

**Автономная некоммерческая организация высшего образования
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Рабочая программа учебной практики

Профессионально-ознакомительная практика

| | |
|---------------------------------|---|
| <i>Направление подготовки</i> | Реклама и связи с общественностью |
| <i>Код</i> | 42.03.01 |
| <i>Направленность (профиль)</i> | Организация продвижения рекламной продукции и продукции средств массовой информации |
| <i>Квалификация выпускника</i> | бакалавр |

Содержание:

1. Вид практики, способы и формы ее проведения
2. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
 - 2.1 Перечень кодов и компетенций, формулируемых практикой в процессе освоения образовательной программы.
 - 2.1.1 Компетенции и индикаторы их достижения.
 - 2.2 Описание планируемых результатов обучения по учебной практике и критериев оценки результатов обучения по практике.
 - 2.2.1 Описание планируемых результатов обучения по учебной практике
3. Место практики в структуре ОП
4. Объем практики в зачетных единицах и ее продолжительности в неделях и академических часах
5. Содержание практики
6. Формы отчетности по практике
7. Фонд оценочных средств, для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике.
 - 7.1 Паспорт фонда оценочных средств
 - 7.2 Описание показателей и критериев оценивания результатов практики
 - 7.2.1 Показатели и критерии оценивания результатов практики
 - 7.2.2 Типовые контрольные задания и/или иные материалы для проведения промежуточной аттестации, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и/или опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.
8. Перечень учебной литературы и ресурсов сети «Интернет», необходимых для проведения практики
 - 8.1 Основная учебная литература
 - 8.2 Дополнительная литература
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).
10. Описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики

1. Вид практики, способы и формы ее проведения.

Вид практики – Учебная

Тип практики – «Профессионально-ознакомительная практика».

Учебная практика запланирована для студентов, осваивающих программу по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Организация продвижения рекламной продукции и продукции средств массовой информации

Способ проведения практики¹

Форма проведения практики – дискретная

Цель учебной практики:

- закрепление и углубление теоретических знаний и практических навыков, полученных обучающимися в процессе аудиторных занятий;
- расширение профессионального кругозора обучающихся;
- изучение опыта работы в сфере деятельности, соответствующей направлению подготовки бакалавриата 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Задачами учебной практики:

- развитие способности выполнять под контролем профессиональные функции в области продвижения рекламной продукции и продукции средств массовой информации, а также готовности работать в творческой команде,
- освоение методов, средств и способов получения, хранения и переработки информации в области продвижения рекламной продукции и продукции средств массовой информации,
- применение основных положений и методов коммуникативистики при решении профессиональных задач в области продвижения рекламной продукции и продукции средств массовой информации,
- овладение навыками и знаниями работы в рекламных агентствах и СМИ;
- овладение базовыми навыками разработки рекламной продукции и продукции средств массовой информации,
- развитие способности принимать участие в рекламных кампаниях,

Программа практики составлена в соответствии с:

1. Федеральным Законом «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012г. N 273-ФЗ;

2. Трудовым кодексом Российской Федерации от 30 декабря 2001 г. № 197-ФЗ (ред. от 13.07.2015);

3. Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 05.04.2017 г. №301 «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;

4. Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 512 от 08.06.2017 г. "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью";

5. Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 27 ноября 2015 г. N 1383. Об утверждении положения о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования. (в ред. Приказа Минобрнауки РФ от 15.12.2017 №1225).

¹ (при наличии) Приказ Минобрнауки России от 15.12.2017 N 1225

2. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

2.1. Перечень кодов компетенций, формируемых практикой в процессе освоения образовательной программы

| Группа компетенций | Категория компетенций | Код |
|----------------------|---------------------------------------|---------|
| Общепрофессиональные | Продукт профессиональной деятельности | ОПК-1 |
| Общепрофессиональные | Общество и государство | ОПК-2 |
| Общепрофессиональные | Культура | ОПК-3 |
| Общепрофессиональные | Аудитория | ОПК-4 |
| Общепрофессиональные | Медиакоммуникационная система | ОПК-5 |
| Общепрофессиональные | Технологии | ОПК-6 |
| Общепрофессиональные | Эффекты | ОПК-7 |
| Профессиональные | - | ПК(р)-1 |

