Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Комсомольский-на-Амуре государственный университет»

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по УР
_____ Г.П. Старинов
«23» мая _____ 2019 г.

ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

«Производственная практика»

(«преддипломная практика»)

Направление подготовки	*42.03.01 "Реклама и связи с общественностью"*
Направленность (профиль) образовательной программы	*Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии*
Квалификация выпускника	*бакалавр*
Год начала подготовки *(по учебному плану)*	*2019*
Форма обучения	*очно-заочная*
Технология обучения	*традиционная*

Курс	Семестр	Трудоемкость, з.е.
5	*10*	*6*

Вид промежуточной аттестации	Обеспечивающее подразделение
Зачет с оценкой	*ФК*

Комсомольск-на-Амуре 2019

Разработчик рабочей программы
доцент каф. «Философия и культурология», канд. истор. наук _____ А.А. Аксенов
«20» мая 2019 г.

СОГЛАСОВАНО

Директор библиотеки _____ И.А. Романовская
«20» мая 2019 г.

Заведующий обеспечивающей кафедрой
«Философия и культурология» _____ Д.В. Новиков
«20» мая 2019 г.

Заведующий выпускающей кафедрой
«Философия и культурология» _____ Д.В. Новиков
«20» мая 2019 г.

Декан социально-гуманитарного факультета _____ И.В. Цевелева
«20» мая 2019 г.

Начальник учебно-методического управления _____ Е.Е. Поздеева
«29» мая 2019 г.

Введение

Программа практики «Производственная практика» («преддипломная практика») составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации Российской Федерации №512 08.06.2017, и основной профессиональной образовательной программы подготовки «Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии» по направлению 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью".

1 Аннотация практики

Вид практики	Производственная практика
Тип практики	Преддипломная практика
Цель практики	Формирование, закрепление, развитие практических навыков и профессиональных компетенций в ходе выполнения отдельных видов самостоятельных работ, необходимых для подготовки выпускной квалификационной работы (ВКР) и составляющих основу будущей профессиональной деятельности
Задачи практики	1. Формирование навыков профессиональной научно-исследовательской деятельности; 2. Закреплении навыков научного общения; 3. Выработке навыков научного подхода к профессиональной деятельности; 4. Закреплении навыков подготовки и проведения научной деятельности (проектирование, сбор материала, научный анализ и т.д.); 5. Воспитании устойчивого интереса к исследованию в области рекламы и PR; 6. Развитии потребности в самообразовании и самосовершенствовании научных знаний и умений; 7. Совершенствовании умений и навыков в ходе наблюдений за научным процессом, анализа его результатов; 8. Овладении специальными методами, приемами и средствами проведения различных видов научной деятельности; 9. Овладении способами творческого применения на практике знаний, полученных при изучении предметов цикла дисциплин по изучению рекламы и PR; 10. Совершенствование навыка подготовки и проведения мероприятий в области рекламы и PR (информационно-просветительных, выставочных, культурно-развлекательных) на базе рекламных организаций; 11. Отработке исследовательских приемов и процедур в разработке тех или иных проблем в области рекламы и PR как самостоятельной области научного знания.
Способ проведения практики	Стационарная, выездная
Формы проведения практики	дискретно

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

Процесс освоения практики «Производственная практика» («преддипломная 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		
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. 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	Знать особенности и правила подготовки медиа- или коммуникационных продуктов, являющихся составляющими кампании в области рекламы и связей с общественностью для подготовки и написания ВКР Уметь самостоятельно, в соответствии с формальными и содержательными требованиями, создавать тексты различных видов и жанров для подготовки и написания ВКР Владеть навыками подготовки конкретных текстов и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов, являющихся составляющими кампании в области рекламы и связей с общественностью для подготовки и написания ВКР
ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных	ОПК-2.1. Знает особенности, структуру, функции и виды социальных и политических институтов ОПК-2.2. Умеет использовать знание социальных и политических институтов при	Знать особенности, структуру, функции и виды социальных и политических институтов для подготовки и написания ВКР Уметь использовать знание социальных и политических институтов при разработке рекламных и PR-мероприятий для подготовки и написания ВКР

