п. 8.6).

Прохождение практики предполагает использование технологий:

- электронно-библиотечных систем для самостоятельного изучения научной и учебно-методической литературы;
- справочно-правовых систем, в том числе, КонсультантПлюс;

– информационные технологии для сбора, хранения и обработки информации.

## **9.2 Самостоятельная работа обучающихся по практике**

Самостоятельная работа студентов – это процесс активного, целенаправленного приобретения студентом новых знаний, умений, навыков без непосредственного участия преподавателя, характеризующийся предметной направленностью, эффективным контролем и оценкой результатов деятельности обучающегося.

Цели самостоятельной работы:

- систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических умений студентов;
- углубление и расширение теоретических знаний;
- формирование умений использовать нормативную и справочную документацию, специальную литературу;
- развитие познавательных способностей, активности студентов, ответственности и организованности;
- формирование самостоятельности мышления, творческой инициативы, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- развитие исследовательских умений и академических навыков.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, уровня сложности, конкретной тематики.

Технология организации самостоятельной работы студентов включает использование информационных и материально-технических ресурсов университета и объекта прохождения практики.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

## **9.3 Методические рекомендации для обучающихся по прохождению практики**

### **Права и обязанности студентов**

Во время прохождения практики студенты имеют право:

- получать информацию, не раскрывающую коммерческой тайны организации для выполнения программы и индивидуального задания практики;
- с разрешения руководителя организации и руководителей ее структурных подразделений пользоваться информационными ресурсами организации;
- получать компетентную консультацию специалистов организации по вопросам, предусмотренным заданием практики;
- принимать непосредственное участие в профессиональной деятельности организации - базы практики.

### **Перед прохождением практики студенты обязаны:**

- ознакомиться с программой прохождения практики по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и внимательно изучить ее;
- выбрать место прохождения практики и написать заявление;
- оформить дневник практики;
- разработать календарный план прохождения этапов практики.

### **Во время прохождения практики студенты обязаны:**

- выполнить программу практики;
- вести дневник практики о характере выполненной работы и достигнутых результатах;
- подчиняться действующим в организации правилам внутреннего распорядка дня;
- соблюдать требования трудовой дисциплины;

- изучить и строго соблюдать правила эксплуатации оборудования, техники безопасности, охраны труда и другие условия работы в организации.

**По окончании практики студенты обязаны:**

- оформить все отчетные документы.

**Порядок ведения дневника**

В соответствии с РИ 7.5-2 «Организация и проведение практик обучающихся» все студенты в обязательном порядке ведут дневники по практике. В дневнике отмечаются: сроки, отдел, участок работы, виды выполненных работ, фиксируется участие студента в различных мероприятиях.

Дневник прохождения производственной практики должен содержать:

- ежедневные записи о выполняемых действиях с указанием даты, фактического содержания и объема действия, названия места выполнения действия, количества дней или часов, использованных на выполнение действия, возможные замечания

- предложения студента-практиканта. После каждого рабочего дня надлежащим образом оформленный дневник представляется студентом-практикантом на подпись непосредственного руководителя практики по месту прохождения практики, который заверяет соответствующие записи своей подписью;

по итогам практики в конце дневника ставится подпись непосредственного руководителя производственной практики, которая, как правило, заверяется печатью.

**Составление отчета по практике**

Отчет по практике «Производственная практика («профессионально-творческая практика»)» выполняется в печатном варианте в соответствии с требованиями РД 013-2016 «Текстовые студенческие работы. Правила оформления» и подшивается в папку (типа «скоросшиватель»). Отчет состоит из: введения, основной части, заключения, списка литературы и приложений.

Введение должно отражать актуальность практики «Производственная практика («профессионально-творческая практика»)», ее цель и задачи (какие виды практической деятельности и какие умения, навыки планирует приобрести студент) (1,5 - 2 страницы).

Основная часть включает в себя характеристику объекта исследования, сбор и обработку соответствующей статистической, технической, нормативно-правовой и (или) иной информации по предмету исследования, в т.ч. с использованием профессионального программного обеспечения и информационных технологий. По возможности, включаются в отчет и элементы научных исследований. Содержание основной части минимум 11 страниц.

В заключении приводятся общие выводы и предложения, а также краткое описание проделанной работы и даются практические рекомендации.(1,5 - 2 страницы).

Список литературы состоит из нормативно-правовых актов, учебников и учебных пособий, научных статей, использованных в ходе выполнения индивидуального задания.

Приложения помещают после списка литературы в порядке их отсылки или обращения к ним в тексте. В качестве приложений рекомендуется предоставлять копии документов, бланков договоров, организационно-распорядительных документов, аналитических таблиц, иных документов, иллюстрирующих содержание основной части.

По окончании практики в последний рабочий день студенты оформляют и представляют отчет по практике и все необходимые сопроводительные документы.

Отчет и характеристика рассматриваются руководителем практики «Производственная практика («профессионально-творческая практика»)» от кафедры. Отчет предварительно оценивается и допускается к защите после проверки его соответствия требованиям, предъявляемым данными методическими указаниями. Защита отчетов организуется в форме собеседования. По результатам защиты руководитель выставляет об-

щую оценку, в которой отражается качество представленного отчета и уровень подготовки студента к практической деятельности; результаты оцениваются по пятибалльной системе. При неудовлетворительной оценке студент должен повторно пройти практику.