2.1.1. Компетенции и индикаторы их достижения

| Код компетенции | Формулировка компетенции | Индикаторы достижения компетенции |
|-----------------|---|---|
| ОПК-1 | способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем | <p>Необходимые знания (ОПК-1 НЗ):</p> <ul style="list-style-type: none"> - виды медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; - нормы русского и иностранного языков; - особенности иных знаковых систем; <p>Необходимые умения (ОПК-1 НУ):</p> <ul style="list-style-type: none"> - создавать медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранных языков; - анализировать востребованные обществом особенности знаковых систем; <p>Необходимые навыки (ОПК-1 НН):</p> <ul style="list-style-type: none"> - создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранных языков, особенностями иных знаковых систем |
| ОПК-2 | способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их | <p>Необходимые знания (ОПК -2 НЗ):</p> <ul style="list-style-type: none"> - тенденции развития общественных и государственных институтов; <p>Необходимые умения (ОПК-2 НУ):</p> <ul style="list-style-type: none"> - выявлять тенденции развития общественных и |

| | | |
|-------|---|---|
| | разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах | государственных институтов; - учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов; Необходимые навыки (ОПК-2 НН): - учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктах |
| ОПК-3 | способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов | Необходимые знания (ОПК-3 НЗ): - достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов), и (или) коммуникационных продуктов; Необходимые умения (ОПК-3 НУ): - анализировать достижения отечественной и мировой культуры; - использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов) и (или) коммуникационных продуктов; Необходимые навыки (ОПК-3 НН): - использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов |
| ОПК-4 | способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности | Необходимые знания (ОПК-4 НЗ): - запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности; Необходимые умения (ОПК-4 НУ): - выявлять запросы общества и аудитории в профессиональной деятельности; - учитывать потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности. Необходимые навыки (ОПК-4 НН): - отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности. |
| ОПК-5 | способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования | Необходимые знания (ОПК-5 НЗ): - тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира; - политические и экономические механизмы функционирования, правовые и этические нормы регулирования региона, страны и мира; Необходимые умения (ОПК-5 НУ): - выявлять тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования; - учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира; |

| | | |
|---------|--|---|
| | | <p>Необходимые навыки (ОПК-5 НН):</p> <ul style="list-style-type: none"> - учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования |
| ОПК-6 | способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии | <p>Необходимые знания (ОПК-6 НЗ):</p> <ul style="list-style-type: none"> - современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии; <p>Необходимые умения (ОПК-6 НУ):</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии; <p>Необходимые навыки (ОПК-6 НН):</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии |
| ОПК-7 | способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности | <p>Необходимые знания (ОПК-7 НЗ):</p> <ul style="list-style-type: none"> - возможные эффекты и последствия своей профессиональной деятельности; - принципы создания социальной ответственности; <p>Необходимые умения (ОПК-7 НУ):</p> <ul style="list-style-type: none"> - прогнозировать эффекты своей профессиональной деятельности; - оценивать последствия своей профессиональной деятельности; - учитывать принципы социальной ответственности в своей профессиональной деятельности; <p>Необходимые навыки (ОПК-7 НН):</p> <ul style="list-style-type: none"> - учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности |
| ПК(р)-1 | Способен организовать маркетинговые исследования в области СМИ | <p>Необходимые знания (ПК(р)-1НЗ):</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные этапы организации маркетинговых исследований в области СМИ <p>Необходимые умения (ПК(р)-1НУ):</p> <ul style="list-style-type: none"> - уметь организовать маркетинговые исследования в области СМИ <p>Необходимые навыки (ПК-1(р)НН):</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками организации маркетинговых исследований в области СМИ |

2.2. Описание планируемых результатов обучения по учебной практике и критериев оценки результатов обучения по практике

2.2.1. Описание планируемых результатов обучения по учебной практике

Планируемые результаты обучения по учебной практике представлены дескрипторами (знания, умения, навыки).

