

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

Социально-экономический факультет

УТВЕРЖДАЮ

Зам. директора по УВР Ур СЭИ (филиал)

ОУЦВО «АТиСО»

 /И.Ю. Нестеренко /

«13» сентября 2016 г.



ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННО ПРАКТИКИ

Преддипломная 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 составили:

Власова А.В., докт. ист наук, доцент

Серебрянский С.В., канд. филос. наук, доцент

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.	5
2.2 Результаты прохождения практики.....	6
3. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.....	15
4. ОБЪЕМ ПРАКТИКИ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ И ЕЕ ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТИ В НЕДЕЛЯХ ЛИБО В АКАДЕМИЧЕСКИХ ИЛИ АСТРОНОМИЧЕСКИХ ЧАСАХ	15
5. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ	15
6. ФОРМЫ ОТЧЕТНОСТИ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКЕ	18
7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРАКТИКЕ	20
8. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И РЕСУРСОВ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ	26
9. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ПРАКТИКИ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ (ПРИ НЕОБХОДИМОСТИ).....	27
10. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ	28
Приложение 1	30
Приложение 2	33
Приложение 3	34
Приложение 4	35
Приложение 5	36

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.

Вид практики:

– производственная.

Тип практики:

– преддипломная.

Объектами производственной (преддипломной) 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.

Способ проведения производственной (преддипломной) практики:

– стационарная.

Форма проведения производственной (преддипломной) практики:

– концентрированная.

Основной формой прохождения производственной (преддипломной) 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.

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

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

1. Цели производственной (преддипломной) практики:

Преддипломная практика как часть основной образовательной программы является завершающим этапом обучения и проводится после освоения студентом программ теоретического и практического обучения.

Цели преддипломной практики:

- формирование навыков ведения самостоятельной научно-исследовательской работы: 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.

2. Задачи производственной (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 (преддипломной) практики направлено на формирование следующих общепрофессиональных (ОПК) и профессиональных (ПК) компетенций:

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.

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.

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.

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.

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.

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.

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 рекламы 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.

2.2 Результаты прохождения практики

По окончании прохождения практики студент должен:

ОПК-1: способностью осуществлять под контролем профессиональные

функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах.

В результате освоения компетенции ОПК-1 студент должен:

Знать: профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах.

Уметь: осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах.

Владеть: навыками осуществлять под контролем профессиональные функции.

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

В результате освоения компетенции ОПК-2 студент должен:

Знать: организационные основы работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью.

Уметь: ориентироваться в рабочих задачах отделов рекламы и отделов связей с общественностью.

Владеть: 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.

В результате освоения компетенции ОПК-3 студент должен:

Знать: правила создания текстов рекламы и связей с общественностью.

Уметь: создавать тексты рекламы и связей с общественностью.

Владеть: навыками литературного редактирования, копирайтинга.

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

В результате освоения компетенции ОПК-4 студент должен:

Знать: основы планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий.

Уметь: планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия.

Владеть: навыками планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия.

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

В результате освоения компетенции ОПК-5 студент должен:

Знать: основы организации коммуникационных кампаний и мероприятий.

Уметь: проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия.

Владеть: навыками 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.

В результате освоения компетенции ОПК-6 студент должен:

Знать: методы и способы решения стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий.

Уметь: решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

Владеть: навыками 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.

В результате освоения компетенции ПК-1 студент должен:

Знать: основы управления и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью.

Уметь: осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью.

Владеть: навыками 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.

В результате освоения компетенции ПК-2 студент должен:

Знать: основы организации и оперативного планирования своей деятельности и деятельности фирмы.

Уметь: осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью.

Владеть: навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы.

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

В результате освоения компетенции ПК-3 студент должен:

Знать: основы организационно-управленческой работы с малыми коллективами.

Уметь: вести работу с малыми коллективами.

Владеть: 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).

В результате освоения компетенции ПК-4 студент должен:

Знать: порядок подготовки проектной документации.

Уметь: готовить проектную документацию.

Владеть: 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.

В результате освоения компетенции ПК-5 студент должен:

Знать: методы реализации проектов.

Уметь: реализовывать проекты.

Владеть: методами реализации проектов.

коммуникационная деятельность:

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

В результате освоения компетенции ПК-6 студент должен:

Знать: методы создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечения внутренней и внешней коммуникации.

Уметь: участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации.

Владеть: методами создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечения внутренней и внешней коммуникации.

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

В результате освоения компетенции ПК-7 студент должен:

Знать: методы планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий.

Уметь: участвовать в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.

Владеть: навыками 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.

В результате освоения компетенции ПК-8 студент должен:

Знать: основы производства и распространения рекламной продукции.