Код по ФГОС	Индикаторы достижения	Планируемые результаты обучения по практике
	разработке рекламных и PR-мероприятий ОПК-2.3. Владеет навыками использования знаний социальных и политических институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) коммуникационных продуктов.	Владеть навыками использования знаний социальных и политических институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) коммуникационных продуктов для подготовки и написания ВКР.
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. Умеет использовать знание отечественной и мировой культуры при разработке рекламных и PR-мероприятий 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	Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса для подготовки и написания ВКР Умеет использовать знание отечественной и мировой культуры при разработке рекламных и PR-мероприятий для подготовки и написания ВКР 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 для подготовки и написания ВКР
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	Знать особенности, структуру целевой аудитории для подготовки и написания ВКР Уметь определять целевую аудиторию и её характеристики, соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп для подготовки и написания ВКР Владеть навыками использования социологического инструментария для исследования целевой аудитории для подготовки и написания ВКР

Код по ФГОС	Индикаторы достижения	Планируемые результаты обучения по практике
	для исследования целевой аудитории	
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 развития	Знать совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях для подготовки и написания ВКР Уметь осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы для подготовки и написания ВКР Владеть навыками разработки продукта в области рекламы и связей с общественностью с учетом особенностей регионального, национального и международного медиакоммуникационного развития для подготовки и написания ВКР
ОПК-6. Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6.1. Знает современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии, применяемые в профессиональной деятельности ОПК-6.2 Умеет использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-	Знать современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии, применяемые в профессиональной деятельности для подготовки и написания ВКР Уметь использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии для подготовки и написания ВКР Владеть навыками применения современных технических

Код по ФГОС	Индикаторы достижения	Планируемые результаты обучения по практике
	коммуникационные технологии ОПК-6.3. Владеет навыками применения современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	средств и информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов для подготовки и написания ВКР
ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	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	Знать правовые и этические основы профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью для подготовки и написания ВКР Уметь–осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом для подготовки и написания ВКР Владеть навыком правовой и этической оценки профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью для подготовки и написания ВКР
Профессиональные		
ПК-1. Способен планировать, разрабатывать и осуществлять коммуникационные проекты, владеть отдельными методами их реализации	ПК-1.1. Знает особенности, технологии и методы планирования, разработки и осуществления проектов в области рекламы и связей с общественностью	Знать особенности, технологии и методы планирования, разработки и осуществления проектов в области рекламы и связей с общественностью для подготовки и написания ВКР Уметь самостоятельно использо-

Код по ФГОС	Индикаторы достижения	Планируемые результаты обучения по практике
	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	вать традиционные и новейшие методы и технологии разработки и осуществления проектов в области рекламы и связей с общественностью для подготовки и написания ВКР Владеть навыками разработки и осуществления коммуникационных проектов и мероприятий для подготовки и написания ВКР
ПК-2. Способен осуществлять подготовку необходимой проектной документации	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	Знать особенности, виды и методы подготовки проектной документации в области рекламы и связей с общественностью для подготовки и написания ВКР Уметь готовить необходимую проектную документацию в области рекламы и связей с общественностью для подготовки и написания ВКР Владеть навыками подготовки в соответствии с формальными и содержательными требованиями необходимой проектной документации в области рекламы и связей с общественностью для подготовки и написания ВКР
ПК-3. Способен осуществлять коммуникационную кампанию в сети Интернет	ПК-3.1. Знает особенности и технологии осуществления рекламной и PR-кампаний в сети Интернет ПК-3.2. Умеет самостоятельно планировать и осуществлять рекламные и PR-мероприятия в сети Интернет ПК-3.3.	Знать особенности и технологии осуществления рекламной и PR-кампаний в сети Интернет для подготовки и написания ВКР Уметь самостоятельно планировать и осуществлять рекламные и PR-мероприятия в сети Интернет для подготовки и написания ВКР Владеть навыками использования возможностей сети Интернет в целях рекламы и связей с общественностью для подготовки и

Код по ФГОС	Индикаторы достижения	Планируемые результаты обучения по практике
	Владеет навыками использования возможностей сети Интернет в целях рекламы и связей с общественностью	написания ВКР

3 Место практики в структуре образовательной программы

Практика «Производственная практика» («преддипломная практика») проводится на 5 курсе в 10 семестре.

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

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

Знания, умения и опыт профессиональной деятельности, полученные в ходе практики, являются завершающим этапом освоения указанных компетенций.