| Дескрипторы по практике | Знать | Уметь | Владеть |
|---------------------------------------|---|--|---|
| Код индикатора достижения компетенции | ОПК-1НЗ | ОПК-1НУ | ОПК-1НН |
| | <ul style="list-style-type: none"> - нормы русского языка - нормы иностранного языка - особенности иных знаковых систем - методы и принципы создания медиатекстов и (или) медиапродуктов - современные потребности общества в медиапродуктах | <ul style="list-style-type: none"> - применять нормы русского и иностранного языка и иных знаковых систем при создании медиапродукта - использовать основы создания медиатекстов и (или) медиапродуктов с учетом современных потребностей общества | <ul style="list-style-type: none"> - навыками применения современных знаковых систем в медиасфере - навыками создания медиа- и коммуникационных продуктов в соответствии с нормами русского, иностранного языков и инфографических знаковых систем. - навыками определения необходимости разработки медиапродукта на основе знаний о потребностях общества |
| Код индикатора достижения компетенции | ОПК-2НЗ | ОПК-2НУ | ОПК-2НН |
| | <ul style="list-style-type: none"> - закономерности и тенденции развития общественных и государственных институтов - принципы и методы освещения процесса развития общественных институтов. | <ul style="list-style-type: none"> - применять принципы и методы освещения процесса развития общественных институтов средствами медиатекста и (или) медиапродукта, и (или) коммуникационных продуктов. | <ul style="list-style-type: none"> - навыками освещения процесса развития общественных институтов в различных областях. |
| Код индикатора достижения компетенции | ОПК-3НЗ | ОПК-3НУ | ОПК-3НН |
| | <ul style="list-style-type: none"> - историю отечественной и мировой культуры - основные достижения отечественной и мировой культуры | <ul style="list-style-type: none"> - использовать достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиапродуктов в сфере рекламной деятельности | <ul style="list-style-type: none"> - навыками применения многообразия достижений отечественной и мировой культуры в рекламной деятельности |
| Код индикатора достижения компетенции | ОПК-4НЗ | ОПК-4НУ | ОПК-4НН |
| | <ul style="list-style-type: none"> - способы выявления запросов и потребностей общества - особенности восприятия рекламного продукта аудиторией - способы создания, эффективного рекламного | <ul style="list-style-type: none"> - прогнозировать потребности и запросы общества и аудитории - выявлять запросы общества и аудитории в представлении информации посредством рекламы - применять различные | <ul style="list-style-type: none"> - навыками проведения исследования для определения понимания степени воздействия рекламного продукта на потребителя - навыками создания, востребованного обще- |

| | | | |
|---------------------------------------|---|---|---|
| | продукта | технологии для создания рекламного продукта | ством и аудиторией профессионального рекламного продукта |
| Код индикатора достижения компетенции | ОПК-5НЗ | ОПК-5НУ | ОПК-5НН |
| | <ul style="list-style-type: none"> -основы медиаменеджмента, его специфику - тенденции развития медиакоммуникационных систем. - политические и экономические механизмы функционирования медиакоммуникационных систем. - правовые и этические нормы регулирования медиакоммуникационных систем | <ul style="list-style-type: none"> -проводить исследования рынка и осуществлять продвижение услуг - применять правовые и этические нормы регулирования медиакоммуникационных систем в СМИ. - использовать политические и экономические механизмы функционирования медиакоммуникационных систем региона, страны и мира. | <ul style="list-style-type: none"> - навыками применения политических и экономических механизмов функционирования медиакоммуникационных систем. - навыками менеджмента в СМИ - применения правовых и этических норм регулирования медиакоммуникационных систем региона, страны и мира. |
| Код индикатора достижения компетенции | ОПК-6НЗ | ОПК-6НУ | ОПК-6НН |
| | <ul style="list-style-type: none"> - технологии применения технических средств в сфере рекламных коммуникаций. -законы и принципы современных информационно-коммуникационных, компьютерных технологий в сфере рекламных коммуникаций. | <ul style="list-style-type: none"> - использовать информационно-коммуникационные, компьютерные и иные технологии в сфере рекламных коммуникаций. - осознанно применять технические средства в сфере рекламных коммуникаций | <ul style="list-style-type: none"> - навыками применения технических средств, информационно-коммуникационных, компьютерных и иных технологий в сфере рекламных коммуникаций |
| Код индикатора достижения компетенции | ОПК-7НЗ | ОПК-7НУ | ОПК-7НН |
| | <ul style="list-style-type: none"> - специфику прогнозирования и планирования -механизмы средств и приемов достижения определенного результата (эффекта) - требования гражданского долга, социальных задач, норм, ценностей в соответствии с социальной необходимостью. | <ul style="list-style-type: none"> - использовать рекламные эффекты, учитывая степень социальной ответственности - прогнозировать и планировать последствия своей деятельности в сфере рекламных коммуникаций, - оценивать последствия своей деятельности согласно принципам социальной ответственности | <ul style="list-style-type: none"> - навыками применения рекламных эффектов - навыками определения степени социальной ответственности медиакоммуникационных эффектов |