Уметь: организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции.

Владеть: навыками 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.

В результате освоения компетенции ПК-9 студент должен:

Знать: основы организации маркетинговых исследований.

Уметь: проводить маркетинговые исследования.

Владеть: навыками проводить маркетинговые исследования.

ПК-10: способностью организовывать и проводить социологические исследования.

В результате освоения компетенции ПК-10 студент должен:

Знать: основы организации социологических исследований.

Уметь: проводить социологические исследования.

Владеть: навыками проводить социологические исследования.

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

В результате освоения компетенции ПК-11 студент должен:

Знать: правила написания аналитических справок, обзоров и прогнозов.

Уметь: готовить аналитические справки, обзоры и прогнозы.

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.

В результате освоения компетенции ПК-12 студент должен:

Знать: профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации.

Уметь: под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации.

Владеть: навыками 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.

В результате освоения компетенции ПК-13 студент должен:

Знать: порядок осуществления рекламных кампаний и мероприятий.

Уметь: под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия.

Владеть: навыками под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия.

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

В результате освоения компетенции ПК-14 студент должен:

Знать: теорию и практику рекламной деятельности.

Уметь: реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности.

Владеть: навыками реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности.

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

В результате освоения компетенции ПК-15 студент должен:

Знать: основы работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве.

Уметь: выполнять профессиональные функции в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве.

Владеть: 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 освоения компетенции ПК-16 студент должен:

Знать: основы подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции.

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

Владеть: навыками 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 Задание по производственной (преддипломной) практике:

- 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 (преддипломная) практика является составной частью основной профессиональной образовательной программы по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Производственная (преддипломная) 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 (преддипломная) практика относится к **Блоку Б2 «Практики»** учебного плана и базируется на освоении содержания Блока Б1 «Дисциплины (модули)».

Производственная (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 (преддипломная) 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 (преддипломной) практики составляет 21 зачетную единицу, 756 часов.

5. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

5.1. Место и время проведения производственной практики

Место проведения производственной (преддипломной) 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 (преддипломной) 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.

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

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.

Проведение производственной (преддипломной) 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.

5.2. Структура и содержание производственной (преддипломной) практики

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работы	Трудовое мкость (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	4 ч. 6 ч. 4 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

		рабочих и отчетных документов по практике: дневник практики студента, шаблон отчета о прохождении практики. 4. Встреча студентов с руководителями практики, обсуждение и утверждение тем заданий практикантов.	6 ч. 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 кафедре. 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.	ОПК-1-6 ПК-1-16

				Оценка: дифференцированный зачет	
Итого			756		

6. ФОРМЫ ОТЧЕТНОСТИ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКЕ

До начала преддипломной практики руководители от базы практики и от выпускающей кафедры согласуют календарный план прохождения практики (фиксируется в дневнике практики, Приложение 1).

В период прохождения практики каждый студент ведет дневник практики (Приложение 1), в котором ежедневно фиксируются выполняемые виды работ. Дневник практики регулярно проверяется и подписывается руководителем от базы практики.

По результатам практики студенты составляют отчет. Отчет о преддипломной практике является индивидуальным и содержит ответы на основные вопросы, поставленные в ходе практики.

Отчет о преддипломной практике включает в себя следующие элементы:

- 1) титульный лист (Приложение 2);
- 2) оглавление;
- 3) текстовая часть отчета, которая содержит изложение результатов деятельности студента по видам выполняемых работ в соответствии с календарным планом и графиком. Объем текстовой части отчета должен составлять не менее 30 страниц (шрифт 14 пт, 1,5 интервала).

В текстовой части:

- на основании документов базы практики даются общие организационные характеристики предприятия (организации) – базы практики;

- характеризуется специфика применяемых рекламных и PR-технологий, структурные подразделения базы практики, их функции в системе внутренних и внешних коммуникаций;

- осуществляется подробное описание работ, выполненных в соответствии с планом, графиком и дневником прохождения практики;

- 4) заключение, в котором содержатся выводы и предложения по результатам практики;

- 5) приложения, которые, как правило, включают нормативные акты, статистическую информацию, материалы, отражающие содержание практики и самостоятельно выполненных работ, например:

- рекламно-информационные материалы;
- применяемые средства связей с общественностью, особенности их использования в организации;

- проекты экспертных и аналитических заключений, справок, писем и др.;
- фрагменты отчетов по темам НИР, статьи и т.п.;
- программы научных конференций, на которых осуществлялась апробация результатов;
- материалы, подготовленные при участии студента.

Отчет заверяется подписью руководителя от базы практики и печатью организации.

Все материалы, прилагаемые к отчету, должны соответствовать требованиям ограничений по доступу к информации.

