

Уральский социально-экономический институт (филиал)
Образовательного учреждения профсоюзов высшего образования
«Академия труда и социальных отношений»

Социально-экономический факультет

ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА

Направление подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль)

«Реклама и связи с общественностью в социальной сфере»

Квалификация (степень) выпускника

Бакалавр

Программу составил: д.и.н., доцент А.В.Власова
(ученая степень, ученое звание, инициалы, фамилия)

Утверждено решением Ученого совета Ур СЭИ (филиал) ОУП ВО «АТиСО»
(протокол № 1 от 13.09.2016 г.)

Челябинск
2016

Оглавление

| | |
|--|----|
| 1. ТИПЫ, ОБЪЕКТЫ, СПОСОБЫ И ФОРМЫ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ..... | 3 |
| 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ | 4 |
| 2.1 Планируемые результаты обучения при прохождении практики. | 6 |
| 2.2 Результаты прохождения практики..... | 7 |
| 2.3 Задания по производственной практике:..... | 10 |
| 3. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ..... | 12 |
| 4. ОБЪЕМ ПРАКТИКИ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ И ЕЕ ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТИ В НЕДЕЛЯХ ЛИБО В АКАДЕМИЧЕСКИХ ИЛИ АСТРОНОМИЧЕСКИХ ЧАСАХ | 13 |
| 5. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ | 13 |
| 6. ФОРМЫ ОТЧЕТНОСТИ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ | 20 |
| 7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРАКТИКЕ | 20 |
| 8. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И РЕСУРСОВ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ | 29 |
| 9. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ПРАКТИКИ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ (ПРИ НЕОБХОДИМОСТИ)..... | 30 |
| 10. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ | 31 |

1. ТИПЫ, ОБЪЕКТЫ, СПОСОБЫ И ФОРМЫ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Программа бакалавриата включает **Блок 2 «Практики»**, который в полном объеме относится к вариативной части программы. В Блок 2 «Практики» входят учебная и производственная, в том числе преддипломная практики. **Преддипломная практика** проводится для выполнения выпускной квалификационной работы и является обязательной.

Типы производственной практики:

- практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности;
- научно-исследовательская работа.

Объектами производственной практики являются:

- органы государственной власти субъектов Российской Федерации, органы местного самоуправления;
- негосударственные, общественные и коммерческие организации, средства массовой информации;
- научные организации и организации, осуществляющие образовательную деятельность;
- производственные и сервисные предприятия.

Способы проведения производственной практики:

- стационарная;
- выездная.

Форма проведения практики:

- концентрированная.

Производственная практика может проводиться в структурных подразделениях организации.

Выбор мест прохождения практики для лиц с ограниченными возможностями здоровья производится с учетом состояния здоровья обучающихся и требований по доступности.

Основной формой прохождения производственной практики является непосредственное (под контролем) участие обучающихся в реализации задач организации (предприятия) по направлениям и видам профессиональной деятельности:

- организационно-управленческая;
- проектная;
- коммуникационная;
- рекламно-информационная;
- рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая;
- информационно-технологическая.

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

Цели производственной практики:

- формирование навыков ведения самостоятельной научно-исследовательской работы: анализа источников и литературы по теме исследования, теоретического анализа предметной области, эмпирического исследования, систематизации данных, оценки эффективности средств и методов рекламы и связей с общественностью;
- получение профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности по специальности;
- развитие профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности по специальности; сбор эмпирических данных для прикладной части выпускной квалификационной работы.

Задачи производственной практики:

В части научно-исследовательской работы:

- закрепление навыков практической работы с источниками информации различного типа по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (профиль «Реклама и связи с общественностью в социальной сфере»);
- закрепление навыков планирования и организации научно-исследовательской работы;
- формирование навыков самостоятельно применять приемы и методы научно-исследовательской работы;
- формирование навыков обработки данных и оформления материалов научного исследования с использованием современных методов и технологий научной коммуникации;
- формирование навыков планировать и решать задачи профессионального и личностного развития в части научно-исследовательской деятельности;

- обеспечить приобретение опыта обращения с источниками информации в соответствии с академическими нормами;
- обеспечить приобретение опыта по созданию научного текста – подготовки первой главы выпускной квалификационной работы.

В части практики по получению базовых профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности:

- совершенствование и практическое применение знаний в области рекламы и связей с общественностью;
- осуществление под контролем профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;
- планирование и организация под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий;
- проведение под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий;
- участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельностью по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью;
- приобретение навыков организационно-управленческой работы с малыми коллективами;
- приобретение навыков подготовки проектной документации (техико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);
- приобретение навыков подготовки и проведения социологических и маркетинговых исследований;
- приобретение навыков подготовки материалов для аналитических справок, обзоров, прогнозов
- приобретение навыков работы в отделе рекламы, отделе связей с общественностью.

В части преддипломной практики:

- совершенствование и практическое применение знаний в области рекламы и связей с общественностью в реальных условиях функционирования организации (предприятия);
- развитие умений и опыта осуществления под контролем профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;

- развитие умений и опыта планирования и организации под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий;
- развитие умений и опыта проведения под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий;
- развитие умений и опыта участия в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью;
- развитие умений и опыта организационно-управленческой работы с малыми коллективами;
- развитие умений и навыков подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);
- развитие навыков подготовки и проведения социологических и маркетинговых исследований;
- развитие навыков подготовки материалов для аналитических справок, обзоров, прогнозов;
- развитие умений и навыков работы в отделе рекламы, отделе связей с общественностью.

2.1 Планируемые результаты обучения при прохождении практики.

Прохождение производственной практики направлено на формирование следующих общекультурных (ОК), общепрофессиональных (ОПК) и профессиональных (ПК) компетенций:

В части научно-исследовательской работы:

ОК-7; ОПК-3, ОПК-6; ПК-9, ПК-10.