| Код индикатора достижения компетенции | ПК(р)-1НЗ | ПК(р)-1НУ | ПК(р)-1НН |
|---------------------------------------|---|---|---|
| | - основные этапы организации маркетинговых исследований в области СМИ | - уметь организовать маркетинговые исследования в области СМИ | - навыками организации маркетинговых исследований в области СМИ |

3. Место практики в структуре ОП.

В соответствии с учебным планом по направлению подготовки, 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» направленности (профилю): «Организация продвижения рекламной продукции и продукции средств массовой информации», разработанным на основе ФГОС ВО. Учебная практика является обязательной и представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся. Содержание учебной практики тесно связано с логикой и содержанием изучаемых обучающимися учебных дисциплин «Введение в связи с общественностью и рекламу», «Социология массовых коммуникаций», «Профессиональная этика средств массовой информации», «Теория и практика рекламы», «Экономика средств массовой информации».

Учебная практика включена в цикл (Б.2) «Практики» обязательная часть Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, раздел Б2.О.01(У).

4. Объем практики в зачетных единицах и ее продолжительности в неделях и академических часах.

| Виды учебной работы | Формы обучения |
|---|-----------------------|
| | Заочная |
| Общая трудоемкость: зачетные единицы | 12 |
| Общая трудоемкость: недели/часы | 8/432 |

5. Содержание практики.

Учебная практика содержит ряд этапов:

1. Подготовительный этап.
2. Основной этап.
3. Заключительный этап

| № п/п | Этапы учебной практики | Вид работ | Формы контроля |
|-------|------------------------------|--|----------------|
| 1. | Подготовительный этап | Ознакомление с программой практики, определение места прохождения практики (предприятие, организация), оформление заявления о направлении на практику на имя заведующего кафедрой, оформление договора в организации и передача в Университет, ознакомление с правилами внутреннего распорядка в Университете и на месте прохождения практики, включая инструктаж по технике безопасности, получение | |

| | | | |
|----|----------------------------|--|----------------------|
| | | задания на учебную практику. | |
| 2. | Основной этап | Выполнение задания, сбор, обработка и анализ полученной информации, сбор, обработка и систематизация специальной литературы, участие в работе одного из структурных подразделений организации, в которой проходит практика, изучение своих должностных обязанностей, участие в разработке рекламной продукции и продукции средств массовой информации, работа в полевых условиях (сбор информации, мониторинг результатов рекламной кампании, предоставление информации, работа с документами, наблюдение), работа над созданием рекламных продуктов и продукции средств массовой информации, наблюдение за деятельностью сотрудников рекламной кампании, организации, изучение технологии и особенностей подготовки рекламной продукции и продукции средств массовой информации | текущий |
| 3. | Заключительный этап | Анализ полученной информации, подготовка отчета о практике | промежуточный |

В ходе прохождения учебной практики используются следующие образовательные технологии:

1. Установочный вебинар руководителя практики от обучающей организации (вуза).
2. Консультации с руководителем практики от обучающей организации (вуза), руководителем практики от профильной организации.
3. Инструктаж по технике безопасности на факультете и вводный инструктаж по технике безопасности на базе практики.
4. Инструктаж по правилам внутреннего распорядка на базе практики.

