

ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

**(ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)**

Направление подготовки

Реклама и связи с общественностью

Код

42.03.01

Направленность (профиль)

Реклама и PR-коммуникации в бизнес-структурах

Квалификация выпускника

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
3. Место практики в структуре ОПОП
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
8. Перечень учебной литературы и ресурсов сети «Интернет», необходимых для проведения практики
9. Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем
10. Описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики

1. Вид практики, способы и формы ее проведения

Вид практики – производственная практика.

Тип практики – «Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности». Производственная практика запланирована для студентов, осваивающих программу по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Способ проведения практики – стационарная, выездная.

Форма проведения практики – дискретная.

Цель производственной практики (практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности): закрепление, расширение и углубление полученных теоретических знаний по группе изучаемых дисциплин, приобретение практических навыков самостоятельной работы, выработку умений применять их при решении конкретных вопросов в сфере управления персоналом. Практика предполагает введение студента в управленческую среду и получение студентом первичных профессиональных навыков и умений разработки организационно-управленческих решений в сфере управления персоналом.

Задачами производственной практики (практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности) являются:

- развитие и накопление специальных навыков;
- развитие навыков решения конкретных вопросов;
- изучение функции деятельности службы управления персоналом организаций любой организационно-правовой формы в промышленности, торговле, на транспорте, в банковской, страховой, туристической и других сферах деятельности, в том числе научно-исследовательских организаций; службы управления персоналом государственных и муниципальных органов управления; службы занятости и социальной защиты населения регионов и городов, кадровые агентства;
- принятие участия в практической работе, связанной с анализом и использованием нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности и осуществлением основных функций сферы управления персоналом, установить эффективное взаимодействие с коллегами в организации;
- освоение способов сбора и обработки информации, необходимой в процессе выполнения основных функциональных обязанностей в сфере управления персоналом, дать оценку трудового потенциала конкретной организации.
- изучение и участие в разработке организационно-методических и нормативных документов для решения отдельных задач по месту прохождения практики;

Базы производственной практики (практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности) – проводится в службах управления персоналом организаций любой организационно-правовой формы в промышленности, торговле, на транспорте, в банковской, страховой, туристической и других сферах деятельности, в том числе научно-исследовательских организаций; службы управления

персоналом государственных и муниципальных органов управления; службы занятости и социальной защиты населения регионов и городов, кадровые агентства, в целом или их структурных подразделений, организации, специализирующиеся на управленческом и кадровом консалтинге и аудите.

Место прохождения практики определяется с учетом пожеланий обучающихся и может быть выбрано обучающимися самостоятельно.

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 от 14 декабря 2015 года № 1461 «Об утверждении и введении в действие федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.03 Управление персоналом (уровень бакалавриата);
5. Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 27.11.2015г. № 1383 «Об утверждении Положения о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования»;

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

Код и содержание компетенции	Планируемые результаты освоения (показатели освоения компетенции)
<p>ОК-5 способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия</p>	<p>Знать: - знать основы ораторского искусства и культуры речи</p> <p>Уметь: - использовать в устной и письменной речи разнообразные средства и тактики речевого общения для реализации различных целей; - логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь; анализировать логику рассуждений, высказываний и действий.</p> <p>Владеть: - способностью аргументировано и этически корректно отстаивать собственную позицию и рационально критически анализировать</p>

	позиции для решения задач межличностного взаимодействия.
<p>ОК-6</p> <p>способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - понятие, виды, структуру, приемы и техники общения; - социально-психологические механизмы общения; - объективные и субъективные «барьеры» общения; - социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия и их влияние на общение <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - организовывать процесс эффективной работы коллектива; - работать самостоятельно и в коллективе; - руководить людьми и подчиняться; - определять социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыком эффективного общения с другими людьми с учетом социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий
<p>ОПК-1</p> <p>способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы связей с общественностью; - основы социокультурной деятельности; - функции пиар-специалиста <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - планировать коммуникационные кампании в сфере бизнеса и других сферах; - выстраивать рабочие процессы отдела по связям с общественностью. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками мышления для выработки системного и целостного взгляда; - современными коммуникативными технологиями рекламного и PR-продвижения
<p>ОПК-2</p> <p>владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы организационной работы в рекламных и PR-отделах; - должностные обязанности менеджера по рекламе и PR-специалиста <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять профессиональные знания в области работы в рекламных и PR-отделах; - разрабатывать рекламные и PR-кампании и иные мероприятия, участвуя в командных проектах фирмы