Сданный на кафедру отчет и результат защиты, зафиксированный в ведомости и зачетной книжке студента, служат свидетельством успешного окончания практики «Производственная практика («профессионально-творческая практика»»).

## **10 Описание материально-технического обеспечения, необходимого для осуществления образовательного процесса по практике**

Для реализации программы практики «Производственная практика («профессионально-творческая практика»» в структурном подразделении ФГБОУ ВО «КнАГУ» используется материально-техническое обеспечение, перечисленное в таблице 5.

Таблица 5 – Материально-техническое обеспечение практики на базе КнАГУ

Структурное подразделение	Местоположение структурного подразделения	Используемое оборудование	Назначение оборудования
Аудитории для занятий семинарского типа и самостоятельной работы студентов	Компьютерный класс	Персональные компьютеры с выходом в интернет	Работа в справочных системах и сети Интернет

Для реализации программы практики «Производственная практика («профессионально-творческая практика»» на базе профильной организации используется материально-техническое обеспечение, указанное в договорах о практике.

## **11 Иные сведения**

### **Методические рекомендации по обучению лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов**

Освоение практики обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах. Предполагаются специальные условия для получения образования обучающимися с ограниченными возможностями здоровья.

Профессорско-педагогический состав знакомится с психолого-физиологическими особенностями обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, индивидуальными программами реабилитации инвалидов (при наличии). При необходимости осуществляется дополнительная поддержка преподавания тьюторами, психологами, социальными работниками, прошедшими подготовку ассистентами.

Форма проведения аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей. Для студентов с ОВЗ предусматривается доступная форма предоставления заданий оценочных средств, а именно:

- в печатной или электронной форме (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);

- в печатной форме или электронной форме с увеличенным шрифтом и контрастностью (для лиц с нарушениями слуха, речи, зрения);
- методом чтения ассистентом задания вслух (для лиц с нарушениями зрения).

Студентам с инвалидностью увеличивается время на подготовку ответов на контрольные вопросы. Для таких студентов предусматривается доступная форма предоставления ответов на задания, а именно:

- письменно на бумаге или набором ответов на компьютере (для лиц с нарушениями слуха, речи);
- выбором ответа из возможных вариантов с использованием услуг ассистента (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
- устно (для лиц с нарушениями зрения, опорно-двигательного аппарата).

При необходимости для обучающихся с инвалидностью процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ<sup>1</sup>**  
**по практике**

**«Производственная практика»**  
**(«профессионально-творческая практика»)**

Направление подготовки	<i>42.03.01 Реклама и связи с общественностью</i>
Направленность (профиль) образовательной программы	<i>Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии</i>
Квалификация выпускника	<i>Бакалавр</i>
Год начала подготовки (по учебному плану)	<i>2020</i>
Форма обучения	<i>очная</i>
Технология обучения	<i>традиционная</i>
Реализация практической подготовки	<i>практика реализуется в форме практической подготовки частично</i>

Курс	Семестр	Трудоемкость, з.е.
3	6	6

Вид промежуточной аттестации	Обеспечивающее подразделение
<i>«Зачет_с_оц»</i>	<i>Кафедра «История и культурология»</i>

<sup>1</sup> В данном приложении представлены типовые оценочные средства. Полный комплект оценочных средств, включающий все варианты заданий, предлагаемых обучающемуся, хранится на кафедре в бумажном и электронном виде.

## 1 Перечень планируемых результатов обучения по практике, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Таблица 1 – Компетенции и индикаторы их достижения

Код по ФГОС	Индикаторы достижения	Планируемые результаты обучения по практике
<b>Универсальные</b>		
-	-	-
<b>Общепрофессиональные</b>		
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	<p>ОПК-1.1 Знает особенности и правила подготовки медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, являющихся составляющими кампании в области рекламы и связей с общественностью</p> <p>ОПК-1.2 Умеет самостоятельно, в соответствии с формальными и содержательными требованиями, создавать тексты различных видов и жанров</p> <p>ОПК-1.3 Владеет навыками подготовки конкретных текстов и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов, являющихся составляющими кампании в области рекламы и связей с общественностью</p>	<p>Знать особенности и правила подготовки медиатекстов и (или) медиапродуктов</p> <p>Уметь самостоятельно, в соответствии с формальными и содержательными требованиями, создавать тексты различных видов и жанров</p> <p>Владеть навыками подготовки конкретных текстов различных жанров и форматов, являющихся составляющими кампании в области рекламы и связей с общественностью</p>
ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	<p>ОПК-2.1 Знает особенности, структуру, функции и виды социальных и политических институтов</p> <p>ОПК-2.2 Умеет использовать знание социальных и политических институтов при разработке рекламных и PRмероприятий</p> <p>ОПК-2.3 Владеет навыками использования знаний социальных и политических институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) коммуникационных продуктов</p>	<p>Знать особенности, структуру, функции и виды социальных и политических институтов</p> <p>Уметь использовать знание социальных и политических институтов при разработке рекламных и PRмероприятий</p> <p>Владеть навыками использования знаний социальных и политических институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) коммуникационных продуктов</p>
ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной	ОПК-3.1 Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса	Знать особенности отечественного и мирового культурного процесса (в