В части оформления к отчету предъявляются следующие требования:

- отчет должен быть написан грамотно, в соответствии с академическими нормами;
- в отчете недопустимо использование заимствованных текстов и т.п. без ссылки на источник;
- основной материал отчета должен представлять собой оригинальный текст;
- текст отчета должен быть ясным и лаконичным.

К защите отчета о преддипломной практике студент допускается при наличии следующих документов:

- отчет о практике;
- отзыв руководителя от базы практики с дифференцированной оценкой работы студента (Приложение 3);
- дневник преддипломной практики;
- рецензия на отчет руководителя практики от кафедры (Приложение 4);
- презентация в виде слайд-шоу.

Все материалы представляются в электронном виде на CD-диске (Приложение 5), отчет – в печатном виде.

Для представления на утверждение руководителю практики от кафедры документация о прохождении преддипломной практики оформляется в следующем порядке:

- отзыв руководителя от базы практики с дифференцированной оценкой работы студента;
- дневник преддипломной практики;
- отчет о преддипломной практике;
- рецензия на отчет руководителя практики от кафедры.

Защита отчета производится в присутствии комиссии, состоящей из преподавателей выпускающей кафедры. После защиты отчет о практике сдается на кафедру.

Контроль за выполнением программы преддипломной практики осуществляется в форме промежуточной аттестации.

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.

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

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

производственная (преддипломная) практика

№ 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	<p>Общепрофессиональные компетенции</p> <p>ОПК-1: способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;</p> <p>ОПК-2: владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью;</p> <p>ОПК-3: обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга;</p> <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-</p>	8		10

	коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.			
2	<p>Профессиональные компетенции</p> <p><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;</p> <p><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;</p> <p><i>коммуникационная деятельность:</i> 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;</p> <p><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;</p> <p><i>рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая деятельность:</i> ПК-9: способностью проводить маркетинговые исследования; ПК-10: способностью организовывать и</p>	8		10

<p>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	Фрагментарные знания, недостаточно полный объем (1 балл)	Минимальный уровень
	Достаточный объем знаний в рамках обязательного уровня профессиональных достижений (2 балла)	Базовый уровень
	Систематизированные, глубокие и полные знания, стремится к получению дополнительных знаний по вопросам практики. (3 балла)	Высокий уровень

Профессиональные умения	Низкий уровень культуры исполнения заданий, некомпетентность в решении стандартных типовых задач (1 балл)	Минимальный уровень
	Способен самостоятельно решать учебные и профессиональные задачи, самостоятельно применять типовые решения в рамках программы практики. (2 балла)	Базовый уровень
	Способен самостоятельно и творчески решать научные и профессиональные задачи в нестандартной ситуации в рамках программы практики . (3 балла)	Высокий уровень
Практическая реализация и уровень отработки вопросов практики	Способен работать при прямом наблюдении. Способен применять теоретические знания на практике к решению конкретных задач. (1 балл)	Минимальный уровень
	Может взять на себя ответственность за завершение задач в исследовании, проявляет настойчивость и инициативу в процессе отработки 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)	Базовый уровень
	Контролирует работу, проводит оценку, совершенствует действия работы. Умеет выбрать эффективные приемы решения задач по возникающим проблемам. Способен производить анализ происходящих процессов, имеет предложения по усовершенствованию, оптимизации цикла работы или его отдельных составляющих, проявляет разумную инициативу при решении задач практики. (3 балла)	Высокий уровень

Описание шкал оценивания

№ п/п	Оценка за ответ	Характеристика ответа
1	Отлично	<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	- Результат, содержащий неполный правильный ответ или ответ, содержащий значительные неточности, ответ несвязный - Выполнены базовые требования к выполнению, оформлению и защите отчета. Имеются достаточно существенные замечания и недостатки, требующие значительных затрат времени на исправление. Умение (навык) сформировано на минимально допустимом уровне - Количество баллов за освоение компетенций от 3 до 4
4	Неудовлетворительно	- Результат, содержащий неполный правильный ответ (степень полноты ответа – менее 30%), неправильный ответ (ответ не по существу задания) или отсутствие ответа. - Требования к написанию и защите отчета. Имеются многочисленные существенные замечания и недостатки, которые не могут быть исправлены. Умение (навык) не сформировано - Количество баллов за освоение компетенций менее 3

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

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

1. 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 организации?

5. Приведите анализ первичной и вторичной информации, материалов, необходимых для написания отчета о практике, подготовки научных работ, подготовки к написанию 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.

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

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

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?

10. Как в организационной структуре предприятия распределены функции по связям с общественностью?

11. Какие методы социологических исследований применяются для анализа конкурентной среды?

12. Какие мероприятия практикуются для оптимизации внутренних коммуникаций?