В части практики по получению базовых профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности:

ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6;
ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-11,
ПК-12, ПК-13, ПК-14, ПК-15, ПК-16.

В части преддипломной практики:

ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6;

ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-11, ПК-12, ПК-13, ПК-14, ПК-15, ПК-16

2.2 Результаты прохождения практики

В части результатов получения опыта научно-исследовательской работы студент должен обладать следующими компетенциями:

ОК-7: способностью к самоорганизации и самообразованию;

ОПК-3: обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга;

ОПК-6: способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;

ПК-9: способностью проводить маркетинговые исследования;

ПК-10: способностью организовывать и проводить социологические исследования.

В результате студент должен:

а) знать:

- источники информации для решения стандартных задач профессиональной деятельности в рамках выбранного направления, источники получения необходимых данных для решения профессиональных задач;
- современные инструментальные средства обработки данных в области рекламы и связей с общественностью;
- основы организации и самоорганизации научной деятельности;

б) уметь:

- применять информационно-коммуникационные технологии для решения стандартных задач профессиональной деятельности с учетом основных требований информационной безопасности;
- осуществлять сбор, анализ, обработку полученных данных в соответствии с целями и задачами исследования;
- корректно применять выбранные средства для обработки данных;
- находить организационные решения для достижения целей научно-исследовательской работы.

в) владеть:

- методами решения стандартных задач профессиональной деятельности;
- современными методами обработки информации;
- методами социологического и маркетингового исследования;
- навыками критического анализа источников информации.

В части практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, в том числе преддипломной практики, студент должен обладать следующими компетенциями:

ОПК-1: способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;

ОПК-2: владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью;

ОПК-3: обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга;

ОПК-4: умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;

ОПК-5: умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;

ОПК-6: способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;

организационно-управленческая деятельность:

ПК-1: способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельностью по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью;

ПК-2: владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы;

ПК-3: владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами;

проектная деятельность:

ПК-4: владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);

ПК-5: способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации;

коммуникационная деятельность:

ПК-6: способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации;

ПК-7: способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;

рекламно-информационная деятельность:

ПК-8: способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;

рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая деятельность:

ПК-9: способностью проводить маркетинговые исследования;

ПК-10: способностью организовывать и проводить социологические исследования;

ПК-11: способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов;

информационно-технологическая деятельность:

ПК-12: способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;

ПК-13: способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия;

ПК-14: способностью реализовывать знания в области как сферы профессиональной деятельности;

ПК-15: владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве;

ПК-16: способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы.

В результате студент должен:

а) знать:

- формы работы с коллективом, основные нормативно-правовые акты, стандартные методы решения профессиональных задач в области рекламы и связей с общественностью;
- функции в области рекламы и связей с общественностью в месте прохождения практики; особенности работы пресс-служб; техники проведения опросов общественного мнения и фокус-групп; методики проведения маркетинговых и социологических исследований в профессиональной области;
- основы менеджмента и маркетинга; особенности управления и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью; методики поддержания благоприятного психологического климата в коллективе; правила формирования эффективных внутренних и внешних коммуникаций;
- средства и методы подготовки проектной документации, реализации

проектов, организацию работы проектных команд.

б) уметь:

- применить свои знания на практике в целях подготовки прикладной части выпускной квалификационной работы;
- участвовать в организации коммуникационных кампаний и мероприятий;
- планировать рекламную работу;
- поддерживать благоприятный психологический климат в коллективе;
- планировать, готовить и проводить коммуникационные кампании и мероприятия;
- организовать подготовку к выпуску, производству и распространению рекламной продукции;
- организовать и проводить исследования с целью составления прогноза общественного мнения и разработки мер по повышению имиджа фирмы, организации.

в) владеть:

- опытом работы в коллективе, основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, навыками работы с компьютером как средством управления информацией;
- навыками осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий; навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве;
- основными управленческими функциями; навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации; навыками подготовки проектной документации;
- навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами;
- навыками создания рекламной продукции, в т.ч. текстовой и графической рекламы, рабочих и презентационных материалов;
- навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов.
- навыками под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;
- навыками под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия;
- навыками под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы.

2.3 Задания по производственной практике:

а) научно-исследовательская работа

- определить тему научного исследования, сформулировать в явном виде основную идею и проблему, провести логический (понятийный) анализ предметной области исследования;
- составить план научно-исследовательской работы, указать содержание основных этапов и сроков исполнения;
- провести библиографический поиск по теме исследования, составить по принятым правилам библиографический список, подготовить обзор источников по теме исследования;
- на основе изучения источников составить краткую историографию проблемы;
- провести поиск, систематизацию и анализ теоретического и эмпирического материала по теме работы, применяя методы социологического и маркетингового исследования;
- подготовить в соответствии с академическими нормами научный текст, резюмирующий процесс и результаты исследования;
- подготовить отчет и тезисы выступления (презентацию) по итогам научно-исследовательской работы;
- подготовить отчет.

б) производственная (по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности)

- изучить нормативную документацию, определяющую деятельность отделов рекламы и связей с общественностью организации (предприятия);
- изучить организационную структуру организации (предприятия) и определить место в ней подразделений по связям с общественностью и рекламе (при наличии);
- выявить распределение функций по связям с общественностью и рекламе в системе коммуникаций организации (предприятия);
- изучить систему внутренних и внешних коммуникаций организации (предприятия);
- собрать и обработать эмпирический материал (количественные и качественные данные) в части рекламной и PR-деятельности организации (предприятия);
- проанализировать особенности корпоративной культуры;
- изучить рекламно-информационный контент организации (предприятия);
- провести анализ корпоративных изданий, сайта в части рекламно-информационной деятельности, определить состав целевых аудиторий
- вести дневник практики;
- подготовить отчет.