В ходе практики применяются следующие технологии:

- 1 - анализ документов;
- 2 - анализ различных источников информации;
- 3 - наблюдение.

6. Формы отчетности по практике

По окончании практики студенты должны представить следующие документы:

- дневник практики;
- индивидуальное задание;
- отчет о прохождении практики;
- характеристика с места практики.

6.1. Дневник практики и порядок его представления

Процесс прохождения практики фиксируется в дневнике практики, формат которого утверждается вузом. Дневник практики содержит следующие элементы:

- титульный лист дневника практики;
- Ф.И.О. обучающегося - Форма обучения, курс;
- Направление подготовки и направленность (профиль);

- Ф.И.О. руководителя практики от университета;
- Ф.И.О. руководителя практики от организации;
- Место проведения практики;
- Срок практики;
- Совместный рабочий график (план) прохождения практики;
- Содержание работ, выполненных во время прохождения практики.

Дневник практики должен быть оформлен аккуратно, разборчиво, без помарок и подчисток. Дневник практики является составным элементом отчета.

Студент формирует дневник в редакторе MS Word с расширением *.doc или *.docx единым файлом.

Титульный лист дневника должен содержать подписи студента и руководителя практики от профильной организации. Для этого титульный лист заполняют в текстовом редакторе, распечатывают, подписывают (синие чернила), сканируют и сохраняют как рисунок, например в формате *.jpeg, затем скан размещают на первой странице дневника. Дневник с титульным листом загружается в ЭСДО вместе с другими документами отчета по практике

Посещение мест практики заверяется в дневнике подписью руководителя практики от профильной организации.

6.2. Индивидуальное задание на практику

Индивидуальное задание на практику, студент заполняет самостоятельно на основании Положения о практике в соответствии с направлением подготовки 38.03.01 «Экономика» и направленностью (профилем) подготовки «Бухгалтерский учет, анализ и аудит».

Количество планируемых и выполненных работ составляет от 6 до 10.

Индивидуальное задание должно содержать подписи студента и руководителя практики от профильной организации. Подписанный документ сканируется и в формате (.pdf или .jpeg) загружается в ЭСДО.

6.3. Отчет по практике

Объем отчета (без приложений) – не менее 15 страниц формата А4. Выравнивание по ширине. Гарнитура – Times New Roman, кегль – 14, межстрочный интервал – 1,5. Параметры страницы – сверху и снизу 20 мм, слева 30 мм, справа 15 мм. Нумерация страниц ставится внизу по центру страницы.

В тексте допускаются схемы и таблицы. Схемы и таблицы, занимающие более 70% страницы, размещаются в приложении к отчету.

К отчету прилагаются:

- 1 - индивидуальное задание на практику (Приложение 4);
- 2 - дневник прохождения практики (Приложение 1);
- 3 - характеристика студента по месту прохождения практики (оформляется на бланке организации или удостоверяется официальной печатью организации) (Приложение 2);
- 4 - приложения, включающие схему организационной структуры учреждения, а также прочую информацию, определяющую параметры функционирования учреждения и кадровой службы.

Формы титульного листа отчета (Приложение 3), индивидуального задания, дневника прохождения практики и характеристики приведены в составе приложений ниже.

Отчет содержит описание работ, выполненных студентом во время прохождения практики, а так же освоенных им видов деятельности. В отчете должно быть выражено личное отношение студента к деятельности, которой ему пришлось заниматься на протяжении всего периода практики, желание или нежелание профессионально выполнять тот вид работы, с которым ему удалось познакомиться на практике.

В своем отчете студент может предложить анализ своей собственной подготовленности к прохождению практики, отметить дисциплины, содержание которых позволило ему понять формы и методы работы, принятые в организации.

Отчет о прохождении практики проверяется и оценивается руководителем практики от обучающей организации (вуза). Отчет может быть отклонен руководителем от организации (вуза) в случае его несоответствия требованиям настоящей программы.

Текст отчета по практике должен содержать: титульный лист, содержание, введение, основную часть, заключение, список использованной литературы.

Во введении должны быть отражены: цели и задачи прохождения учебной практики, ее предмет и объект, краткое содержание основных видов работ, выполненных при прохождении практики.