Код по ФГОС	Индикаторы достижения	Планируемые результаты обучения по практике
и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	<p>ОПК-3.2 Умеет использовать знание отечественной и мировой культуры при разработке рекламных и PR-мероприятий</p> <p>ОПК-3.3 Владеет навыками использования достижений отечественной и мировой культуры, а также средств художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p>	<p>рамках анализа конкретного рекламного продукта).</p> <p>Уметь использовать знание отечественной и мировой культуры при разработке рекламных и PR-мероприятий</p> <p>Владеть навыками использования достижений отечественной и мировой культуры (в рамках анализа конкретного рекламного продукта), в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p>
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	<p>ОПК-4.1 Знает особенности, структуру целевой аудитории</p> <p>ОПК-4.2 Умеет определять целевую аудиторию и её характеристики, соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп</p> <p>ОПК-4.3 Владеет навыками использования социологического инструментария для исследования целевой аудитории</p>	<p>Знать особенности целевой аудитории</p> <p>Уметь определять целевую аудиторию и её характеристики</p> <p>Владеть навыками использования социологического инструментария для исследования целевой аудитории в рамках брендинга и исследования имиджа</p>
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	<p>ОПК-5.1 Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p> <p>ОПК-5.2 Умеет осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</p> <p>ОПК-5.3 Владеет навыками разработки продукта в области рекламы</p>	<p>Знать совокупность этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем</p> <p>Уметь осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>Владеть навыками разработки продукта в области рекламы и связей с общественностью.</p>

Код по ФГОС	Индикаторы достижения	Планируемые результаты обучения по практике
	и связей с общественностью с учетом особенностей регионального, национального и международного медиакоммуникационного развития	
ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	<p>ОПК-6.1 Знает современные технические средства и информационнокоммуникационные технологии, применяемые в профессиональной деятельности</p> <p>ОПК-6.2 Умеет использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационнокоммуникационные технологии</p> <p>ОПК-6.3 Владеет навыками применения современных технических средств и информационнокоммуникационных технологий в профессиональной деятельности на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p>	<p>Знать современные технические средства и информационнокоммуникационные технологии, применяемые в профессиональной деятельности</p> <p>Уметь использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационнокоммуникационные технологии</p> <p>Владеть навыками применения современных технических средств и информационнокоммуникационных технологий в профессиональной деятельности</p>
ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	<p>ОПК-7.1 Знает правовые и этические основы профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью</p> <p>ОПК-7.2 Умеет осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом</p> <p>ОПК-7.3 Владеет навыком правовой и этической оценки профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью</p>	<p>Знать правовые и этические основы профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью</p> <p>Уметь осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью</p> <p>Владеть навыком правовой и этической оценки профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью</p>
<b>Профессиональные</b>		
ПК-1 Способен планировать, разрабатывать и осуществлять коммуни-	ПК-1.1 Знает особенности, технологии и методы планирования, разработки и осуществления про-	Знать особенности, технологии и методы планирования, разработки и

Код по ФГОС	Индикаторы достижения	Планируемые результаты обучения по практике
<p>кационные проекты, владеть отдельными методами их реализации</p>	<p>ектов в области рекламы и связей с общественностью  ПК-1.2 Умеет самостоятельно использовать традиционные и новейшие методы и технологии разработки и осуществления проектов в области рекламы и связей с общественностью  ПК-1.3 Владеет навыками разработки и осуществления коммуникационных проектов и мероприятий</p>	<p>осуществления проектов в области рекламы и связей с общественностью для правильного выбора маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации  Уметь самостоятельно использовать традиционные и новейшие методы и технологии разработки и осуществления проектов в области рекламы и связей с общественностью для выбора маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации  Владеть навыками разработки и осуществления коммуникационных проектов и мероприятий</p>
<p>ПК-2 Способен осуществлять подготовку необходимой проектной документации</p>	<p>ПК-2.1 Знает особенности, виды и методы подготовки проектной документации в области рекламы и связей с общественностью  ПК-2.2 Умеет готовить необходимую проектную документацию в области рекламы и связей с общественностью  ПК-2.3 Владеет навыками подготовки в соответствии с формальными и содержательными требованиями необходимой проектной документации в области рекламы и связей с общественностью</p>	<p>Знать особенности, виды и методы оценки эффективности работы сайта на основе имеющихся данных  Уметь готовить необходимую проектную документацию в области рекламы и связей с общественностью для оценки эффективности работы сайта на основе имеющихся данных  Владеть навыками подготовки в соответствии с формальными и содержательными требованиями необходимой для оценки эффективности работы сайта на основе имеющихся данных</p>
<p>ПК-3 Способен осуществлять коммуникаци-</p>	<p>ПК-3.1 Знает особенности и технологии осуществления рекламной и</p>	<p>Знать особенности и технологии оценки эффек-</p>

Код по ФГОС	Индикаторы достижения	Планируемые результаты обучения по практике
онную кампанию в сети Интернет	<p>PRкампаний в сети Интернет</p> <p>ПК-3.2 Умеет самостоятельно планировать и осуществлять рекламные и PR-мероприятия в сети Интернет</p> <p>ПК-3.3 Владеет навыками использования возможностей сети Интернет в целях рекламы и связей с общественностью</p>	<p>тивности работы сайта на основе имеющихся данных</p> <p>Уметь осуществлять оценку эффективности работы сайта на основе имеющихся данных</p> <p>Владеть навыками оценки эффективности работы сайта на основе имеющихся данных</p>