4 Объем практики в зачетных единицах и ее продолжительность

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

Продолжительность практики 17 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	
		Очно-заочная форма обучения	
		Кол-во недель	Кол-во в часах
1	Подготовительный этап	1	3
2	Основной этап	14	163
3	Завершающий этап	2	50
	Итого	17	216

5 Содержание практики

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

Наименование разделов ВКР	**Содержание раздела (этапа) практики**	**Форма проведения или контроля**	**Трудоемкость (в часах)**
Раздел 1 Подготовительный этап			
	Инструктаж по технике безопасности, пожарной безопасности, охране труда, правилам внутреннего распорядка	Лекция	3
Текущий контроль		Запись в журнале инструктажа	
	Прибытие на рабочее место	Запись в дневнике	
Раздел 2 Основной этап			
Теоретический раздел	Задание 1 Сбор, систематизация и обобщение теоретических подходов к описанию сущности и решению проблемы по теме исследования	Историографический обзор. Классификация теоретических подходов к раскрытию сущности проблемы по теме исследования.	20
		Классификация методов исследования. Выбор методики для проведения исследования. Оформление Введения к ВКР.	20
	Задание 2 Систематизация и обобщение информации по теме исследования	Выбор методов для проведения анализа. Изложение хода анализа объекта исследования и основных выводов (параграф ВКР)	40
Аналитический раздел	Задание 3 Сбор, систематизация и обобщение данных о современном состоянии объекта исследования. Основные предполагаемые характеристики проводимых кампаний	Формирование параграфа ВКР, содержащего научно-аналитический обзор теоретических источников и эмпирического материала.	50

Наименование разделов ВКР	Содержание раздела (этапа) практики	Форма проведения или контроля	Трудоемкость (в часах)
	Задание 4 Изложение результатов научного исследования. Установление основных характеристик рекламной и PR-кампании.	Заключение о проведенном исследовании, исследовательские перспективы дальнейшего изучения проблемы. Подготовка доклада и презентации к защите ВКР.	20
Практический раздел	Задание 5 Творческая деятельность, выражающаяся в разработке рекламного и PR-проекта и других формах участия в реализации рекламной деятельности.	Ознакомиться с системой рекламного и PR-проектирования на базе практики. По итогам проведенного рекламного или PR мероприятия подготовить материал для публикации.	10
	Оформление дневника практики и получение отзыва от руководителя практики от профильной организации	Отчет по практике	3
Раздел 3 Завершающий этап			
	Анализ собранных материалов, составление и оформление отчета по практике	Отчет по практике	40
Текущий контроль по разделу 3	Защита отчета по практике	Собеседование	10
Промежуточная аттестация по практике		Зачет с оценкой	

6 Формы отчетности по практике

Формами отчётности по практике являются:
Формами отчётности 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;
   - рабочий график проведения практики;
   - путёвка 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).

Отчетность обучающегося должна быть представлена в формах, предусмотренных документацией «КнАГУ».

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

Таблица 4 – Паспорт фонда оценочных средств

Формируемая компетенция	**Контролируемое задание на практику**	**Наименование оценочного средства**	**Показатели оценки**
ОПК-1, ОПК-2	Задание 1	Классификация теоретических подходов к раскрытию сущности и методов решения проблемы по теме исследования.	Показывает умение выбора способов выявления, анализа и оценки проблем и вариантов их решения в профессиональной деятельности
			Показывает навыки практического использования методов решения профессиональных задач
ОПК-1, ОПК-2	Задание 2	План-проспект предстоящего исследования	Владеет принципами организации научно-исследовательской деятельности. Демонстрирует навыки теоретического анализа и обобщения.
ОПК-3, ОПК-4, ОПК-7	Задание 3	Научный обзор и классификация эмпирического материала по теме исследования.	Показывает навыки сбора и систематизации эмпирического материала по теме исследования

ОПК-3, ОПК-5, ПК-1	Задание 4	Заключение о результатах исследования, перечень основных итогов, исследовательских перспектив	Показывает навык анализа и интерпретации собранного эмпирического материала. Показывает умение оценивать и теоретически обосновывать полученные результаты, формулировать выводы по теме научного исследования и перспективы дальнейшего анализа
		Доклад, сообщение с использованием мультимедийных технологий (презентации) по теме исследования.	Показывает навыки презентации результатов научного исследования. Навык представления и защиты научной работы
ОПК-5, ОПК-6, ПК-1, ПК-2, ПК-3	Задание 5	5.1. Информационная справка мероприятия в сфере рекламы или PR. 5.2. Вариант информационно-рекламной продукции мероприятия (публикация в СМИ, рекламный щит, печатная продукция, проведение пресс-конференции, презентации, экскурсии и т.п.)	Демонстрирует способность эффективно реализовывать актуальные задачи государственной культурной политики в процессе организации социально-культурной деятельности; готовность использовать технологии социально-культурной деятельности (средства, формы, методы) для проведения информационно-просветительной работы

Промежуточная аттестация проводится в форме Зачет с оценкой.