в) производственная (преддипломная)

- проанализировать нормативную документацию, определяющую деятельность отделов рекламы и связей с общественностью организации (предприятия);
- изучить организационную структуру организации (предприятия) и определить место в ней подразделений по связям с общественностью и рекламе (при наличии);
- выявить распределение функций по связям с общественностью и рекламе в системе коммуникаций организации (предприятия);
- изучить систему внутренних и внешних коммуникаций организации (предприятия);
- проанализировать особенности корпоративной культуры;
- изучить рекламно-информационный контент организации (предприятия);
- провести анализ корпоративных изданий, сайта в части рекламно-информационной деятельности;
- разработать проект исследования (общественное мнение, эксперимент, рыночное наблюдение) с целью повышения имиджа фирмы (организации);
- подготовить отчет о состоянии конкурентной среды;
- подготовить проект аналитической справки (прогноз) о перспективах развития информационно-коммуникационной системы организации (предприятия) в части рекламы и PR;
- вести дневник практики;
- подготовить отчет.

3. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Производственная практика является составной частью основной профессиональной образовательной программы по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Производственная практика является неотъемлемой составной частью учебного процесса в вузе и выступает средством преобразования приобретенных теоретических знаний в систему профессиональных знаний, умений и навыков бакалавра рекламы и связей с общественностью.

Производственная практика относится к **Блоку Б2 «Практики»** учебного плана и базируется на освоении содержания Блока Б1 «Дисциплины (модули)».

Для успешного прохождения производственной практики (в части научно-исследовательской работы) необходимы общетеоретические знания, умения, навыки и компетенции, приобретенные в результате освоения дисциплин базовой и вариативной частей учебного плана: «Социология», «Компьютерные технологии и информатика», «Социология массовых коммуникаций», «Психология массовых коммуникаций», «Теория и практика массовой информации», «Маркетинговые исследования и ситуационный

анализ в связях с общественностью», «Теория и практика связей с общественностью», «Стилистика и литературное редактирование», «Теоретические и практические проблемы рекламы», «Интернет-технологии в рекламе и связях с общественностью».

Производственная практика по получению базовых профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности базируется на знаниях и умениях, приобретенных в ходе освоения дисциплин «Теория и практика массовой информации», «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью», «Современная пресс-служба», «Психология рекламы», «Теоретические и практические проблемы рекламы» и др.

Преддипломная практика базируется на знаниях и умениях, приобретенных в ходе освоения дисциплин «Теоретические и практические проблемы рекламы», «Теория и практика массовой информации», «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью», «Современная пресс-служба», «Психология рекламы», «Информационное сопровождение социальных проектов», «Связи с общественностью в кризисных ситуациях», «Основы медиапланирования», «Имиджелогия: проектные технологии» и др.

Производственная практика выступает основанием для подготовки выпускной квалификационной работы и является условием допуска к итоговой государственной аттестации.

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

Общая трудоемкость производственной практики составляет 33 зачетные единицы, что составляет 1188 часов, в том числе:

- а) научно-исследовательская работа – 6 зачетных единиц, 216 часов;
- б) производственная (по получению базовых профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности) – 6 зачетных единиц, 216 часов;
- в) производственная (преддипломная) – 21 зачетную единицу, 756 часов.

5. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

5.1. Место и время проведения производственной практики

Место проведения производственной практики определяется на основании целей и задач основной профессиональной образовательной программы по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (профиль «Реклама и связи с общественностью в социальной сфере»), с учетом интересов обучающихся и состояния сферы рекламы и связей с общественностью региона.

Местом проведения производственной практики могут выступать:

– органы государственной власти субъектов Российской Федерации (правительство, министерства и ведомства, Законодательное собрание Челябинской области и др.), органы местного самоуправления (администрация г. Челябинска, администрации районов г. Челябинска, администрации городов и поселений Челябинской области и др.);

– негосударственные, общественные и коммерческие организации, средства массовой информации;

– научные организации и организации, осуществляющие образовательную деятельность, в том числе Ур СЭИ (филиал) ОУП ВО «АТиСО»;

– производственные и сервисные предприятия.

Местом проведения производственной практики в части научно-исследовательской работы выступает, как правило, Ур СЭИ (филиал) ОУП ВО «АТиСО».

Во всех иных случаях проведение производственной практики осуществляется на основе долгосрочных договоров между Ур СЭИ (филиал) ОУП ВО «АТиСО» и организацией (предприятием) – базой практики, а также на основе разовых договоров, которые оформляются по инициативе студента.

Время проведения производственной практики определяется календарным графиком – составной частью учебного плана по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Производственная практика в части получения базовых профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности проводится в 6 семестре (очная форма обучения), в 8 семестре (заочная форма обучения).

Производственная практика в части научно-исследовательской работы проводится в 7 семестре (очная форма обучения), в 9 семестре (заочная форма обучения).

Преддипломная практика проводится в 8 семестре (очная форма обучения), в 10 семестре (заочная форма обучения).

Направление на производственную практику оформляется приказом по Институту с указанием места проведения практики, сроков практики, руководителя практики от института.

Аттестация по итогам практики

а) научно-исследовательская работа:

- отчет в форме текста по итогам научного исследования или/и выступление с докладом по результатам исследования на студенческой научной конференции.

б) производственная (по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности):

- дневник практики;
- отчет студента о прохождении практики.

в) производственная (преддипломная):

- дневник практики;
- отчет студента о прохождении практики;
- отзыв-характеристика с места практики.