Основная часть должна содержать:

1. Схему организационной структуры и описание задач отделов и др.
2. Описание процесса разработки рекламной продукции и продукции средств массовой информации и участия в производственных совещаниях,
3. Содержание работ, выполненных в полевых условиях (сбор информации, мониторинг результатов рекламной кампании, предоставление информации, работа с документами, наблюдение).
4. Содержание работ над созданием рекламной продукции и продукции средств массовой информации.
5. Изучение технологии и особенностей подготовки рекламной продукции и продукции средств массовой информации

В заключении приводятся общие выводы. Формулируется утверждение о выполнении поставленной цели практики.

Библиографический список должен включать локальные акты организации, а также может включать литературу по данной теме за последние пять лет: учебники, научные публикации в газетах и журналах, статистические сборники (не менее 10 источников).

К отчету по практике могут прилагаться различные документы, раскрывающие специфику деятельности организации, в которой студент проходил практику: организационную структуру, характер работы, выполняемой студентом (например, это могут быть: нормативные документы, внутренние документы организации и подразделения) статистическая информация об организации; фотография рабочего места специалиста и т.п.

6.4. Характеристика из профильной организации

Характеристика от профильной организации составляется на бланке организации и подтверждается подписью и печатью руководителя от профильной организации.

Отсканированная копия характеристики загружается в ЭСДО (*.pdf или *.jpeg), а оригинал характеристики передается студентом партнеру Университета.

Студенты московских групп должны представить оригинал характеристики от профильной организации на кафедру в Московский международный университет.

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике.

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация по учебной практике проводятся с целью определения степени освоения обучающимися образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

Текущий контроль

- проверка заполнения дневников практики

Промежуточный контроль (зачет)

- проверка отчетов по практике

7.1. Паспорт фонда оценочных средств

| п/п | Контролируемые разделы | Код контролируемой компетенции | Наименование оценочного средства |
|-----|--|--|----------------------------------|
| 1. | Ведение дневника, подготовка отчета по практике, отчет по практике | ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК(р)-1 | Проверка дневника и отчета |

7.2. Описание показателей и критериев оценивания результатов практики

Показателями оценивания компетенций являются наиболее значимые знания, умения и владения, которые получены студентами в процессе освоения дисциплин и прохождения практики.

В качестве шкалы оценивания используется шкала освоения компетенций (пороговый, продвинутый, высокий), для каждого из которых разработаны критерии оценивания.

7.2.1. Показатели и критерии оценивания результатов практики

| Шкала оценивания | Индикаторы достижения | Показатели оценивания результатов обучения |
|--|-----------------------|---|
| Повышенный уровень достижения компетенций | | |
| ОТЛИЧНО | Знает: | - студент глубоко и всесторонне усвоил материал, уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает, опираясь на знания основной и дополнительной литературы, - на основе системных научных знаний делает квалифицированные выводы и обобщения, свободно оперирует категориями и понятиями. |
| | Умеет: | - студент умеет самостоятельно и правильно решать учебно-профессиональные задачи или задания, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагать свое решение, используя научные понятия, ссылаясь на нормативную базу. |
| | Владеет: | - студент владеет рациональными методами (с использованием рациональных методик) решения сложных профессиональных задач, представленных кейсами и т.д.; При решении продемонстрировал навыки - выделения главного, - связкой теоретических положений с требованиями руководящих документов, - изложения мыслей в логической последовательности, - самостоятельного анализа фактов, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии. |
| Продвинутый уровень достижения компетенций | | |
| ХОРОШО | Знает: | - студент твердо усвоил материал, достаточно грамотно его излагает, опираясь на знания основной и дополнительной литературы, - затрудняется в формулировании квалифицированных выводов и обобщений, оперирует категориями и понятиями, но не всегда правильно их верифицирует. |
| | Умеет: | - студент умеет самостоятельно и в основном правильно решать |