Зачет с оценкой определятся 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.

ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА ОЦЕНКИ РЕЗУЛЬТАТОВ ПРАКТИКИ

ЗАДАНИЯ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

	Наименование оценочного средства	**Сроки выполнения**	**Шкала оценивания**	**Критерии оценивания**
1	Классификация теоретических подходов к раскрытию сущности и методов решения проблемы по теме исследования.	1-2 неделя практики	20 баллов	0 баллов – текст отсутствует 10 баллов – Доклад содержит достоверную, систематизированную информацию 15 баллов – Доклад содержит достоверную, систематизированную информацию, на основе ее анализа сделаны обоснованные выводы 20 баллов – Доклад содержит достоверную, систематизированную информацию, на основе ее анализа сделаны обоснованные выводы, текст доклада соответствует требованиям научного стиля русского языка
2	План-проспект предстоящего исследования	1-2 неделя практики	20 баллов	0 баллов – текст отсутствует 10 баллов – Доклад содержит достоверную, систематизированную информацию 15 баллов – Доклад содержит достоверную, систематизированную информацию, на основе ее анализа сделаны обоснованные выводы 20 баллов – Доклад содержит достоверную, систематизированную информацию, на основе ее анализа сделаны обоснованные выводы, текст доклада соответствует требованиям научного стиля русского языка
3	Научный обзор и классификация эмпирического материала по теме исследования.	5-6 неделя практики	20 баллов	0 баллов – текст отсутствует 10 баллов – текст тест соответствует требованиям функциональных стилей русского языка, но не оригинальный, маловыразительный 20 баллов – текст соответствует требованиям функциональных стилей русского языка, текст оригинальный, выразительный
4	Заключение о результатах исследования, перечень основных итогов, исследовательских перспектив			

		Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных.					
3	ОПК-3, ОПК-4, ОПК-7	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности; Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.	Задание 3 Научный обзор и классификация эмпирического материала по теме исследования.				
4	ОПК-3, ОПК-5, ПК-1	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; 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; Способен планировать, разрабатывать и осуществлять коммуникационные проекты, владеть отдельными методами их реализации.	Задание 4 Заключение о результатах исследования, перечень основных итогов, исследовательских перспектив Доклад, сообщение с использованием мультимедийных технологий (презентации) по теме исследования.				
5	ОПК-5, ОПК-6, ПК-1, ПК-2, ПК-3	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и эко-	Задание 5 5.1. Информационная справка мероприятия в сфере рекламы и PR. 5.2. Вариант информационно-				

		номических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования; Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии; Способен планировать, разрабатывать и осуществлять коммуникационные проекты, владеть отдельными методами их реализации; Способен осуществлять подготовку необходимой проектной документации; Способен осуществлять коммуникационную кампанию в сети Интернет.	рекламной продукции мероприятия (публикация в СМИ, рекламный щит, печатная продукция, проведение пресс-конференции, презентации, экскурсии и т.п.)				
Итоговая оценка руководителя практики от профильной организации							

Показатели прохождения практики		**Шкала оценивания**	**Критерии оценивания**
1	Качество выполнения заданий	5 баллов	2 балла - студент допустил ошибки в выборе методов и последовательности решения задания. 3 балла – студент обнаружил умение правильно выбрать метод решения задания, но допустил ошибки на этапе его реализации. 4 балла – студент обнаружил умение правильно выбрать метод и последовательность решения задания, но допустил неточности на этапе реализации. 5 баллов – студент обнаружил умение правильно и эффективно решать задания.
2	Уровень подготовки обучающегося	5 баллов	2 балла – студент обнаружил пробелы в знаниях основного учебного материала, допустил принципиальные ошибки в выполнении заданий по практике. 3 балла – студент показал знания основного учебного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, справился с выполнением заданий по практике, знаком с основной литературой. 4 балла – студент показал полное знание учебного материала, успешно выполнил задания по практике, усвоил основную литературу. 5 баллов – студент показал всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, умение свободно выполнять задания по практике, усвоивший основную литературу и знакомый с дополнительной литературой.