Таблица 2 – Паспорт фонда оценочных средств

Формируемая компетенция	Задание на практику*	Наименование оценочного средства	Показатели оценки
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	<p>Задание 1. **</p> <p>Создать план и разработать коммуникационный проект с использованием мультимедийных технологий (презентации).</p>	<p>План и коммуникационный проект с использованием мультимедийных технологий (презентации).</p>	<p>- способность анализировать и обобщать информацию;</p> <p>- умение собрать, систематизировать теоретический и эмпирический материал;</p> <p>- умение изложить материал в устной и письменной форме.</p>
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-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов			
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и по-			

<p>требности общества и аудитории в профессиональной деятельности</p> <p>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</p> <p>ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности</p> <p>ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности</p>			
<p>ПК-1 Способен планировать, разрабатывать и осуществлять коммуникационные проекты, владеть отдельными методами их реализации</p> <p>ПК-2 Способен осуществлять подготовку необходимой проектной документации</p> <p>ПК-3 Способен осуществлять коммуникационную кампанию в сети Интернет</p>	<p>Задание 2.**</p> <p>1 Создать информационную справку мероприятия в сфере рекламы или PR. Выложить в сети Интернет.</p> <p>2 Создать вариант информационно-рекламной продукции мероприятия (публикация в СМИ, рекламный щит, печатная продукция, проведение пресс-конференции, презентации, экскурсии и т.п.). Выложить в сети Интернет.</p>	<p>1 Информационная справка мероприятия в сфере рекламы или PR.</p> <p>2 Вариант информационно-рекламной продукции мероприятия (публикация в СМИ, рекламный щит, печатная продукция, проведение пресс-конференции, презентации, экскурсии и т.п.).</p>	<p>- способность анализировать и обобщать информацию;</p> <p>- способность синтезировать новую информацию;</p> <p>- способность делать обоснованные выводы на основе интерпретации информации;</p> <p>- умение изложить материал в устной и письменной форме. умение разместить материал в сети Интернет</p>

\* Индивидуальные варианты заданий приведены ниже

\*\* Реализуется в форме практической подготовки<sup>2</sup>

Промежуточная аттестация проводится в форме «Зачет\_с\_оц».

«Зачет\_с\_оц» определяются с учетом следующих составляющих:

1. Содержания отзыва о работе студента от руководителя профильной организации и от университета с учетом результатов текущего контроля.
2. Результатов промежуточной аттестации.

**Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности,** представлены в виде технологической карты практики.

---

<sup>2</sup> Для практики, частично реализуемой в форме практической подготовки - отметить отдельные задания, как реализуемые в форме практической подготовки

## ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА ОЦЕНКИ РЕЗУЛЬТАТОВ ПРАКТИКИ

### ЗАДАНИЯ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

Задание на практику	Наименование оценочного средства	Сроки выполнения	Шкала оценивания	Критерии оценивания
1 Создать план и разработать коммуникационный проект с использованием мультимедийных технологий (презентации).	план и коммуникационный проект с использованием мультимедийных технологий (презентации).	6 день практики	30	0 баллов – текст отсутствует 10 баллов – план и коммуникационный проект содержат достоверную, систематизированную информацию 20 баллов – план и коммуникационный проект содержат достоверную, систематизированную информацию, на основе ее анализа сделаны обоснованные выводы 30 баллов – план и коммуникационный проект содержат достоверную, систематизированную информацию, на основе ее анализа сделаны обоснованные выводы, текст доклада соответствует требованиям научного стиля русского языка
2 Создать информационную справку мероприятия в сфере рекламы или PR. Выложить в сети Интернет.	информационная справка мероприятия в сфере рекламы или PR.	13 день практики	30	0 баллов – информационная справка мероприятия отсутствует 10 баллов – информационная справка мероприятия содержит достоверную, систематизированную информацию 20 баллов – информационная справка мероприятия содержит достоверную, систематизированную информацию, на основе ее анализа сделаны обоснованные выводы 30 баллов – информационная справка мероприятия содержит достоверную, систематизированную информацию, на основе ее анализа сделаны обоснованные выводы, текст доклада соответствует требованиям научного стиля русского языка
3 Создать вариант информационно-рекламной продукции мероприятия (публикация в СМИ, рекламный щит, печатная продукция, проведение пресс-	информационно-рекламной продукции мероприятия (публикация в СМИ, рекламный щит, печатная продукция, проведе-	19 день практики	40	0 баллов – текст информационно-рекламной продукции мероприятия отсутствует 20 баллов – текст информационно-рекламной продукции мероприятия соответствует требованиям функциональных стилей русского языка, но не оригинальный, маловыразительный 40 баллов – текст информационно-рекламной продукции мероприятия соответствует требованиям функциональных стилей русского языка, текст оригинальный, выразительный

Задание на практику	Наименование оценочного средства	Сроки выполнения	Шкала оценивания	Критерии оценивания
конференции, презентации, экскурсии и т.п.). Выложить в сети Интернет.	ние пресс-конференции, презентации, экскурсии и т.п.).			
Итого (максимально возможная сумма баллов)			100	
<p><b>Критерии оценки результатов текущего контроля:</b>  0 – 64 % от максимально возможной суммы баллов – «неудовлетворительно»;  65 – 74 % от максимально возможной суммы баллов – «удовлетворительно»;  75 – 84 % от максимально возможной суммы баллов – «хорошо»;  85 – 100 % от максимально возможной суммы баллов – «отлично».</p>				

## ОТЗЫВ О РАБОТЕ СТУДЕНТА РУКОВОДИТЕЛЯ / РУКОВОДИТЕЛЕЙ ПО ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКЕ

заполняется в дневнике практики по форме:

Перечень компетенций, осваиваемых на практике, задания на практику		Оценка уровня сформированности компетенции руководителя от профильной организации				Оценка уровня сформированности компетенции руководителя от Университета				Средняя оценка	Вывод об уровне сформированности компетенции* на данном этапе
		5	4	3	2	5	4	3	2		
Код, компетенция	Задания на практику										
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	Задание 1 Создать план и разработать коммуникационный проект с использованием мультимедийных технологий (презентации).										
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-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в											

процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов												
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности												
ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования												
ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности												
ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам соци-												

альной ответственности												
ПК-1 Способен планировать, разрабатывать и осуществлять коммуникационные проекты, владеет отдельными методами их реализации	Задание 2 Создать информационную справку мероприятия в сфере рекламы или PR. Выложить в сети Интернет.											
ПК-2 Способен осуществлять подготовку необходимой проектной документации												
ПК-3 Способен осуществлять коммуникационную кампанию в сети Интернет												
Итоговая оценка												

Характеристика руководителя практики от профильной организации (при проведении практики в профильной организации):

Качество выполнения заданий: \_\_\_\_\_

Уровень практической подготовки обучающегося \_\_\_\_\_

Показатели прохождения практики		Шкала оценивания	Критерии оценивания
1	Качество выполнения заданий	5 баллов	2 балла - студент допустил ошибки в выборе методов и последовательности выполнения задания. 3 балла – студент обнаружил умение правильно выбрать метод выполнения задания, но допустил ошибки на этапе его реализации. 4 балла – студент обнаружил умение правильно выбрать метод и последовательность выполнения задания, но допустил неточности на этапе реализации. 5 баллов – студент обнаружил умение правильно и эффективно выполнять задания.
2	Уровень практической подготовки обучающегося	5 баллов	2 балла – студент допустил принципиальные ошибки в выполнении заданий по практике, задания не выполнены в полном объеме 3 балла – студент справился с выполнением заданий по практике, но с помощью

Показатели прохождения практики		Шкала оценивания	Критерии оценивания
			руководителя по практической подготовке 4 балла – студент успешно выполнил задания по практике, допустил незначительные ошибки 5 баллов – студент показал умение свободно выполнять практические задания.
3	*Уровень сформированности компетенции	5 баллов	5 – умения и навыки сформированы в полном объеме 4 – умения и навыки сформированы в достаточном объеме 3 – умения и навыки сформированы частично 2 – умения и навыки не сформированы

### ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

	Наименование оценочного средства	Шкала оценивания	Критерии оценивания
1	Отчёт по практике	5 баллов	2 балла – отчёт по практике логически не структурирован, результаты практического выполнения задания не представлены 3 балла – отчёт по практике логически структурирован, имеет целевую направленность, результаты выполнения индивидуального задания представлены, но допущены ошибки в их формулировке и оформлении, 4 балла – отчёт по практике логически структурирован, имеет целевую направленность, выводы и результаты выполнения индивидуальных заданий представлены, но допущены неточности в их формулировке. 5 баллов – отчёт по практике логически структурирован, имеет целевую направленность, выводы и результаты выполнения заданий обоснованы и грамотно оформлены, являются практически значимыми.
2	Вопросы к собеседованию	5 баллов	0 баллов – ответ на вопрос не представлен. 2 балла – представлен поверхностный ответ на вопрос, допущены ошибки в ответе. 3 балла – представлен неполный ответ на вопрос, допущена ошибка в ответе. 4 балла – представлен полный ответ на вопрос на базе основной литературы, но допущены неточности в ответе. 5 баллов – представлен исчерпывающий ответ на вопрос с использованием дополнительной литературы.

## ИТОГОВАЯ ОЦЕНКА ПО ПРАКТИКЕ

Итоговая оценка по практике определяется как сумма средневзвешенных оценок по всем оценочным средствам и отзывам о работе студента по формуле:  $0,5 \cdot \text{общая оценка уровня сформированности компетенций} + 0,1 \cdot \text{оценка за качество выполнения заданий} + 0,1 \cdot \text{оценка за уровень подготовки обучающегося} + 0,1 \cdot \text{оценка за качество подготовки отчёта по практике} + 0,2 \cdot \text{оценка за результаты промежуточной аттестации}$

Общая оценка уровня сформированности компетенций		из таблицы Итоговая оценка Дневника практики
Отзыв о работе студента руководителя от профильной организации	Качество выполнения заданий	из Отзыва руководителя от профильной организации Дневника практики
	Уровень подготовки обучающегося	из Отзыва руководителя от профильной организации Дневника практики
Оценочные средства для промежуточной аттестации	Отчет по практике	
	Собеседование (опрос)	
Итоговая оценка		

**Задания для текущего контроля**  
**Индивидуальные задания для текущего контроля**

- 1 Проведите анализ медийных ресурсов организации.
- 2 Проведите подбор необходимых медийных ресурсов в целях рекламы и PR.
- 3 Составьте резюме бизнес-плана рекламного или PR-проекта.
- 4 Определите цели и задачи рекламного или PR-проекта.
- 5 Разработайте рекламный проект (часть проекта) с использованием Интернет-технологии.
- 6 Разработайте PR-проект (часть проекта) с использованием Интернет-технологии.