| | | |
|---|----------|--|
| | | учебно-профессиональные задачи или задания, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагать свое решение, не в полной мере используя научные понятия и ссылки на нормативную базу. |
| | Владеет: | - студент в целом владеет рациональными методами решения сложных профессиональных задач, представленных кейсами и т.д.; При решении смог продемонстрировать достаточность, но не глубинность навыков - выделения главного, - изложения мыслей в логической последовательности. - связки теоретических положений с требованиями руководящих документов, - самостоятельного анализа фактов, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии. |
| Пороговый уровень достижения компетенций | | |
| УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО | Знает: | - студент ориентируется в материале, однако затрудняется в его изложении; - показывает недостаточность знаний основной и дополнительной литературы; - слабо аргументирует научные положения; - практически не способен сформулировать выводы и обобщения; - частично владеет системой понятий. |
| | Умеет: | - студент в основном умеет решить учебно-профессиональную задачу или задание, но допускает ошибки, слабо аргументирует свое решение, недостаточно использует научные понятия и руководящие документы. |
| | Владеет: | - студент владеет некоторыми рациональными методами решения сложных профессиональных задач, представленных кейсами и т.д.; При решении продемонстрировал недостаточность навыков - выделения главного, - изложения мыслей в логической последовательности. - связки теоретических положений с требованиями руководящих документов, - самостоятельного анализа фактов, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии. |
| Компетенция не достигнута | | |
| НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО | Знает: | - студент не усвоил значительной части материала; - не может аргументировать научные положения; - не формулирует квалифицированных выводов и обобщений; - не владеет системой понятий. |
| | Умеет: | студент не показал умение решать учебно-профессиональную задачу или задание. |
| | Владеет: | не выполнены требования, предъявляемые к навыкам, оцениваемым "удовлетворительно". |

Критерии оценивания отчета по практике:

1. Умение сформулировать цель и задачи отчета.
2. Соответствие представленного материала теме отчета.

3. Наличие элементов анализа проблемы.
4. Логичность, последовательность раскрытия.
5. Наличие выводов.
6. Наличие практического применения теоретических положений по проблеме.
7. Умение работать с литературой.
8. Владение терминологией.
9. Качество ответов на вопросы (полнота, аргументированность, умение реагировать на критику, готовность к дискуссии, умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами).

7.3. Типовые контрольные задания и/или иные материалы для проведения промежуточной аттестации, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и/или опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Содержание задания:

1. Характеристика организационной структуры и описание задач отделов и др.
2. Описание процесса разработки рекламной продукции и продукции средств массовой информации и участия в производственных совещаниях,
3. Содержание работ, выполненных в полевых условиях (сбор информации, мониторинг результатов рекламной кампании, предоставление информации, работа с документами, наблюдение).
4. Содержание работ над созданием рекламной продукции и продукции средств массовой информации.
5. Изучение технологии и особенностей подготовки рекламной продукции и продукции средств массовой информации

Типовые контрольные вопросы

1. Перечислите задачи учебной практики?
2. Какие из задач учебной практики не выполнены и почему.
3. Назовите источники информации практического материала.
4. Перечислите бумажные носители практического материала.
5. Перечислите нормативные и правовые документы, используемые в структурном подразделении.
6. Перечислите элементы организационной структуры базы практики.
7. Какие информационно-коммуникационные технологии используются в структурном подразделении? Как обеспечена информационная безопасность?
8. Охарактеризуйте кадровый состав организации.
9. Дайте качественную характеристику (по должностям) служащих.
10. Какие информационно-коммуникационные технологии использовались в ходе выполнения задач практики?
10. В чем проявилась командная работа при выполнении программы практики?
12. Какие методы анализа применялись?
13. Какие пути совершенствования, прогнозы предложены в работе?

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

Для выявления уровня сформированности компетенций через оценку знаний, умений и навыков студентов в ходе промежуточной аттестации по практике руководителем практики

от организации (вуза) осуществляется анализ и проверка представленной студентом отчетной документации в соответствии с изложенными выше дескрипторами.

8. Перечень учебной литературы и ресурсов сети «Интернет», необходимых для проведения практики.