Показатели прохождения практики		Шкала оценивания	Критерии оценивания
3	Уровень сформированности компетенций	5 баллов	См. D j b l _ j b b h pa_Zg^dZbg b c l _ d m s _] h d h g l j h e y

ОТЗЫВ О РАБОТЕ СТУДЕНТА РУКОВОДИТЕЛЯ ОТ УНИВЕРСИТЕТА

заполняется в дневнике практики по форме:

ОТЗЫВ О РАБОТЕ СТУДЕНТА
руководителя практики от университета

Перечень компетенций, осваиваемых на практике				Оценка уровня сформированности компетенции*			
				5	4	3	2
№	Кодовое обозначение компетенции	Название компетенции	Контрольные задания				
1	ОПК-1, ОПК-2	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; Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных.	Задание 1. Классификация теоретических подходов к раскрытию сущности и методов решения проблемы по теме исследования.				
2	ОПК-1, ОПК-2	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; Способен учитывать тенденции раз-	Задание 2 План-проспект предстоящего исследования				

		вития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных.					
3	ОПК-3, ОПК-4, ОПК-7	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности; Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.	Задание 3 Научный обзор и классификация эмпирического материала по теме исследования.				
4	ОПК-3, ОПК-5, ПК-1	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; 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; Способен планировать, разрабатывать и осуществлять коммуникационные проекты, владеть отдельными методами их реализации.	Задание 4 Заключение о результатах исследования, перечень основных итогов, исследовательских перспектив Доклад, сообщение с использованием мультимедийных технологий (презентации) по теме исследования.				
5	ОПК-5, ОПК-6, ПК-1, ПК-2, ПК-3	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функцио-	Задание 5 5.1. Информационная справка мероприятия в сфере рекламы и PR. 5.2. Вариант информационно-рекламной продукции мероприятия				

ОПК-3, ОПК-4, ОПК-7	Задание 3 Научный обзор и классификация эмпирического материала по теме исследования.				
ОПК-3, ОПК-5, ПК-1	Задание 4 Заключение о результатах исследования, перечень основных итогов, исследовательских перспектив Доклад, сообщение с использованием мультимедийных технологий (презентации) по теме исследования.				
ОПК-5, ОПК-6, ПК-1, ПК-2, ПК-3	Задание 5 5.1. Информационная справка мероприятия в сфере рекламы и PR. 5.2. Вариант информационно-рекламной продукции мероприятия (публикация в СМИ, рекламный щит, печатная продукция, проведение пресс-конференции, презентации, экскур-				

	сии и т.п.)				
			Итоговая оценка		

* 5 – умения и навыки сформированы в полном объёме
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, выводы и результаты исследования не обоснованы. 3 балла – отчёт по практике логически структурирован, имеет целевую направленность, выводы и результаты исследования обоснованы, но допущены ошибки в их формулировке и оформлении, 4 балла – отчёт по практике логически структурирован, имеет целевую направленность, выводы и результаты исследования обоснованы, но допущены неточности в их формулировке. 5 баллов – отчёт по практике логически структурирован, имеет целевую направленность, выводы и результаты исследования 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*общая оценка уровня сформированности компетенций+ 0,1*оценка за качество выполнения заданий + 0,1*оценка за уровень подготовки обучающегося + 0,1*оценка за качество подготовки отчёта по практике + 0,2*оценка за результаты промежуточной аттестации

Общая оценка уровня сформированности компетенций		Ba lZ[ebpu H[sZy hp_gdZ >g_\g
Отзыв о работе студента руководителя от профильной организации	Качество выполнения заданий	Ba lZ[ebpu Hlau\ jmdh\h^bl_ey hj]ZgbaZpbb >g_\gbdZ ijZdlbdb
	Уровень подготовки обучающегося	Ba lZ[ebpu Hlau\ jmdh\h^bl_ey hj]ZgbaZpbb >g_\gbdZ ijZdlbdb
Оценочные средства для промежуточной аттестации	Отчет по практике	
	Собеседование (опрос)	
	Итоговая оценка	

Задания для текущего контроля

Типовое задание для текущего контроля

Составить рекламное мероприятие или один проект взаимодействия с общественностью в рамках мероприятий PR-кампании предприятия одного из предприятий на выбор из предложенных, либо предложить и согласовать с руководителем практики свой выбор предприятия. План выполнения задания см. Приложение 1.