	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками подготовки проектной документации (техико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт).
<p>ОПК-3</p> <p>владение базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - специфику различных жанров рекламных и PR-текстов; - основные типы текстов (описание, повествование, рассуждение), - - разнообразные языковые средства для придания выразительности рекламным текстам <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - создавать устные и письменные, монологические и диалогические речевые произведения научных и деловых жанров с учетом целей, задач, условий общения, включая научное и деловое общение в среде Интернет; - редактировать тексты с учетом запроса целевых и ключевых аудиторий <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - различными формами, видами устной и письменной коммуникации в профессиональной деятельности; - технологиями самостоятельной подготовки текстов различной жанрово-стилистической принадлежности - культурой речи.
<p>ОПК-4</p> <p>умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы международных связей с общественностью; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - планировать коммуникационную кампанию в сфере международной культурной деятельности; - конструировать положительный имидж организации, ведомства, страны при помощи культурных проектов; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками мышления для выработки системного и целостного взгляда; - современными коммуникативными технологиями рекламного и PR-продвижения;
<p>ОПК-5</p> <p>умение проводить под контролем коммуникационные кампании и</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> -основы формирования мягкой силы государства <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> -конструировать положительный имидж организации, ведомства, страны при помощи культурных проектов;

мероприятия	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> -основами разработки коммуникационных кампаний и мероприятий.
<p>ОПК-6</p> <p>способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - принципы работы с информационно-коммуникационными технологиями в сфере подготовки рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять принципы работы с рекламной продукцией, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> -навыками работы в распространении рекламной продукции; - умением составлять и оформлять библиографические списки; - умением осуществлять профессиональную деятельность с учетом требований информационной безопасности
<p>ПК-1</p> <p>способность принимать участие 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</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - инструментарий средств и методов работы в рекламных и PR-отделах; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять планирование и контроль рекламной работы и деятельности по связям с общественностью; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - знаниями и навыками по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценке эффективности рекламной и PR - деятельности.
ПК-2	<p>Знать:</p>

<p>владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы</p>	<p>- теоретико-методологические основы построения эффективного взаимодействия пресс служб и СМИ</p> <p>Уметь: участвовать в развитии проектно-аналитической и экспертно-консультационной деятельности; организовывать работу отдела по связям с общественностью, в отделах рекламы, в коммуникационных агентствах</p> <p>Владеть: - навыками применения информационных технологий в производственном процессе.</p>
<p>ПК-3 владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами</p>	<p>Знать: - основы методологии, сущность, закономерности управления персоналом; - различные подходы к классификации малых групп и коллективов; - основные подходы к определению состава и значимости требований к сотрудникам в малых группах;</p> <p>Уметь: - осуществлять программы адаптации, развития, оценки, мотивации, высвобождения персонала; - учитывать специфику отбора и оценки кандидатов на вакантные должности, требующие креативных специалистов; - организовывать процедуру приема персонала и оформлять соответствующую документацию</p> <p>Владеть: - навыками разработки требований к персоналу и критериев подбора и расстановки персонала; - навыками организации отбора персонала для рекламной и PR-деятельности; - современными технологиями управления персоналом организации; - технологиями управления развитием персонала; - технологиями формирования лояльности, удовлетворенности персонала организации; технологиями управления различными коллективами, формирования команд в организации.</p>
<p>ПК-4 владение навыками подготовки проектной документации (технико-</p>	<p>Знать: — типы и виды документации; — проектную документацию (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный</p>