**Задания для промежуточной аттестации**

**Вопросы к собеседованию (опросу)**

1. Как проводится анализ медийных ресурсов организации?
2. Как происходит выбор и использование необходимых медийных ресурсов в целях рекламы и PR
3. Как правильно составить резюме бизнес-плана рекламного или PR-проекта?
4. Назовите основные функции интернет-технологий используемых при разработке рекламных проектов.
5. Какие интернет-технологии используются при разработке рекламных проектов?

### **Методические указания для студентов по выполнению заданий практики**

Основная цель практических заданий – закрепление знаний, полученных во время теоретических занятий, приобретение необходимых практических умений и навыков. Практические работы проводятся после изучения соответствующей темы, которая обеспечивает наличие знаний, необходимых для выполнения практической работы.

Выполнение студентами практических заданий направлено на решение следующих задач:

- обобщение, систематизацию, углубление и закрепление полученных теоретических знаний по конкретным темам;
- формирование умений применять полученные знания на практике. При направлении на практику студент получает общее и индивидуальное задание на практику. Индивидуальное задание является важным этапом самостоятельной работы студента. Порядок и распределение времени прохождения практики осуществляется в соответствии с рабочим графиком и рабочей программой практики, которые разрабатываются совместно руководителями практики от университета и от учреждения (организации). Данные документы утверждаются на кафедре за 1 месяц до начала практики;

При направлении и прохождении практики студент обязан:

- своевременно ознакомиться с программой и графиком прохождения практики;
- выполнять задания, установленные программой практики;
- изучить и строго соблюдать правила охраны труда, техники безопасности, противопожарной безопасности;
- подчиняться действующим правилам внутреннего распорядка и должностным инструкциям;
- вести дневник практики, где коротко фиксировать всю деятельность во время практики;
- по окончании практики представить руководителю практики письменный отчет о выполнении всех заданий и сдать зачет по практике.

Проверка выполнения студентами программы практики осуществляется в форме текущего и итогового контроля руководителем практики.

### **Методические указания обучающимся по выполнению практических заданий**

#### **Методические указания по выполнению практического задания по составлению резюме бизнес-плана**

Резюме – это важнейшая часть документа. В этом разделе кратко излагается основная информация о проекте, его концепция и возможные перспективы. Все специалисты сходятся во мнении о том, что именно от резюме во многом зависит, получите ли вы желаемые инвестиции, или же ваш план не будет принят всерьез.

Ввиду огромной важности этой части, большинство экспертов рекомендуют писать ее уже после завершения работы над другими разделами, ведь только так вы сможете оперировать уже проделанными расчетами и рентабельными данными по вашему проекту.

Ниже описаны основные этапы написания резюме бизнес-плана. Следует подчеркнуть, что вся информация, представленная ниже, носит исключительно рекомендательный характер. Если вам нечего указать в некоторых пунктах, к примеру, из-за отсутствия нужного опыта, вы можете ограничиться несколькими общими выражениями и фразами, или же и вовсе опустить их.

#### **Основные подразделы резюме**

##### **1. Название проекта и организационная форма**

Прежде всего, в резюме нужно указать название бизнес-проекта, к примеру:

- Бизнес-план открытия магазина одежды;
- Бизнес-план пекарни;
- Бизнес-план открытия кальянной.

Данный пункт, как правило, не вызывает никаких затруднений у предпринимателей. Впрочем, следующие разделы резюме потребуют от вас гораздо более подробного описания основных особенностей проекта.

Кроме того, для успешного прохождения данного этапа, вам необходимо взять все документы по вашей организации и указать следующую информацию:

- Название организации («Иванов и партнеры»);
- Организационно-правовая форма (ООО код КОПФ-65);
- Форма собственности (Частная собственность Код ОКФС 16
- доля государства (Субъекта Федерации) в капитале 0%);
- Среднесписочная численность работников за год (20 человек);
- Размер уставного капитала (50 тысяч рублей);
- Валовой оборот за последний год работы (700 тысяч рублей);
- Контактные данные: адрес, телефон;
- Реквизиты банковских счетов;
- ФИО, возраст и квалификация руководителя проекта или физического лица,

три предыдущих поста, занимаемых руководителем и срок пребывания в должности, а также срок работы в организации, работающей над созданием бизнес-плана.

## **2. Описание идеи**

В данном пункте необходимо лаконично, но по существу описать основную идею бизнес-плана. Также следует указать, касается ли ваше предложение расширения уже функционирующего бизнеса, или же вы предлагаете открыть определенное дело с нуля.

Например: Целью проекта является открытие магазина одежды для беременных «Счастливая мама».

Или: Целью данного проекта является открытие фабрикой «Bonjour» сети кофеен-кондитерских, где будет реализовываться продукция вышеупомянутой фабрики.

## **3. Описание вашего предприятия**

Если вы управляете организацией, в этом пункте следует описать направление ее деятельности и масштаб предприятия, указать этап, на котором в данный момент находится бизнес. Если же вы являетесь физическим лицом и имеете собственное дело, опишите направление деятельности и текущие успехи.

Например: Фабрика по производству кондитерских изделий «Bonjour» успешно функционирует на протяжении 7 лет. В производстве задействованы новейшие технологии производства, фабрика располагает большими производственными площадями и задействует только высококвалифицированных сотрудников. Благодаря вышеперечисленным характеристикам, компания успешно осуществляет оптовую торговлю кондитерскими изделиями и имеет стабильный доход. Однако открытие точки розничной торговли, в частности, кофейни-кондитерской, позволит увеличить прибыль предприятия и вывести продукцию «Bonjour» на новый рынок.

За последние три года было реализовано ..., запущено ... линий по производству ... и т.д.