1. Организация рекламной и PR-деятельности в ООО «Евросеть».
2. Разработка плана рекламной и PR-кампании организации на примере ООО «Обелиск».
3. Разработка плана рекламной и PR-кампании спортивно-развлекательного клуба.
4. Рекламный и PR-проект магазина строительных материалов «Уровень».
5. Рекламный и PR-проект магазина спортивной экипировки «Адидас».
6. Рекламный и PR-проект спортивного магазина «Спортмастер».
7. Рекламный и PR-проект ООО «Сотовый мир».
8. Рекламный и PR-проект строительной кампании ООО «Северстройком».
9. Рекламный и PR-проект «Кофейня-24».
10. Рекламный и PR-проект компании АО «Уссури Банк».
11. Рекламный и PR-проект стоматологической клиники «Альфадент».
12. Рекламный и PR-проект магазина игрушек «Виктория».
13. Рекламный и PR-проект обувного магазина «Карри» (Kari).
14. Рекламный и PR-проект сети магазинов бытовой электроники для экономных покупателей ТК «Домо».
15. Рекламный и PR-проект магазина электротехники «ДНС».
16. Рекламный и PR-проект магазина «Макар» (ИП Шаров).
17. Организация рекламной и PR-деятельности сетевой компании Amwey.
18. Рекламный и PR-проект сети магазинов «Евросеть».
19. Рекламный и PR-проект торговой сети «Амба».
20. Рекламный и PR-проект торговой сети «Рума».
21. Рекламный и PR-проект торговой сети «Солнце».
22. Рекламный и PR-проект магазинов книжной торговли «Большой книжный».
23. Рекламный и PR-проект сети магазинов «Амбарчик».
24. Рекламный и PR-проект фитнесс-клуба «Атмосфера».
25. Рекламный и PR-проект предприятия транспорта МУП ПАТП.
26. Рекламный и PR-проект гостиницы «Восход».
27. Рекламный и PR-проект парикмахерского салона «Авангард».
28. Рекламный и PR-проект сети зоомагазинов «Зебра».
29. Рекламный и PR-проект мебельного магазина «Олимп».
30. Рекламный и PR-проект службы такси «Абсолют».
31. Рекламный и PR-проект корпорации «Сухой»-«КнААЗ».

Задания для промежуточной аттестации

Вопросы к собеседованию (опросу)

Теоретический раздел

Вопрос 1. Назовите основные методы научного познания, которые вы использовали для подготовки теоретического раздела. Обоснуйте их применение на практике.

Вопрос 2. Обоснуйте актуальность и практическую значимость выбранной темы ВКР.

Вопрос 3. Сформулируйте цель и задачи по теме исследования.

Вопрос 4. Дайте определение сущности категории «объект исследования» и «предмет исследования» применительно к выбранной теме ВКР.
Вопрос 5. Опишите методики исследования, используемые при подготовке ВКР

8 Учебно-методическое и информационное обеспечение практики

8.1 Основная литература

1 Ворошилов, В. В. Современная пресс-служба / В. В. Ворошилов. - СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2005. – 256 с.

2 Борисов, Б. Л. Технологии рекламы и PR: учебное пособие / Б. Л. Борисов. - М. : ФАИР-ПРЕСС, 2001. – 618 с.

3 Бузин, В. Н. Медиапланирование. Теория и практика [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям "Реклама", "Маркетинг", "Психология", "Социология", "Журналистика" / В. Н. Бузин, Т. С. Бузина - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 495 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: http://znanium.com/catalog.php, ограниченный. – Загл. с экрана.

8.2 Дополнительная литература

1 Васильев, Г. А. Технологии производства рекламной продукции [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Г. А. Васильев, В. А. Поляков, А. А. Романов. - М. : Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2010. - 272 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: http://znanium.com/catalog.php, ограниченный. – Загл. с экрана.

2 Романов, А. А. Разработка рекламного продукта [Электронный ресурс] : учеб. пособие / А. А. Романов, Г. А. Васильев, В. А. Поляков. - М. : Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2010. - 256 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: http://znanium.com/catalog.php, ограниченный. – Загл. с экрана.

3 Крапивенко, А. В. Технологии мультимедиа и восприятие ощущений [Электронный ресурс] : учебное пособие / А. В. Крапивенко. - 2-е изд. (эл.). - М. : БИНОМ. Лаборатория знаний, 2012. - 271 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: http://znanium.com/catalog.php, ограниченный. – Загл. с экрана.

4 Бернадская, Ю. С. Звук в рекламе [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ю. С. Бернадская - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 135 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: http://znanium.com/catalog.php, ограниченный. – Загл. с экрана.

5 Романычева, Э. Т. Дизайн и реклама. Компьютерные технологии [Электронный ресурс] : Справочное и практическое руководство / Э. Т. Романычева, О. Г. Яцюк. - М. : ДМК Пресс, 2006. - 432 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: http://znanium.com/catalog.php, ограниченный. – Загл. с экрана.

6 Курушин, В. Д. Графический дизайн и реклама [Электронный ресурс] : учебное пособие/ В. Д. Курушин. - М. : ДМК Пресс, 2008. - 272 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: http://znanium.com/catalog.php, ограниченный. – Загл. с экрана.