<p>экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)</p>	<p>бриф, соглашение, договор, контракт);</p> <ul style="list-style-type: none"> – методы сбора информации; – основные разделы бизнес-плана. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать типы и виды документации; – ориентироваться в особенностях подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт); – осуществлять методологически обоснованный сбор информации; – анализировать и обрабатывать данные, необходимые для решения профессиональных задач. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – техниками подготовки документации; – навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт); – соответствующими навыками обработки информации при подготовке бизнес-плана; – методикой и навыками составления бизнес-плана; – методами проведения ситуационного анализа, SWOT-анализа, составлять график рекламно-информационной кампании; методикой расчета социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов.
<p>ПК-5 знание основ научной организации и нормирования труда, владение навыками проведения анализа работ и анализа рабочих мест, оптимизации норм обслуживания и численности, способность эффективно организовывать групповую работу на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды и умение применять их</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - классификацию затрат рабочего времени; - способы изучения трудовых процессов и затрат рабочего времени; - основные характеристики работы и рабочего места - теорию групповой динамики, историю метода; - характеристики развития и основные процессы групповой динамики; - законы развития группы и принципы формирования команды; - принципы организации эффективной групповой работы коллектива <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проводить анализ и описание работы и рабочего места; - проводить фотографию рабочего дня, наблюдение, собеседование; - составлять вопросник для описания рабочего места; - проводить классификацию и анализ затрат рабочего времени;

<p>на практике</p>	<ul style="list-style-type: none"> -разрабатывать и обосновывать нормативы трудовой деятельности; -проводить оценку трудоемкости работ, вырабатывать пути ее снижения; -применять методы формирования эффективной команды и актуализации основных процессов групповой динамики; -создавать план применения метода групповой динамики; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> -методами изучения трудовых процессов и затрат рабочего времени; -навыками анализа и описания работы и рабочего места; -навыками и методами проведения фотографии рабочего дня, наблюдения, собеседования; -инструментами составления вопросников для описания рабочего места; -навыками разработки и обоснования нормативов трудовой деятельности; -навыками проведения оценки трудоемкости работ; -навыками нормирования групп для процессов групповой динамики.
<p>ПК-6 способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - структуру коммуникационной структуры организации; - основные аспекты медиа-планирования и построения коммуникационной стратегии; - специфику внутреннего и внешнего пиар <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выстраивать эффективную коммуникационную структуру организации; - использовать ресурс искусства для построения эффективных внешних и внутренних коммуникаций компании <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками мышления для выработки системного и целостного взгляда; - современными коммуникативными технологиями рекламного и PR-продвижения
<p>ПК-7 способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - этапы реализации коммуникационных кампаний и мероприятий - основы планирования и выстраивания бизнес-процессов <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - планировать коммуникационную кампанию в сфере бизнеса,

коммуникационных кампаний и мероприятий	общественных, государственных и других структур Владеть: - навыками оценки коммуникационных кампаний и мероприятий
---	---

3. Место практики в структуре ОП

В соответствии с учебным планом по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, разработанным на основе ФГОС ВО, производственная практика (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности) является обязательной и представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся. Содержание производственной практики (практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности) тесно связано с логикой и содержанием изучаемых обучающимися учебных дисциплин «Теория и практика рекламы», «Теория и практика связей с общественностью», «Общая и профессиональная риторика в рекламной и публичной деятельности», «Информационные технологии в рекламе и в сфере связей с общественностью», «Управление человеческими ресурсами», «Бизнес-коммуникации», «Поведение потребителей», «Рекламно-коммуникационный практикум», «Публичная риторика и реклама в коммерческих организациях» и др.

Производственная практика (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности) включена в цикл (Б.2) «Практики» Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (квалификация/ степень бакалавр).

4. Объем практики

<i>Виды учебной работы</i>	<i>Очная</i>	<i>Заочная</i>
Общая трудоемкость: зачетные единицы/часы	1080 (30 ЗЕТ)	1080 (30 ЗЕТ)
Контактная работа с преподавателем (всего):	2	2
Лекции (установочная конференция)	2	2
Индивидуальные и групповые консультации		
Промежуточная аттестация: Зачет / зачет с оценкой / экзамен /		4
Практическая работа		
Самостоятельная работа (СРС)	1078	1074

5. Содержание практики

Практика содержит ряд этапов:

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

№ п/п	Этапы практики	Вид работ	Формы контроля
1.	Подготовительный этап	Знакомство с программой практики и тематикой индивидуального задания. Заключение индивидуальных договоров. План проведения практики. Организация труда на практике. Формы отчета о практике. Взаимодействие в ходе служебной деятельности. Ознакомление с техникой безопасности и охраной труда в организации, правилами внутреннего распорядка (инструктаж по технике безопасности). Особенности организации работы со служебными документами. Информационная безопасность. Рабочее место, рабочее время.	
2.	Основной этап	1)Ознакомление с законодательной и нормативной базой, контролирующей деятельность СМИ, рекламного, маркетингового или PR агентства; знакомство со структурой и должностными обязанностями сотрудников СМИ, рекламного, маркетингового, PR отдела; приобретение практических навыков сбора и анализа информации, а также навыков работы в условиях производственного процесса; овладение навыками планирования, обсуждения в коллективе собственного творческого процесса и включения его в потребности производственного процесса, формирование умения определить возможности своего участия в проектах предприятия. 2)Ознакомление с практическими приемами и методами работы менеджера по рекламе, копирайтера, криэйтера; изучение организации рекламной (коммуникативной) деятельности конкретного предприятия: характеристика, состав и принципы построения рекламных структур, их задачи и функции, система взаимоотношений с другими структурными подразделениями;	Текущий

		<p>знакомство со средствами коммуникативного воздействия, используемыми в рекламе.</p> <p>3)Изучение рекламного рынка города через составление базы данных о производителях и распространителях рекламы; узнать особенности деятельности конкретного предприятия в области рекламного продвижения; организацию рекламного процесса.</p> <p>4)Изучение процесса создания рекламных материалов, разработки и проведения рекламных кампаний.</p>	
3.	Заключительный этап	Подготовка отчета. Защита отчета на итоговой конференции.	Промежуточный

В ходе прохождения производственной практики (практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности) используются следующие образовательные технологии:

1. Установочная конференция руководителя практики от организации (вуза)
2. Консультации с руководителем практики от 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 научно-исследовательские 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
- отчет о прохождении практики
- характеристику с места практики
- совместный рабочий график (план) проведения практики руководителя практики от организации (вуза) и руководителя практики от профильной организации (Приложение 5)

1. Дневник практики и порядок его представления

Процесс прохождения практики фиксируется в дневнике практики, формат которого утверждается вузом. Дневник практики должен содержать следующие разделы:

- индивидуальное задание на практику
- календарный план прохождения основных этапов практики и ежедневный краткий отчет о выполнении заданий практики
- характеристика руководителя практики от профильной организации
- совместный рабочий график (план) проведения практики руководителя практики от организации (вуза) и руководителя практики от профильной организации (Приложение 5)

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

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

2. Отчет по практике

По итогам прохождения производственной практики (практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности) подготавливается и защищается отчет. (Титульный лист см. Приложение 1).

Объем отчета (без приложений) – не менее 20 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 в верхнем правом углу.

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

К отчету прилагаются:

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

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

Отчет должен содержать описание работы, выполнявшейся во время практики, и видов деятельности, освоенных студентом. В отчете должно быть выражено личное отношение студента к той деятельности, которой ему пришлось заниматься на протяжении всего периода практики.

В своем отчете студент может предложить анализ своей собственной подготовленности к прохождению практики, показать, содержание каких дисциплин позволило ему понять формы и методы работы органов государственной власти и местного самоуправления.

Защита отчета о прохождении практики принимается руководителем практики от организации (вуза) на итоговой конференции по практике. 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 производственной практики (практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности), ее предмет и объект, основное содержание своей работы во время практики (студент указывает, в каких подразделениях он проходил практику, и даёт краткую характеристику проделанным работам в данном подразделении).

Основная часть должна содержать:

Краткая характеристика организации включает в себя указание организационно-правовой формы, описание основных видов деятельности и организационной структуры. Описание службы управления персоналом: функции, права, обязанности, руководитель. Краткая характеристика системы управления персоналом в организации.

Индивидуальное задание – оценка трудового потенциала организации и разработка рекомендаций по его развитию. Студенту предлагается описать качественные и количественные характеристики трудового потенциала, исходя из имеющегося материала.

Возможные качественные и количественные характеристики трудового потенциала (необходимо использовать не менее трех направлений оценки трудового потенциала):

1. Профессионально-квалификационный потенциал: профессиональная структура – это соотношение представителей различных профессий и специальностей, квалификационная структура - это соотношение работников различных уровней квалификации образования, структура персонала по стажу: по общему стажу и стажу работы в данной организации; темпы прироста численности работников за определенный период, удельный вес служащих с высшим (средним) образованием в общей численности, средний разряд рабочих, средний стаж работы по специальности руководителей (специалистов, рабочих), удельный вес работников организации и отдельных групп (подразделений, категорий).