## **4. Описание квалификации ключевых сотрудников**

В данном пункте необходимо определить ключевой персонал и описать квалификацию работников, указав наличие опыта в схожих проектах, нужных для вашего бизнеса навыков и т.д.

Также следует приложить данные об образовании с указанием учебного заведения, выдавшего сертификат или диплом. Как и в случае с самим руководителем, следует указать предыдущие места занятости и срок работы в указанных организациях.

Если управляющие сотрудники являются соучредителями сообщества, об этом нужно упомянуть в обязательном порядке.

## **5. Краткое описание сферы, в которой вы планируете работать**

Написание этого пункта, как правило, вызывает у бизнесменов наименьшее количество трудностей. Для того чтобы описать требуемую отрасль необходимо лишь найти материалы по данной сфере и выбрать подходящую информацию, а именно: факты, подтверждающие перспективность отрасли; положительные тенденции; наиболее распространенные проблемы, которые вы сможете устранить благодаря продуманной стратегии.

Помните, даже в бизнес-плане следует избегать плагиата. Фактически, вам необходимо переписать найденный текст другими словами.

Для того чтобы ваш поиск был максимально продуктивным, следует использовать соответственные запросы, к примеру:

- Состояние ... бизнеса;
- Ситуация в ... отрасли;
- Исследования/обзор ... отрасли 2017/2018 год и т.д.

Разумеется, большинство сайтов будут предлагать вам купить исследование, однако некоторые из них будут содержать необходимую информацию. Более того, найти подходящие последние данные о конкретной сфере деятельности вовсе не сложно, т.к. они находятся в открытом доступе, стоит лишь приложить усилия.

## **6. Описание преимуществ вашего предложения/компании**

Именно этому пункту в резюме стоит уделить наибольшее количество внимания. Краткое изложение плюсов вашего предложения – это то, на что обращают внимание инвесторы. Изложите плюсы вашего проекта так, как будто вы – единственный кандидат, способный справиться с данной задачей. В этой пункте стоит упомянуть богатый опыт, уникальность и прогрессивность предложенной концепции, наличие всех необходимых знаний и навыков, нужного оборудования, площадей и т.д.

Помните, в данном случае скромность неуместна. Если вы уже имеете опыт работы на рынке, обязательно упомяните высокий потребительский спрос на продукцию, широкую целевую аудиторию и подкрепите это соответственными исследованиями. Главное, чтобы ваши утверждения выглядели правдоподобными и аргументированными.

## **7. Описание целей проекта**

Разумеется, в резюме также необходимо указать цели и перспективы вашего плана. Описывая основные задачи и возможности выхода на новые рынки, вам следует быть как можно более конкретными и четко описывать, где и как ваше предприятие планирует работать. Иными словами, вам нужно упомянуть, как именно вы планируете достичь заданных целей и приблизительные сроки, в которые вы собираетесь выйти на вышеуказанные объемы и суммы. И опять-таки, не стоит скромничать – опишите самый положительный сценарий. Однако не стоит сыпать и голословными перспективами – все результаты должны быть связаны с уже изложенными преимуществами проекта. Более того, ваши цели должны полностью соответствовать дальнейшим расчетам, представленным в бизнес-плане.

## **8. Указание подходящих государственных программ**

В настоящее время существует множество различных государственных программ, направленных на развитие различных отраслей бизнеса. Вам лишь стоит найти нужную, введя словосочетание «государственная программа ... отрасль». Если вы все же не найдете подходящих предложений от государства, вам все же следует указать, что ваш проект поможет бороться с безработицей в конкретном населенном пункте или регионе, поддержит местного производителя и т.д.

## **9. Описание нужных инвестиций**

В данном пункте вам нужно указать, какая сумма вам необходима для запуска и поддержания вашего проекта, а также описать на какие статьи расходов будут направлены средства. Однако помните, резюме бизнес-плана, это лишь краткое изложение основных моментов, а значит расписывать каждую сумму до копейки не стоит, достаточно лишь обозначить общие направления.

Немаловажным моментом является также необходимость указать, какую именно сумму вы готовы внести лично, и какую ожидаете от потенциального инвестора. При этом стоит описать примерные сроки погашения задолженности.

#### **10. Описание имущества физического лица**

Если вы не являетесь одним из учредителей организации, а остаетесь физическим лицом, опишите ваше имущество.

#### **11. Наличие разрешительных документов, связанных с видом деятельности**

Если ваш проект касается, к примеру, открытия аптеки, вам нужно указать, что вы имеете государственную лицензию на реализацию фармацевтической продукции.

#### **12. Показатели финансовой эффективности плана**

Здесь нужно представить показатели, выведенные благодаря расчетам, изложенным в бизнес-плане, а именно:

- Примерный срок окупаемости проекта;
- Дисконтируемый срок окупаемости;
- Рентабельность бизнеса;
- Валовой доход;
- Себестоимость товара;
- Чистая прибыль предприятия и т.д.