7 Овчинникова, Р. Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 070601 "Дизайн", 032401 "Реклама" / Р. Ю. Овчинникова; под ред. Л. М. Дмитриева - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 239 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: http://znanium.com/catalog.php, ограниченный. – Загл. с экрана.

8 Евстафьев, В. А. Организация и практика работы рекламного агентства [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / В. А. Евстафьев - М. : Дашков и К, 2016. - 512 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: http://znanium.com/catalog.php, ограниченный. – Загл. с экрана.

9 Шарков, Ф. И. Паблик рилейшнз [Электронный ресурс] : учебник / Ф. И. Шарков. - 5-е изд. - М. : Дашков и К, 2012. - 332 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: http://znanium.com/catalog.php, ограниченный. – Загл. с экрана.

10 Кузнецов, П. А. Современные технологии коммерческой рекламы [Электронный ресурс] : Практическое пособие / П. А. Кузнецов. — М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2014. — 296 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: http://znanium.com/catalog.php, ограниченный. – Загл. с экрана.

11 Ткаченко, Н. В. Креативная реклама. Технологии проектирования [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н. В. Ткаченко, О. Н. Ткаченко, Л. М. Дмитриева - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 335 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: http://znanium.com/catalog.php, ограниченный. – Загл. с экрана.

12 Макарова, Т. В. Основы информационных технологий в рекламе [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 032401 "Реклама" / Т. В. Макарова, О. Н. Ткаченко, О. Г. Капустина; под ред. Л. М. Дмитриева - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 271 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: http://znanium.com/catalog.php, ограниченный. – Загл. с экрана.

13 Ворошилов, В. В. Современная пресс-служба: учебник для вузов / В. В. Ворошилов. - М. : КноРус, 2009. – 222 с.

14 Гольман, И. А. Рекламная деятельность: планирование, технология, организация: учебник для вузов / И. А. Гольман. - 2-е изд., перераб., доп. - М. : Гелла-принт, 2002. – 389 с.

8.3 Методические указания для студентов по выполнению заданий практики

Отсутствуют

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

1 Электронно-библиотечная система ZNANIUM.COM. Договор ЕП 44 № 003/10 эбс ИКЗ 191272700076927030100100120016311000 от 17 апреля 2019 г.

2 Электронно-библиотечная система IPRbooks. Лицензионный договор № ЕП44 № 001/9 на предоставление доступа к электронно-библиотечной системе IPRbooks ИКЗ 191272700076927030100100090016311000 от 27 марта 2019 г.

3 Электронно-библиотечная система eLIBRARY.RU. Договор № ЕП 44 № 004/13 на оказание услуг доступа к электронным изданиям ИКЗ 191272700076927030100100150016311000 от 15 апреля 2019 г.

8.5 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 и свободно распространяемое программное обеспечение, используемое при осуществлении образовательного процесса по практике

Таблица 5 – Перечень используемого программного обеспечения

Наименование ПО	Реквизиты / условия использования
Microsoft Imagine Premium	Лицензионный договор АЭ223 №008/65 от 11.01.2019
OpenOffice	Свободная лицензия, условия использования по ссылке: https://www.openoffice.org/license.html

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 перезачёт / переаттестацию соответствующих практик, освоенных в процессе предшествующего обучения, который освобождает обучающегося от необходимости их повторного прохождения.

В соответствии с СТО У.012-2018 перезачёт 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) / специализации. Переаттестация по практике проводится в следующих случаях:

- наименование ранее пройденной практики не совпадает с действующим учебным планом, но компетенции по практике полностью 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 %;
- прохождение практики осуществлялось более пяти лет назад с момента выдачи документов об образовании.

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 без-

опасности, 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» («преддипломная 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» («преддипломная 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» («преддипломная 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 общую 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» («преддипломная практика»).

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

Для реализации программы практики «Производственная практика» («преддипломная практика») на базе ФГБОУ ВО «КнАГУ» используется материально-техническое обеспечение, перечисленное в таблице 6.

Таблица 6 – Материально-техническое обеспечение практики на базе КнАГУ

Аудитория	Наименование аудитории (лаборатории)	Используемое оборудование	Назначение оборудования
Аудитории для занятий лекционного и семинарского типа с выходом в интернет + локальное соединение	Мультимедийный класс	1 персональный ЭВМ с процессором Core(TM) i3-3240 CPU @ 3.4 GHz; 1 экран с проектором EPSON EB-825V	Проведение лекционных и практических занятий в виде презентаций

Для реализации программы практики «Производственная практика» («преддипломная практика»)) на базе профильной организации используется материально-техническое обеспечение, перечисленное в таблице 7.