2. Психологический потенциал: половозрастная структура персонала организации – это соотношение групп персонала по полу (мужчины и женщины) и возрасту, соотношение с интенсивностью и тяжестью труда.

3. Творческий потенциал: количество рацпредложений и изобретений, участие работников в творческих группах, участие в профессиональных конкурсах и т.п.

4. Мотивационный потенциал: отношение к труду и организации, вовлеченность персонала, мотивы и ценности сотрудников и руководителей, методы мотивации персонала, текучесть кадров удовлетворенность трудом; статистика поощрений и взысканий работников в организации и т.п. формы стимулирования (материального и нематериального), система оплаты труда. состояние трудовой дисциплины, социально-психологический климат, участие во внерабочих мероприятиях, состояние кадрового резерва, управление карьерой и т.п.

5. Коммуникационный потенциал: состояние коммуникаций в организации, какие каналы связи и как используются в организации, какие каналы обратной связи и как формируются в организации методы и способы коммуникаций, удовлетворенность качеством коммуникаций.

Сформулировать общую оценку – высокий, средний или низкий трудового потенциал.

Предложить практические рекомендации по развитию трудового потенциала организации в целом или по одному из направлений. Приводятся общие выводы. Указывается выполнение поставленной цели практики.

Библиографический список должен включать нормативно-правовые акты, методические положения, используемую 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, ее организационную структуру, характер работы, выполняемой студентом. Это могут быть: нормативные документы, внутренние документы организации и подразделения, где студент проходил практику; статистическая информация об организации; таблицы, графики и т.п.

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

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация по производственной практике (практике по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности) проводятся с целью определения степени освоения обучающимися образовательной программы по направлению подготовки 38.03.04 «Государственное и муниципальное управление».

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

Текущий контроль

- собеседование
- проверка заполнения дневников практики
- беседа с руководителем от профильной организации

Промежуточный контроль (зачет с оценкой)

- защита отчетов по практике в форме собеседования

Паспорт фонда оценочных средств

п\п	Контролируемые разделы	Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства
1.	Ведение дневника, подготовка отчета по практике, отчет по практике	ОК-5,6; ОПК-1,2,3,4,5,6; ПК-1,2,3,4,5,6,7	Собеседование Проверка отчета Выступление на итоговой конференции

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

Этапы формирования компетенций также отражены в календарном графике и в матрице этапов формирования компетенций (см. приложение к образовательной программе)

Код и содержание контролируемой компетенции	Этапы формирования	Форма промежуточного контроля
ОК-5 способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	8 семестр	Зачет с оценкой
ОК-6 способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия		
ОПК-1 способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах		
ОПК-2 владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью		
ОПК-3 владение базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга		
ОПК- 4 умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия		
ОПК-5 умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия		
ОПК-6 способность 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 способность принимать участие 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		
ПК-2 владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы		
ПК-3 владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами		
ПК-4 владение навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)		
ПК-5 знание основ научной организации и нормирования труда, владение навыками проведения анализа работ и анализа рабочих мест, оптимизации норм обслуживания и численности, способность эффективно организовывать групповую работу на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды и умение применять их на практике		
ПК-6 способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации.		
ПК-7 способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий		

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

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 трехуровневая шкала освоения компетенций (пороговый, продвинутой, высокий), для каждого из которых разработаны критерии оценивания.