8.1 Основная учебная литература

1. Васильева, Л. А. Реклама : учебное пособие / Л. А. Васильева. — Саратов : Вузовское образование, 2016. — 102 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/39114.html>

2. Сабетова, Т. В. Реклама и рекламная деятельность : учебное пособие / Т. В. Сабетова ; под редакцией Е. В. Закшевская. — Воронеж : Воронежский Государственный Аграрный Университет им. Императора Петра Первого, 2016. — 165 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/72744.html>

8.2 Дополнительная учебная литература:

1. Шамхалова, С. Ш. Теле- и радиореклама. Секреты завоевания потребителей / С. Ш. Шамхалова. — 3-е изд. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 140 с. — ISBN 978-5-394-03211-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/83154.html>

2. Карпова, Г. Г. Реклама и связи с общественностью : учебно-методическое пособие / Г. Г. Карпова, Г. Р. Шамьенова, А. Ю. Егорова. — Саратов : Саратовский государственный технический университет имени Ю.А. Гагарина, ЭБС АСВ, 2016. — 308 с. — ISBN 978-5-7433-3018-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/80116.html>

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины (модуля).

1. Терминальный сервер, предоставляющий к нему доступ клиентам на базе Windows Server 2012

2. Интернет-браузер Internet Explorer (или любой другой).

3. Офисный пакет Microsoft Office 2016.

4. Электронная библиотечная система IPR books www.iprbookshop.ru

5. Информационно-справочные системы Консультант Плюс

6. Информационно-правовое обеспечение Гарант

7. Автоматизированная система управления учебным заведением собственной разработки вуза

8. Электронная система дистанционного обучения АНОВО «Московский международный университет». <https://elearn.interun.ru/login/index.php>

10. Описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики.

Материально-техническое обеспечение учебной практики полностью определяется задачами 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.

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

Автономная некоммерческая организация высшего образования «МОСКОВСКИЙ
МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ДНЕВНИК

учебной практики

(тип: Профессионально-ознакомительная практика)

| | | | |
|---|---|---------------------|----------------|
| Совместный рабочий график (план) прохождения практики | «Согласовано» Руководитель практики от университета | /личная подпись/ | /И.О. Фамилия/ |
| | «Согласовано» Руководитель практики от профильной организации | /личная подпись/ | /И.О. Фамилия/ |
| | Студент | /личная подпись/ | /И.О. Фамилия/ |
| Проведение инструктажа по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка организации | «Отметка о выполнении» Руководитель практики от профильной организации | /личная подпись/ | /И.О. Фамилия/ |
| | Студент | /личная подпись/ | /И.О. Фамилия/ |
| Содержание работ, выполненных во время прохождения практики | «Отметка о выполнении» Руководитель практики от профильной организации | /личная подпись/ | /И.О. Фамилия/ |
| | Руководитель практики от университета | /личная подпись/ | /И.О. Фамилия/ |
| | Студент | /личная подпись/ | /И.О. Фамилия/ |

Москва 20 ____

Приложение 2 Бланк характеристики с места практики

(название организации)

(адрес: индекс, город, улица, дом)

(реквизиты организации)

(дата)

ХАРАКТЕРИСТИКА

Настоящая характеристика дана _____,
(Ф.И.О. обучающегося)

Проходившему(шей) учебную практику (тип: Профессионально-ознакомительная практика)
в _____
(название организации)

с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.

За время прохождения практики _____ изучил:
(Ф.И.О. обучающегося)

Во время прохождения практики обучающийся(ая) активно участвовал(а) в работе

(название отдела)

отдела предприятия, а именно: _____

В целом теоретический уровень подготовки обучающегося и качество выполняемой им работы можно оценить на _____.

Руководитель практики от профильной организации _____ / _____
подписи) МП (подпись) (расшифровка)

Приложение 3 Бланк титульного листа отчета по практике

Автономная некоммерческая организация высшего образования «МОСКОВСКИЙ
МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ОТЧЕТ

по учебной практике

(тип: Профессионально-ознакомительная практика)

В _____
(наименование организации, предприятия)

Выполнил обучающийся(щаяся)
заочной формы обучения

направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
_____ курса _____ группы _____ / _____ /
(подпись) (Ф.И.О.)

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

Руководитель от университета _____ / _____ /
(ученая степень, звание) (подпись) (Ф.И.О.)

Москва 20 ____