13. Как проводится оценка эффективности рекламной деятельности организации?

14. Как проводится оценка эффективности деятельности по связям с общественностью организации?

15. Какие типичные проблемы характерны для организации в части рекламной деятельности и деятельности по связям с общественностью?

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

В качестве учебно-методического обеспечения используется:

- учебная литература;
- документация, регламентирующая рекламную деятельность;
- документация, регламентирующая деятельность по связям с общественностью;
- внутрифирменные и государственные стандарты;
- учебно-методическая база предприятия, учреждения или организации.

Основными образовательными технологиями, используемыми на преддипломной практике, являются:

- проведение ознакомительных лекций;
- обсуждение материалов преддипломной практики с руководителем;
- ознакомительные беседы с сотрудниками подразделений базы преддипломной практики;
- проведение защиты отчета о практике.

Основными научно-исследовательскими технологиями, используемыми на преддипломной практике, являются:

- сбор научной литературы по тематике задания по практике;
- участие в формировании пакета научно-исследовательской документации на предприятии;
- компоновка документации по рекламе и связям с общественностью;
- непосредственное участие в решении научно-производственных задач организации, учреждения или предприятия.

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 в целом и в части рекламной и PR-деятельности;
- 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)

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 для рассылки, переписки и обсуждения возникших учебных проблем во время прохождения практики.

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

Образец дневника прохождения преддипломной практики

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

ФАКУЛЬТЕТ

НАПРАВЛЕНИЕ

КАФЕДРА

Социально-экономический

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Гуманитарных, естественнонаучных и гуманитарных
дисциплин

**Дневник
преддипломной практики**

ФИО студента

Группа

Место прохождения
практики

Время прохождения
практики

ФИО руководителя
практики

Челябинск

2017

Задание на практику

Примерное содержание задания

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 _____

Руководитель практики
Задание принял к исполнению
Дата выдачи задания

подпись
подпись

/ФИО/
/ФИО/
Дата (день месяц год)

Календарный график

№ п/п	Дата	Содержание работы	Подпись студента	Замечания руководителя практики	Подпись руководителя
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					
11					
12					
13					
14					

Руководитель практики

подпись

/ФИО/

Задание принял к исполнению

подпись

/ФИО/

Дата выдачи задания

Дата (день месяц год)

**Образец оформления титульного листа на отчет по преддипломной
практике**

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

ФАКУЛЬТЕТ Социально-экономический
НАПРАВЛЕНИЕ 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
КАФЕДРА Гуманитарных, естественнонаучных и гуманитарных
дисциплин

ОТЧЕТ
О ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКЕ

На _____
(наименование предприятия)

Студента (ки) _____ курса _____ группы

(фамилия, имя, отчество)

Рекомендуемая оценка _____
Руководитель практики от предприятия

(должность, фамилия, имя, отчество)
(подпись)

М.П.

Рекомендуемая оценка _____
Руководитель практики от института

(должность, фамилия, имя, отчество)
(подпись)

Челябинск
2017

Отзыв руководителя от базы практики

Отзыв руководителя практики заполняется на фирменном бланке
базы практики

**ОТЗЫВ
руководителя преддипломной практики
о работе**

студента (ки) _____ курса _____ группы

(фамилия, имя, отчество)

Содержание отзыва

2. Отмеченные достоинства

2. Отмеченные недостатки

Студент _____ допускается к защите отчета с предварительной
оценкой «_____».

(должность, фамилия, имя, отчество)

(дата)

(подпись)

Рецензия на отчет по практике руководителя практики от кафедры

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

ФАКУЛЬТЕТ

НАПРАВЛЕНИЕ

КАФЕДРА

Социально-экономический

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Гуманитарных, естественнонаучных и гуманитарных
дисциплин

Студент

Отчет защитил _____ 20__ г.

с оценкой

Место преддипломной практики

Комиссия

_____/_____/

_____/_____/

_____/_____/

РЕЦЕНЗИЯ

на «Отчет о преддипломной практике»

«Отчет о преддипломной практике» допускается к защите с предварительной оценкой «_____».

(дата)

(подпись руководителя)

Образец оформления этикетки к компакт-диску

Титульная сторона этикетки

Уральский социально-экономический институт (филиал) ОУП ВО	
«Академия труда и социальных отношений» Кафедра Гуманитарных, естественнонаучных и математических дисциплин	
Материалы по преддипломной практике	
Выполнила:	Иванова М.В.
Форма обучения:	Очная
Группа:	РСОД-401
Челябинск - 2017	

Оборотная сторона этикетки

Содержание диска:
- Текст отчета
- Дневник практики
- Презентация
- Отзыв руководителя от организации
- Рецензия руководителя от института