5.2. Структура и содержание производственной практики

а) научно-исследовательская работа

| № п/п | Разделы (этапы) практики | Виды работы | Трудоемкость (в часах) | Формы текущего контроля | Реализуемые компетенции |
|-------|--------------------------|--|--|--|---|
| 1 | Подготовительный | <p>1. Установочная конференция о задачах производственной практики в части научно-исследовательской работы: общий инструктаж, инструктаж по использованию форм рабочих и отчетных документов, инструктаж по технике безопасности.</p> <p>2. Организационная работа по распределению студентов по структурным подразделениям базы практики.</p> <p>3. Выдача студентам форм рабочих и отчетных документов по практике: дневник практики, шаблон отчета о прохождении практики.</p> <p>4. Встреча студентов с руководителями практики, обсуждение и утверждение плана и темы исследования.</p> | <p>4 ч.</p> <p>6 ч.</p> <p>2 ч.</p> <p>4 ч.</p> <p>Итого 16 ч.</p> | Отметки в ведомостях о прохождении студентами инструктажа, о получении форм рабочих и отчетных документов. | ОК-7 ОПК-3 ОПК-6 ПК-9 ПК-10 |
| 2 | Основной | 1. Разработка общей концепции и понятийного аппарата | 30 ч. | Консультации руководителя | ОК-7 ОПК-3 ОПК-6 |

ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

| | | | | | |
|-------|--|--|--|---|--|
| | | <p>исследования, ограничение предметной области исследования. Явное определение основных терминов, определение проблемы.</p> <p>2.Изучение источников и литературы по теме исследования.</p> <p>3.Разработка историографии проблемы.</p> <p>4.Создание библиографического обзора по теме исследования.</p> <p>5. Подготовка чернового варианта научного текста.</p> <p>6. Редактирование, оформление и подготовка научного текста к публикации по академическим правилам.</p> <p>7. Подготовка материалов для апробации результатов исследования – тезисы выступления на конференции, презентация.</p> | <p>5 ч.</p> <p>85 ч.</p> <p>Итого_120 ч.</p> | <p>практики, анализ и обсуждение подготовленных материалов.</p> <p>Доработка материалов с учетом замечаний и повторное представление их для утверждения руководителем практики.</p> <p>Обсуждение заданий, выполненных другими практикантами.</p> | <p>ПК-9</p> <p>ПК-10</p> |
| 3 | Обработка и анализ полученной информации | <p>1.Систематизация и анализ материала исследования.</p> <p>2.Обсуждение и анализ выявленных особенностей и проблем предмета исследования с руководителем практики.</p> <p>3.Определение эффективности, перспектив, эвристической и прикладной ценности результатов исследования.</p> | <p>20 ч.</p> <p>10 ч.</p> <p>Итого 30 ч.</p> | <p>Обсуждение и анализ проблем и путей их решения с руководителем практики</p> | <p>ОК-7</p> <p>ОПК-3</p> <p>ОПК-6</p> <p>ПК-9</p> <p>ПК-10</p> |
| 4 | Подготовка отчета | <p>1. Самостоятельный анализ итогов научно-исследовательской работы, подготовка и оформление отчетных материалов.</p> <p>2. Оформление отчета и представление его на кафедре.</p> | <p>24 ч.</p> <p>24 ч.</p> <p>2 ч.</p> <p>Итого 50 ч.</p> | <p>Итоговый отчет:</p> <p>а) дневник практики;</p> <p>б) разработки выполненных заданий;</p> <p>в) отчет практиканта о прохождении практики;</p> <p>г) отзыв руководителя практики.</p> <p>Оценка: дифференцированный зачет/ Зачет</p> | <p>ОК-7</p> <p>ОПК-3</p> <p>ОПК-6</p> <p>ПК-9</p> <p>ПК-10</p> |
| Итого | | | 216 | | |

б) производственная (по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности)

| № п/п | Разделы (этапы) практики | Виды работы | Трудоемкость (в часах) | Формы текущего контроля | Реализуемые компетенции |
|-------|-------------------------------|--|---|---|-------------------------|
| 1 | Подготовительный | <p>1. Установочная конференция о задачах производственной практики: общий инструктаж, инструктаж по использованию форм рабочих и отчетных документов, инструктаж по технике безопасности.</p> <p>2. Организационная работа по распределению студентов по базам практики.</p> <p>3. Выдача студентам форм рабочих и отчетных документов по практике: дневник практики студента, шаблон отчета о прохождении практики.</p> <p>4. Встреча студентов с руководителями практики, обсуждение и утверждение тем заданий практикантов.</p> | <p>4 ч.</p> <p>6 ч.</p> <p>2 ч.</p> <p>4 ч.</p> <p>Итого_ 16 ч.</p> | Отметки в ведомостях о прохождении студентами инструктажа, о получении форм рабочих и отчетных документов для производственной практики. | ОПК-1-6 ПК-1-16 |
| 2 | Экспериментальный | <p>1. Подготовка студентами методических материалов для выполнения социологических и маркетинговых измерений по производственным заданиям. Чтение и анализ литературы, сбор эмпирического материала.</p> <p>2. Согласование и утверждение методических разработок руководителем практики.</p> <p>3. Выполнение производственных заданий.</p> | <p>30 ч.</p> <p>5 ч.</p> <p>85 ч.</p> <p>Итого_ 120 ч.</p> | <p>Консультации руководителя практики, анализ и обсуждение подготовленных материалов.</p> <p>Доработка материалов с учетом замечаний и повторное представление их для утверждения руководителем практики.</p> <p>Обсуждение заданий, выполненных другими практикантами.</p> | ОПК-1-6 ПК-1-16 |
| 3 | Обработка и анализ полученных | <p>1. Систематизация материала наблюдений и измерений.</p> <p>2. Обсуждение и анализ проведенных измерений с</p> | <p>20 ч.</p> <p>10 ч.</p> | Обсуждение выполненных производственных заданий | ОПК-1-6 ПК-1-16 |

ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

| | | | | | |
|-------|-------------------|--|--|---|--------------------|
| | ной информации | руководителем практики. | Итого 30 ч. | руководителем практики. | |
| 4 | Подготовка отчета | 1. Самостоятельный анализ итогов производственной практики, написание и оформление отчетных материалов. 2. Оформление отчета и его представление на кафедру. 3. Защита отчета по практике. | 24 ч. 24 ч. 2 ч. Итого 50 ч. | Итоговый отчет по производственной практике: а) заполненный дневник; б) методические разработки выполненных заданий; в) отчет практиканта о прохождении практики; г) отзыв руководителя практики. Оценка: дифференцированный зачет/ Зачет | ОПК-1-6 ПК-1-16 |
| Итого | | | 216 | | |

в) производственная (преддипломная)

| № п/п | Разделы (этапы) практики | Виды работы | Трудоемкость (в часах) | Формы текущего контроля | Реализуемые компетенции |
|-------|--------------------------|---|--|--|-------------------------|
| 1 | Подготовительный | 1. Установочная конференция о задачах производственной практики: общий инструктаж, инструктаж по использованию форм рабочих и отчетных документов, инструктаж по технике безопасности. 2. Организационная работа по распределению студентов по базам практики. 3. Выдача студентам форм рабочих и отчетных документов по практике: дневник практики студента, шаблон отчета о прохождении практики. 4. Встреча студентов с руководителями практики, обсуждение и утверждение тем | 4 ч. 6 ч. 4 ч. 6 ч. | Отметки в ведомостях о прохождении студентами инструктажа, о получении форм рабочих и отчетных документов для производственной практики. | ОПК-1-6 ПК-1-16 |

ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

| | | | | | |
|-------|--|--|---|--|--------------------|
| | | заданий практикантов. | Итого 20 ч. | | |
| 2 | Экспериментальный | 1. Подготовка студентами методических разработок для выполнения измерений по производственным заданиям. Чтение и анализ литературы, подбор материалов. 2. Согласование и утверждение методических разработок руководителем практики. 3. Выполнение производственных заданий. | 20 ч. 20 ч. 360 ч. Итого 400 ч. | Консультации руководителя практики, анализ и обсуждение подготовленных материалов. Доработка материалов с учетом замечаний и повторное представление их для утверждения руководителем практики. Обсуждение заданий, выполненных другими практикантами. | ОПК-1-6 ПК-1-16 |
| 3 | Обработка и анализ полученной информации | 1. Систематизация материала наблюдений и измерений. 2. Обсуждение и анализ проведенных измерений с руководителем практики. | 80 ч. 36 ч. Итого 116 ч. | Обсуждение выполненных производственных заданий с руководителем практики. | ОПК-1-6 ПК-1-16 |
| 4 | Подготовка отчета | 1. Самостоятельный анализ итогов работы в ходе производственной практики, написание и оформление отчетных материалов. 2. Оформление отчета по практике и его представление на кафедру. 3. Защита итогового отчета по производственной практике. | 109 ч. 109 ч. 2 ч. Итого 220 ч. | Итоговый отчет по производственной практике: а) заполненный дневник; б) методические разработки выполненных заданий; в) отчет о прохождении практики; г) отзыв руководителя практики. Оценка: дифференцированный зачет | ОПК-1-6 ПК-1-16 |
| Итого | | | 756 | | |

6. ФОРМЫ ОТЧЕТНОСТИ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ

Форма промежуточной аттестации прохождения производственной практики – дифференцированный зачет.

Оценка за практику выставляется в ведомость и заносится в зачетную книжку студента за подписью руководителя практики от Института.

В качестве основной формы и вида отчетности устанавливается дневник практики и письменный отчет. Форма, примерное содержание и структура дневников и письменных отчетов определяется выпускающей кафедрой. Форма контроля прохождения практики – дифференцированный зачет (устанавливается учебным планом и программой практики с учетом требований ФГОС ВО).

По окончании производственной практики проводится защита отчета, которая приравнивается к оценкам (зачетам) по теоретическому обучению и учитывается при подведении итогов общей успеваемости студентов. При защите отчета могут присутствовать представители руководства Института, учебно-методического управления, преподаватели кафедры, руководители практики от организации (предприятия).

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

Итоги производственной практики обсуждаются на заседаниях УМС института, на заседаниях кафедры с участием представителей предприятий, учреждений или организаций.

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

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

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

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

а) научно-исследовательская работа

| № п/п | Код формируемой компетенции и ее содержание | Этапы (семестры) формирования компетенции в процессе освоения ОПОП |
|----------|--|--|
|----------|--|--|

| | | Очная форма обучения | Очно-заочная форма обучения | Заочная форма обучения |
|---|---|----------------------|-----------------------------|------------------------|
| 1 | Общекультурные компетенции ОК-7: способностью к самоорганизации и самообразованию; | 7 | | 9 |
| 2 | Общепрофессиональные компетенции ОПК-3: обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга; ОПК-6: способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности. | 7 | | 9 |
| 3 | Профессиональные компетенции ПК-9: способностью проводить маркетинговые исследования; ПК-10: способностью организовывать и проводить социологические исследования. | 7 | | 9 |