Таблица 8 – Материально-техническое обеспечение практики на базе профильной организации

Стандартное или специализированное оборудование, обеспечивающее выполнение заданий	Назначение оборудования
Компьютер с выходом в интернет	Выполнение заданий и отчета по практике.
Сканер	Выполнение заданий практики.
Принтер	Печать дневника и отчета по 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.

Приложение 1

Методические указания к подготовке теоретического раздела ВКР

Структура выпускной работы включает: введение, две-три главы, с разбивкой на параграфы, заключение, а также список использованной литературы и приложения. Объем работы – 50-70 печатных страниц.

Во введении обосновывается выбор темы, ее актуальность, формулируются цель и задачи исследования. Здесь отражается степень изученности рассматриваемых вопросов в научной литературе, оговаривается предмет и объект исследования, конкретизируется круг вопросов, подлежащих исследованию, обосновывается методология. По объему введение не превышает 3-4 страниц.

Первая глава имеет теоретический характер. В ней на основе изучения литературы, дискуссионных вопросов, систематизации концепций исследования культуры рассматриваются возникновение и этапы исследования проблем, систематизируются позиции российских и зарубежных ученых и обязательно аргументируется собственная точка зрения студента относительно понятий, проблем, определений, выводов.

Вторая (вторая и третья) глава носит аналитический характер, раскрывающий содержание проблемы. В них на конкретном культурно-историческом материале выявляются закономерности и тенденции развития объекта исследования. Содержание этой главы является логическим продолжением первой теоретической главы и отражает взаимосвязь теории и практики, позволяет сформулировать конкретные выводы и предложения по исследуемой проблеме.

Заключение содержит выводы по теме выпускной работы и конкретные предложения по исследуемым вопросам. Они должны непосредственно вытекать из содержания выпускной работы и излагаться лаконично и четко. По объему заключение не превышает 5 страниц.

Первый раздел содержит теоретические основы и краткую историю поставленной проблемы. Исследование теоретических вопросов должно быть увязано с практической частью и служить базой для дальнейшего изучения темы, способствуя выработке итоговых рекомендаций и предложений.

Изложение теоретического материала, содержащегося в научной литературе, периодических публикациях журналов, газет, сборниках и других источниках, представляет для автора ВКР определенную трудность. Довольно часто он ограничивается лишь простым приведением тех или иных теоретических подходов известных ученых и специалистов. Более грамотным является оценочный метод. Необходимо не просто изложить какой-либо аспект теории проблематики работы, а дать свою собственную оценку. Обоснование следует вести с помощью цифр или количественных выкладок, с указанием мнения одного или нескольких теоретиков данной проблематики. При этом не следует приводить большие выдержки из их трудов, а указать точку зрения того или иного ученого. Это позволяет насыщать ВКР разнообразным теоретическим материалом.

Раскрытие теоретических положений темы КР должно быть логичным и последовательным. Поэтому ненужно описывать всю проблему в целом, гораздо рациональнее излагать теоретическую часть путем последовательного перехода от одного аспекта к другому. Но, раскрывая их содержание, необходимо все время подводить итог или показывать авторское видение рассматриваемого вопроса, поскольку в процессе исследования постоянно идет накопление материала, который сразу трудно связать в одну цельную схему. И для того, чтобы была возможность логично структурировать содержание раздела, необходимо подводить краткий итог каждому рассматриваемому аспекту проблемы.

Теоретический раздел ВКР состоит из трёх подразделов:

- понятие, описание сущности и характеристика методов решения проблемы (по теме исследования);

- выбор методики для проведения исследования;

- сбор и подготовки исходной информации для проведения анализа.

Методические указания к подготовке аналитического раздела ВКР

Аналитический этап предполагает формирование 1 и 2 разделов отчета.

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-кампании.

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 затратообразующие факторы PR-кампаний;
4. Основные тактики вложений в PR-кампании.
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.

Методические указания по подготовке практического задания практики.

Практическое задание предполагает составление рекламного мероприятие или одного проекта взаимодействия с общественностью в рамках мероприятий PR-кампании предприятия.

Результат выполнения практического задания – отчет, который содержит после-

дующие - после аналитического этапа разделы (на примере разработки проекта PR-взаимодействия):

Раздел 3. Этап реализации PR-кампании.

1. Этап реализации в теориях и определениях С. Катлипа, Д. Бернета, С. Мориарти.
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.