7.2.1. Показатели и критерии оценивания сформированности компетенций

Компетенции	Показатель и освоения компетенции	Критерии оценивания компетенций, в соответствии со шкалами оценивания		
		Пороговый уровень	Продвинутый уровень	Высокий уровень
ОК-5,6; ОПК-1,2,3,4,5,6; ПК-1,2,3,4,5,6,7	Знает (показатель и освоения каждой компетенции см. в п. 2 Программы практики)	Обучающийся в целом знает учебный материал. Студент ориентируется в материале, однако затрудняется в его изложении, показывает недостаточность знаний основной и дополнительной литературы, не может быстро найти ответ	Обучающийся знает учебный материал, однако допускает минимальные неточности в воспроизведении. Студент твердо усвоил материал, грамотно и по существу излагает его, опираясь на знания основной и дополнительной литературы, но не всегда может показать область применения знаний в своей профессиональной деятельности	Обучающийся знает учебный материал, не допускает неточности в его воспроизведении. Студент глубоко и всесторонне усвоил материал, уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает, опираясь на знания основной и дополнительной литературы, может показать область применения теоретических знаний в своей профессиональной деятельности
ОК-5,6; ОПК-1,2,3,4,5,6; ПК-1,2,3,4,5,6,7	Умеет (показатель и освоения каждой компетенции см. в п. 2 Программы практики)	На основе полученных знаний обучающийся может применять усвоенный материал, соответствующие понятия, но допускает существенные неточности. Пытается обосновать свою точку зрения, однако слабо	На основе полученных знаний обучающийся может применять усвоенный материал, соответствующие понятия, но допускает некоторые несущественные неточности. Анализирует усвоенный материал.	На основе полученных знаний обучающийся может применять усвоенный материал, соответствующие понятия, не допускает ошибок. Свободно анализирует усвоенный материал. Умеет применить полученные знания

		аргументирует научные положения, практически не способен сформулировать выводы и обобщения.	Однако затрудняется в формулировании квалифицированных выводов и обобщений.	при анализе альтернативных вариантов решения исследовательских и практических задач. Делает квалифицированные выводы и обобщения
ОК-5,6; ОПК-1,2,3,4,5,6; ПК-1,2,3,4,5,6,7	Владеет (показатель освоения каждой компетенции см. в п. 2 Программы практики)	Обучающийся решает учебно-профессиональную задачу или задание, однако в целом не может аргументировано изложить свое решение, не точно ссылается на конкретные знания, частично владеет системой понятий.	Обучающийся в целом самостоятельно и правильно решает учебно-профессиональную задачу или задание, допуская незначительные ошибки, последовательно и аргументировано излагает свое решение, используя соответствующие понятия, ссылаясь на конкретные знания, владеет на достаточном уровне системой понятий.	Обучающийся самостоятельно и правильно решает учебно-профессиональную задачу или задание, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагал свое решение, используя соответствующие понятия, ссылаясь на конкретные знания, владеет на высококвалифицированном уровне системой понятий.

7.2.2. Шкала оценивания и критерии оценки

Шкала оценивания	Критерии (дескрипторы) оценки
Отлично (зачтено)	Полнота и качество выполнения заданий Программу практики выполнил в полном объёме Выполнил все задания, предусмотренные программой практики на высоком уровне
	Творческий подход к выполнению заданий Интеграция знаний, умений, навыков, полученных при изучении

	<p>дисциплин; Нахождение новых идей, способов использования знакомых технологий</p>
	<p>Качество отчетной документации Документация полностью соответствует предъявляемым требованиям;</p>
	<p>Своевременная сдача отчетной документации Документация сдана в установленные сроки</p>
	<p>Характеристика с места прохождения практики Прохождение практики оценено на оценку «отлично»</p>
	<p>Защита отчета Представленный доклад в полной мере отражает сущность практики Правильно и полно ответил на заданные вопросы Показал высокий уровень предпрофессиональной компетентности</p>
Хорошо (зачтено)	<p>Полнота и качество выполнения заданий Программу практики выполнил в полном объеме Выполнил все задания, предусмотренные программой практики на среднем уровне, допустив негрубые ошибки</p>
	<p>Творческий подход к выполнению заданий Показал недостаточную интеграцию знаний, умений, навыков, полученных при изучении дисциплин; Затруднялся в поиске способов использования знакомых технологий</p>
	<p>Качество отчетной документации Документация не в полном объеме соответствует предъявляемым требованиям,</p>
	<p>Своевременная сдача отчетной документации Документация сдана в установленные сроки</p>
	<p>Характеристика с места прохождения практики Прохождение практики оценено на оценку «отлично» / «хорошо»</p>
	<p>Защита отчета Представленный доклад в неполной мере отражает сущность практики Правильно ответил на заданные вопросы Показал средний уровень предпрофессиональной компетентности</p>
Удовлетворительно (зачтено)	<p>Полнота и качество выполнения заданий Программу практики выполнил в неполном объеме Выполнил частично задания, предусмотренные программой практики</p>
	<p>Творческий подход к выполнению заданий Практически не показал интеграцию знаний, умений, навыков,</p>