а) производственная (по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности)

| № п/п | Код формируемой компетенции и ее содержание | Этапы (семестры) формирования компетенции в процессе освоения ОПОП | | |
|-------|---|--|-----------------------------|------------------------|
| | | Очная форма обучения | Очно-заочная форма обучения | Заочная форма обучения |
| 1 | Общепрофессиональные компетенции ОПК-1: способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах; ОПК-2: владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью; ОПК-3: обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга; | 6 | | 8 |

| | | | | |
|---|--|---|--|---|
| | <p>ОПК-4: умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;</p> <p>ОПК-5: умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;</p> <p>ОПК-6: способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.</p> | | | |
| 2 | <p>Профессиональные компетенции</p> <p><i>организационно-управленческая деятельность:</i></p> <p>ПК-1: способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельностью по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью;</p> <p>ПК-2: владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы;</p> <p>ПК-3: владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами;</p> <p><i>проектная деятельность:</i></p> <p>ПК-4: владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);</p> <p>ПК-5: способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации;</p> <p><i>коммуникационная деятельность:</i></p> <p>ПК-6: способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации;</p> <p>ПК-7: способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;</p> <p><i>рекламно-информационная деятельность:</i></p> <p>ПК-8: способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции,</p> | 6 | | 8 |

| | | | | |
|--|---|--|--|--|
| | <p>включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;</p> <p><i>рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая деятельность:</i></p> <p>ПК-9: способностью проводить маркетинговые исследования;</p> <p>ПК-10: способностью организовывать и проводить социологические исследования;</p> <p>ПК-11: способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов;</p> <p><i>информационно-технологическая деятельность:</i></p> <p>ПК-12: способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;</p> <p>ПК-13: способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия;</p> <p>ПК-14: способностью реализовывать знания в области как сферы профессиональной деятельности;</p> <p>ПК-15: владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве;</p> <p>ПК-16: способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы.</p> | | | |
|--|---|--|--|--|

в) производственная (преддипломная)

| № п/п | Код формируемой компетенции и ее содержание | Этапы (семестры) формирования компетенции в процессе освоения ОПОП | | |
|-------|---|--|-----------------------------|------------------------|
| | | Очная форма обучения | Очно-заочная форма обучения | Заочная форма обучения |
| 1 | Общепрофессиональные компетенции ОПК-1: способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в | 8 | | 10 |

| | | | | |
|---|---|---|--|----|
| | <p>различных структурах; ОПК-2: владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью; ОПК-3: обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга; ОПК-4: умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия; ОПК-5: умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия; ОПК-6: способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.</p> | | | |
| 2 | <p>Профессиональные компетенции <i>организационно-управленческая деятельность:</i> ПК-1: способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельностью по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью; ПК-2: владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы; ПК-3: владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами; <i>проектная деятельность:</i> ПК-4: владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт); ПК-5: способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации; <i>коммуникационная деятельность:</i> ПК-6: способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении</p> | 8 | | 10 |

| | | | |
|--|--|--|--|
| <p>внутренней и внешней коммуникации; ПК-7: способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий; <i>рекламно-информационная деятельность:</i> ПК-8: способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы; <i>рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая деятельность:</i> ПК-9: способностью проводить маркетинговые исследования; ПК-10: способностью организовывать и проводить социологические исследования; ПК-11: способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов; <i>информационно-технологическая деятельность:</i> ПК-12: способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации; ПК-13: способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия; ПК-14: способностью реализовывать знания в области как сферы профессиональной деятельности; ПК-15: владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве; ПК-16: способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы.</p> | | | |
|--|--|--|--|

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

В зависимости от количества баллов оценивание компетентности студента оценивается по уровням: от 3 до 4 баллов - «минимальный уровень»,

от 5 до 7 баллов - «базовый уровень», от 8 до 9 баллов - «высокий уровень».

| Показатели оценивания | Критерии оценивания компетенций | Шкала оценивания |
|--|--|--|
| Знания по всем поставленным вопросам в объеме программы практики | <p>Фрагментарные знания, недостаточно полный объем (1 балл)</p> <p>Достаточный объем знаний в рамках обязательного уровня профессиональных достижений (2 балла)</p> <p>Систематизированные, глубокие и полные знания, стремится к получению дополнительных знаний по вопросам практики. (3 балла)</p> | <p>Минимальный уровень</p> <p>Базовый уровень</p> <p>Высокий уровень</p> |
| Профессиональные умения | <p>Низкий уровень культуры исполнения заданий, некомпетентность в решении стандартных типовых задач (1 балл)</p> <p>Способен самостоятельно решать учебные и профессиональные задачи, самостоятельно применять типовые решения в рамках программы практики. (2 балла)</p> <p>Способен самостоятельно и творчески решать научные и профессиональные задачи в нестандартной ситуации в рамках программы практики . (3 балла)</p> | <p>Минимальный уровень</p> <p>Базовый уровень</p> <p>Высокий уровень</p> |
| Практическая реализация и уровень отработки вопросов практики | <p>Способен работать при прямом наблюдении. Способен применять теоретические знания на практике к решению конкретных задач. (1 балл)</p> <p>Может взять на себя ответственность за завершение задач в исследовании, проявляет настойчивость и инициативу в процессе отработки отдельных вопросов практики. Однако затрудняется в решении сложных, неординарных проблем, не выделяет типичных ошибок и возможных сложностей при решении той или иной проблемы (2 балла)</p> <p>Контролирует работу, проводит оценку, совершенствует действия работы. Умеет выбрать эффективные приемы решения задач по возникающим проблемам. Способен производить анализ происходящих процессов, имеет предложения по усовершенствованию, оптимизации цикла работы или его отдельных составляющих, проявляет разумную инициативу при решении задач практики. (3 балла)</p> | <p>Минимальный уровень</p> <p>Базовый уровень</p> <p>Высокий уровень</p> |