#### **13. Описание и анализ возможных рисков**

Описание преимуществ вашего проекта вовсе не исключает описание возможных рисков. Прежде всего, ваш план должен быть максимально реалистичным, отчасти для того, чтобы показать потенциальным инвесторам, что вы трезво оцениваете ситуацию, а не витаєте в облаках огромных прибылей без малейших затруднений. Однако не стоит и сгущать тучи: если вы готовите бизнес-план не в своих целях, а именно для инвестиций, опишите основные риски, не слишком детализируя их. Как правило, в резюме указываются такие риски:

1. Непредвиденные: стихийные бедствия, пожары, воровство. Минимизировать данные риски можно при помощи страхового полиса.
2. Коммерческие: нереалистичный анализ конкурентной среды, ненадежные поставщики и агенты, недостаточный анализ отрасли и т.д. Минимизируются благодаря тщательному анализу рынка и поиску порядочных партнеров.
3. Экономические: кризисы, падения курсов валют и т.д.
4. Политические, трудно прогнозируемые риски.

### **Методические указания по выполнению практического задания по разработке отдельного рекламного или PR-мероприятия**

Выполнение этого практического задания предполагает составление рекламного мероприятия или одного проекта взаимодействия с общественностью в рамках мероприятий PR-кампании предприятия. Специфика данного проекта, в отличии от заданий выполняемых на практике в 6 и 7 семестрах, заключается в том, что данный проект должен быть предназначен для онлайн аудитории (т.е. полностью выполнен для интернет использования). Для этого необходимо использовать интернет технологии (приоритет составляют социальные сети).

Методические указания приведены для организации PR-мероприятия, рекламное мероприятие выполняется по тем же критериям. При создании проекта для разработки каждого из разделов активно использовать современные компьютерные технологии – текстовые и графические редакторы.

### **Раздел 1. Подготовительный (аналитический) этап PR-кампании.**

1. Соотношение понятий «PR-кампания» и «PR-деятельность организации».

2. Основные характеристики PR-кампаний:

- проблемная ориентированность;
- целенаправленность;
- системность;
- планомерность;
- дискретность (ограниченные временные рамки, наличие начала и конца);
- технологичность;
- оптимизация и обратная связь;
- типология PR-кампаний (по критерию предметной направленности, в зависимости от масштаба, по критерию длительности, по критерию базисного субъекта, по критерию типа технологического субъекта, по критерию характера целевой общественности, по критерию функционального типа целевой общественности, по критерию характера оптимизации PR-деятельности, по критерию избранной стратегии и характера реализуемых PR-операций, по критерию типа используемой базовой модели PR (односторонние и двусторонние, симметричные и ассиметричные), по критерию характера решаемой технологической задачи, по критерию ожидаемого результата (конструктивные и деструктивные), по критерию полного и неполного цикла.

3. Фаза определения проблемы или возможности.

4. Фаза фокусированного исследования.

5. Фаза анализа ситуации.

6. Фаза характеристики и моделирования ситуации.

## **Раздел 2. Этап планирования PR-кампаний.**

1. Определение и формулировка целей PR-кампаний, разработка стратегии.

2. Тактическое планирование (планирование тактик)

- календарное планирование;

- планы по работе с основными группами общественности;

- медиапланирование;

- бюджетное (финансовое) планирование.

3. Основные затратнообразующие факторы PR-кампаний;

4. Основные тактики вложений в PR-кампанию.

5. Виды финансового планирования по характеру и объему затрат.

6. Основные принципы подготовки бюджета PR-кампании.

7. Методы конкретизации объемов ассигнований на PR-кампанию.

8. Основные виды затрат на PR-кампанию.

9. Формирование единого плана PR-кампании, его согласование и одобрение.

## **Раздел 3. Этап реализации PR-кампании.**

1. Этап реализации в теориях и определениях С. Катлипа, Д. Бернета, С. Мори-  
арти.

2. Требования необходимые для этапа реализации PR-кампании.

3. Классификации групп общественности.

4. Коммуникативная составляющая PR-кампании.

5. Модели иерархии результатов:

- модель AIDA;

- модель DAGMAR;

- модель «думать-чувствовать-делать»;

- модель FCB;

- модель доменов.

6. Проблемы успеха и неудач коммуникации.

7. Влияние стратегии организации на выбор и содержание PR-мероприятия.

8. PR-освещение в прессе, пресс-релиз и пресс-конференция.

9. Мероприятия. Классификация и особенности.

#### **Раздел 4. Заключительный этап PR-кампании.**

1. Обеспечение соответствия главных направлений PR-кампании общим целям коммуникационной политики организации.
2. Обеспечение эффекта, конкретного результата кампании.
3. Обеспечение эффективности от выбора наиболее эффективных вариантов обращений, средств и каналов коммуникации до разработки общих целей PR-деятельности.
4. Определение эффективности расходования финансовых средств на кампанию.
5. Обеспечение соответствия формы и содержания коммуникаций требованиям государственного и профессионального регулирования и морально-этическим нормам общества.
6. Рассмотрение систем «план-факт», «от достигнутого», «цель-конечный результат».
7. Методики оценки результатов эффективности.

## Лист регистрации изменений к рабочей программе практики

№ п/п	Основание внесения изменения	Количество страниц изменения	Подпись разработчика РПД
1	Протокол № 1 от 09.09.2020. Изменение количества аудиторных часов и СРС. Основание: Рабочий учебный план на 2020/2021 учебный год. Внесены изменения в аннотацию, табл. 3, 3, 4. Актуализирован список литературы.	5	
2	Изменение количества аудиторных часов и СРС. Основание: рабочий учебный план на 2021/2022 учебный год	Страницы с количеством аудиторной нагрузки и СРС	
3	Практическая подготовка обучающихся. Основание: Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации, Министерства просвещения Российской Федерации от 05.08.2020 г. № 885/390 «О практической подготовке обучающихся»	4	
4	Актуализация литературы	1	