	полученных при изучении дисциплин;
	Качество отчетной документации Документация не в полном объеме соответствует предъявляемым требованиям,
	Своевременная сдача отчетной документации Документация сдана в установленные сроки
	Характеристика с места прохождения практики Прохождение практики оценено на оценку «отлично»/ «хорошо»/ «удовлетворительно»
	Защита отчета Представленный доклад в неполной мере отражает сущность практики Затруднялся при ответах на заданные вопросы Показал низкий уровень предпрофессиональной компетентности
Неудовлетворительно (незачтено)	не выполнены требования, предъявляемые к умениям и навыкам, оцениваемым “удовлетворительно”.

Критерии оценивания отчета по практике:

1. Умение сформулировать цель и задачи отчета
2. Соответствие представленного материала теме отчета
3. Полнота раскрытия показателей деятельности конкретного подразделения, в котором работал студент
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. Составить бриф предприятия места прохождения практики.
2. Проанализировать направления рекламной/PR деятельности организации (фирмы) - базы практики, структуры организации (фирмы), функций каждого отдела.

3. Составить перечень функциональных обязанностей студента-практиканта.
4. Подготовить пакет образцов рекламной/PR продукции фирмы – базы практики (если таковые имеются) и провести анализ.
5. Подготовить список и краткое описание материалов, техник и технологий, которые используются в деятельности фирмы – базы практики.
 6. Заполнить дневник практики, заверенный руководителем редакции или сотрудником- руководителем практики.
 7. Предоставить личные публикации и/или рекламные сообщения (материалы), подготовленные за период прохождения практики, укомплектованные в порядке их опубликования. (Требования к оформлению материалов: аккуратное предоставление видео-, аудио- и печатных публикаций с указанием названия СМИ, авторства, даты, заверенных руководителем организации, где студент проходил практику).
 8. Разработать проекты планов рекламной/PR-кампании, проведенных в период прохождения практики.
 9. Подготовить аналитический материал о проведении рекламных/PR акций или мероприятий.
 10. Провести самоанализ, оценку результатов деятельности специалиста по рекламе во время прохождения производственной практики.
 11. Подготовить мультимедийную презентацию публичной защиты производственной практики

Типовые контрольные вопросы в процессе собеседования и в процессе выступления на итоговой конференции

1. Расскажите об особенностях развития коммуникационного пространства предприятия.
2. Назовите основные структурные подразделения, задействованные в информационной работе коммерческой структуры.
3. Обрисуйте структуру информационного потока предприятия.
4. Перечислите особенности структурирования целей и задач в сфере связей с общественностью.
6. Назовите особенности рекламно- информационной работы предприятия.
7. Расскажите о принципах планирования рекламно- информационных кампаний предприятия.
8. Перечислите особенности клиентских отношений в сфере коммуникаций предприятия.
9. Назовите основные документы, регламентирующие деятельность подразделения по связям с общественностью.
10. Расскажите о плане действий предприятия в кризисных ситуациях.

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.

После предварительной оценки документации проводится защита отчетов по практике, которая состоит из двух этапов:

1. Представление краткого доклада (7-10 минут)
2. Ответы на вопросы преподавателя и студентов.

По итогам защиты отчетов руководитель практики от организации (вуза) выставляет соответствующую оценку. Если по практике предусмотрен зачет, то применяется следующая таблица соответствия:

Отлично, хорошо, удовлетворительно	зачтено
неудовлетворительно	не зачтено

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

Основная литература:

1. Аксенова О.Н. Теория и практика массовой информации [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» / О.Н. Аксенова, С.В. Меликян, Е.В. Швец. — Электрон. текстовые данные. — Воронеж: Воронежский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2017. — 104 с. — 978-5-7731-0503-9. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/72947.html>
2. Архангельский Г.А. Корпоративный тайм-менеджмент [Электронный ресурс] : энциклопедия решений / Г.А. Архангельский. — Электрон. текстовые данные. — М. : Альпина Паблишер, 2017. — 212 с. — 978-5-9614-5899-2. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/62045.html>
3. Васильев С.А. Компьютерная графика и геометрическое моделирование в информационных системах [Электронный ресурс] : учебное пособие для бакалавров направлений подготовки 230100 «Информатика и вычислительная техника», 230400 «Информационные системы и технологии» очной формы обучения / С.А. Васильев, И.В. Милованов. — Электрон. текстовые данные. — Тамбов: Тамбовский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2015. — 81 с. — 978-5-8265-1432-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/64103.html>