| № п/п | Оценка за ответ | Характеристика ответа |
|-------|---------------------|---|
| 1 | Отлично | <ul style="list-style-type: none"> - Ответ полный и правильный на основании изученных теорий; материал изложен в определенной логической последовательности, литературным языком; ответ самостоятельный - Выполнены все требования к выполнению, написанию и защите отчета. Умение (навык) сформировано полностью - Количество баллов за освоение компетенций от 8 до 9 |
| 2 | Хорошо | <ul style="list-style-type: none"> - Ответ достаточно полный и правильный на основании изученных материалов; материал изложен в определенной логической последовательности, при этом допущены две-три несущественные ошибки - Выполнены основные требования к выполнению, оформлению и защите отчета. Имеются отдельные замечания и недостатки. Умение (навык) сформировано достаточно полно - Количество баллов за освоение компетенций от 5 до 7 |
| 3 | Удовлетворительно | <ul style="list-style-type: none"> - Результат, содержащий неполный правильный ответ или ответ, содержащий значительные неточности, ответ несвязный - Выполнены базовые требования к выполнению, оформлению и защите отчета. Имеются достаточно существенные замечания и недостатки, требующие значительных затрат времени на исправление. Умение (навык) сформировано на минимально допустимом уровне - Количество баллов за освоение компетенций от 3 до 4 |
| 4 | Неудовлетворительно | <ul style="list-style-type: none"> - Результат, содержащий неполный правильный ответ (степень полноты ответа – менее 30%), неправильный ответ (ответ не по существу задания) или отсутствие ответа. - Требования к написанию и защите отчета. Имеются многочисленные существенные замечания и недостатки, которые не могут быть исправлены. Умение (навык) не сформировано - Количество баллов за освоение компетенций менее 3 |

Шкала оценки в системе «зачтено – не зачтено»

| № п/п | Оценка за ответ | Характеристика ответа |
|-------|-----------------|---|
| | Зачтено | <ul style="list-style-type: none"> - Ответ достаточно полный и правильный на основании изученных материалов; материал изложен в определенной логической последовательности, при этом допущены две-три несущественные ошибки - Выполнены основные требования к выполнению, оформлению и защите отчета. Имеются отдельные замечания и недостатки. Умение (навык) сформировано достаточно полно - Количество баллов за освоение компетенций от 3 до 9 |
| 2 | Не зачтено | <ul style="list-style-type: none"> - Результат, содержащий неполный правильный ответ (степень полноты ответа – менее 30%), неправильный ответ (ответ не по существу задания) или отсутствие ответа. - Требования к написанию и защите отчета. Имеются многочисленные существенные замечания и недостатки, которые |

| | | |
|--|--|---|
| | | не могут быть исправлены. Умение (навык) не сформировано - Количество баллов за освоение компетенций менее 3 |
|--|--|---|

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

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

а) производственная (по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности)

1. Каковы структура и функции подразделений (служб) организации (предприятия), занимающихся организацией и управлением рекламно-маркетингового процесса на предприятии; функциональные обязанности сотрудников этих служб?

2. Приведите данные рекламно-маркетинговых исследований и результаты проведенных кампаний на предприятии за последние 1-2 года.

3. Обозначьте основные показатели по рекламной деятельности предприятия и данные маркетингового аудита на предприятии.

4. В чем заключается аналитическая, плановая, контрольная, организаторская и рекламная деятельность в Вашей организации?

5. Приведите анализ первичной и вторичной информации, материалов, необходимых для написания отчета о практике, подготовки студенческих научных работ, подготовки к написанию итоговой дипломной работы. Собранные за время практики материалы и данные отчета по практике рекомендуются студентам, обучающимся в области рекламы и PR, для написания практической части ВКР.

б) научно-исследовательская работа

6. Какие нормы научного сообщества регулируют научно-исследовательскую деятельность?

7. Какие правила требуется соблюдать при переносе информации от источника в текст собственной работы?

в) производственная (преддипломная)

8. Какие используются документы и материалы по объектам интеллектуальных прав и обеспечению авторских прав в рекламе на примере данной организации?

9. В чем заключается практическая работа рекламной службы предприятия?

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

В соответствии с критериями оценки необходимо, чтобы представленный к защите отчет по практике полно и корректно отражал в содержательной части выполненные задания и был оформлен в соответствии с Приложением 1.

Процедура защиты отчета осуществляется в следующем порядке:

- доклад о прохождении практики на предприятии, включающий элементы:
- характеристика предприятия, его организационная структура, организация труда, опыт работы предприятия;
- нормативная документация, регламентирующая деятельность предприятия;
- основной вид деятельности предприятия, положение в конкурентной среде;
- состояние рекламной и PR-деятельности, оценка эффективности;
- указание проблем и точек роста;
- предложения по совершенствованию рекламной и PR-деятельности предприятия;
- обоснование предложений с привлечением материалов собственных разработок, результатов анализа статистических данных, социологических и маркетинговых исследований;
- ответ на дополнительные вопросы.

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

8.1 Учебная литература

| № п/п | Автор | Название. | Издательство | Год |
|-------|---------------|---|--------------|-----|
| 1. | Чумиков, А. | PR в Интернете: Web 1.0, Web 2.0, Web 3.0 / А. Чумиков, М. Бочаров, М. Тишкова. - М. : Альпина Паблишерз, 2014. - 132 с.; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279187 | | |
| 2. | Чумиков, А.Н. | Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд : учебное пособие / А.Н. Чумиков. - М. : Аспект Пресс, 2012. - 160 с. - (Учебник нового поколения). ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=104329 | | |
| 3. | Чумиков, А. | Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции : учебное пособие / А. Чумиков, М. Бочаров, С. Самойленко ; Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. - М.: Издательский дом «Дело», 2016. - 521 с.; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=442983 | | |
| 4. | Шарков, Ф.И. | Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф.И. Шарков. - М. : Дашков и Ко, | | |

| | | |
|----|---|--|
| | | 2012. - 324 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116042 |
| 5. | Ткаченко, Н.В. | Креативная реклама: технологии проектирования : учебное пособие / Н.В. Ткаченко, О.Н. Ткаченко ; под ред. Л.М. Дмитриева. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 336 с. - (Азбука рекламы); То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114422 |
| 6. | Л.М. Дмитриева, Ю.С. Вернадская, Т.А. Костылева и др. | Социальная реклама: учебное пособие / под ред. Л.М. Дмитриева. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 271 с.; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118141 |
| 7. | Алашкин, П. | Все о рекламе и продвижении в Интернете / П. Алашкин; под ред. П. Суворова. - М. : Альпина Бизнес Букс, 2016. - 220 с.; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=229721 |
| 8. | Марусева, И.В. | Дипломное проектирование в области PR и рекламы : учебное пособие / И.В. Марусева. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - Ч. 2. Практикум. - 751 с.; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=271838 |

8.2 Ресурсы сети "Интернет"

| № п/п | Интернет ресурс (адрес) | Описание ресурса |
|-------|---|---|
| 1. | http://www.akospr.ru/ | Ассоциация компаний-консультантов в области связей с общественностью (АКОС) |
| 2. | http://www.raso.ru/ | Российская ассоциация по связям с общественностью |
| 3. | http://rupr.ru/ | Профессиональный журнал «PR в России» |

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

9.1 Информационные технологии, используемые при проведении производственной практики

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

– проведение ознакомительных лекций с использованием мультимедийных технологий;

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

Информационные технологии

- сбор, хранение, систематизация и представление учебной и научной информации;
- подготовка, конструирование и презентация итогов исследовательской и аналитической деятельности;
- самостоятельный поиск дополнительного учебного и научного материала, с использованием поисковых систем и сайтов сети Интернет, электронных энциклопедий и баз данных;
- использование электронной почты преподавателей и обучающихся для рассылки, переписки и обсуждения возникших учебных проблем во время прохождения практики.

9.2 Перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

| № п/п | Название программы/Системы | Описание программы/Системы |
|-------|---|---|
| 1. | http://www.akospr.ru/ | Ассоциация компаний-консультантов в области связей с общественностью (АКОС) |
| 2. | http://www.raso.ru/ | Российская ассоциация по связям с общественностью |
| 3. | http://rupr.ru/ | Профессиональный журнал «PR в России» |

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

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

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

Организации, учреждения и предприятия, а также учебно-научные подразделения Института должны обеспечить рабочее место студента

компьютерным оборудованием в объемах, достаточных для достижения целей практики.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Титульный лист отчета

Уральский социально-экономический институт (филиал)
Образовательного учреждения профсоюзов высшего образования
«Академия труда и социальных отношений»

Факультет Социально-экономический
Кафедра _____
Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

ОТЧЕТ О ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ

_____ курса _____ (Ф.И.О. студента)
_____ формы обучения, группа _____

Тип практики: *Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков*

Место прохождения практики _____
(название организации)

Руководители практики:
Оценка работы: от Института
от Организации
М.П.

Челябинск
2016

Бланк задания на производственную практику

Уральский социально-экономический институт (филиал)
Образовательного учреждения профсоюзов высшего образования
«Академия труда и социальных отношений»

Факультет _____ Социально-экономический
Кафедра _____
Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

ЗАДАНИЕ на производственную практику

Выдано студенту _____ курса группы _____

(Ф.И.О.)

Место практики: _____
(название организации)

1. Ведение и оформление дневника практики.
2. Составление и оформление отчета.
3. Индивидуальное задание по прохождению практики:

3.1 _____

3.2 _____

4. выполнение производственных заданий:

4.1 _____

4.2 _____

Начало практики: « ____ » _____ 20__ г.

Конец практики: « ____ » _____ 20__ г.

Задание выдал: _____ / _____ /

Задание принял: _____ / _____ /

Форма дневника

Уральский социально-экономический институт (филиал)
Образовательного учреждения профсоюзов высшего образования
«Академия труда и социальных отношений»

Факультет _____ Социально-экономический
Кафедра _____
Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

ДНЕВНИК**прохождения производственной практики**

Студента _____ курса, группы _____

(Ф.И.О.)

Место практики: _____
(название организации)

Руководитель практики от организации: _____
(Ф.И.О.)

| Число месяц | и | Подразделение | Краткое описание выполненной работы | Подпись руководителя практики |
|----------------|---|---------------|--|-------------------------------------|
| 1 | | 2 | 3 | 4 |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |

Начало практики: « ____ » _____ 20__ г.

Конец практики: « ____ » _____ 20__ г.

Подпись практиканта _____

Содержание и объем выполненных работ подтверждаю.

Руководитель практики от организации _____ / _____ /
(подпись) (Ф.И.О.)

Содержание отчета

ВВЕДЕНИЕ (Цель практики. Задачи практики. Место практики)

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

1. Текст, раскрывающий содержание выполненных работ в соответствии с дневником

2. Текст, раскрывающий содержание выполненных работ в соответствии с дневником

3. Текст, раскрывающий содержание выполненных работ в соответствии с дневником

4. Текст, раскрывающий содержание выполненных работ в соответствии с дневником

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

ПРИЛОЖЕНИЯ

Форма отзыва руководителя практики от организации

ОТЗЫВ

о производственной практике
студента Уральского социально-экономического института (филиал)
ОУП ВО «АТиСО»

_____ (Ф.И.О.)

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

М.П.

Руководитель практики
от организации (предприятия) _____ / _____ /
(подпись)

« ____ » _____ 20 ____ г.