4. Васильева Л.А. Реклама [Электронный ресурс] : учебное пособие / Л.А. Васильева. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Вузовское образование, 2016. — 102 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/39114.html>
5. Горлова Е.А. Риторика делового общения (в рамках курса «Русский язык и культура речи») [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие / Е.А. Горлова, О.В. Журавлёва. — Электрон. текстовые данные. — Самара: Самарский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2016. — 148 с. — 978-5-9585-0653-8. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/58833.html>
6. Дементьева Ю.В. Основы работы с электронными образовательными ресурсами [Электронный ресурс]: учебное пособие / Ю.В. Дементьева. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Вузовское образование, 2017. — 80 с. — 978-5-906172-21-1. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/62066.html>
7. Информационные системы и технологии управления [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов, обучающихся по направлениям «Менеджмент» и «Экономика», специальностям «Финансы и кредит», «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» / И.А. Коноплева [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. — 591 с. — 978-5-238-01766-2. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/7041.html>
8. Лучанинов Д.В. Основы разработки web-сайтов образовательного назначения [Электронный ресурс]: учебное пособие / Д.В. Лучанинов. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 105 с. — 978-5-4486-0174-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/70775.html>
9. Найджел Морган. Реклама в туризме и отдыхе [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 350700 «Реклама» и 230500 «Социально-культурный сервис и туризм» / Морган Найджел, Причард Аннет. — Электрон. текстовые данные. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 495 с. — 5-238-00647-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71244.html>
10. Связи с общественностью в социально-культурной деятельности [Электронный ресурс] : словарь-справочник для студентов, обучающихся по направлению подготовки 51.03.03 Социально-культурная деятельность / . — Электрон. текстовые данные. — Челябинск: Челябинский государственный институт культуры, 2016. — 140 с. — 978-5-94839-562-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/70465.html>
11. Санина Е.И. Оптимизация самообразования средствами коммуникативных и информационных технологий [Электронный ресурс] : монография / Е.И. Санина, М.С. Помелова, НгокТан Ням. — Электрон. текстовые данные. — М. : Российский университет дружбы народов, 2012. — 168 с. — 978-5-209-05450-4. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/22199.html> — ЭБС «IPRbooks», по паролю

12. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд (2-е издание) [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов / А.Н. Чумиков. — Электрон. текстовые данные. — М. : Аспект Пресс, 2016. — 160 с. — 978-5-7567-0819-6. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57080.html>
13. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации. Реклама, публич рилейшнз, брендинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ф.И. Шарков. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2016. — 324 с. — 978-5-394-00792-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/5249.html>

Дополнительная литература:

Информационные системы и технологии. Часть 1 [Электронный ресурс] : монография / В.Д. Колдаев [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — М. : Перо, Центр научной мысли, 2011. — 126 с. — 978-5-91940-150-6. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8982.html>

Иншакова Н.Г. Рекламный и пиар-текст [Электронный ресурс] : основы редактирования. Учебное пособие для студентов вузов / Н.Г. Иншакова. — Электрон. текстовые данные. — М.: Аспект Пресс, 2014. — 256 с. — 978-5-7567-0732-8. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/21069.html>

Киселёв А.Г. Теория и практика массовой информации. Общество-СМИ-власть [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью» / А.Г. Киселёв. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 431 с. — 978-5-238-01742-6. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52573.html>

Кузнецов И.Н. Бизнес-риторика [Электронный ресурс] / И.Н. Кузнецов. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2015. — 407 с. — 978-5-394-02146-6. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10908.html>

Марусева И.В. Творческая реклама. Приемы и методы ее создания (художественно-аналитическое исследование) [Электронный ресурс]: монография / И.В. Марусева. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Вузовское образование, 2016. — 304 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/38999.html>

Панкратов Ф.Г. Основы рекламы [Электронный ресурс]: учебник / Ф.Г. Панкратов, Ю.К. Баженов, В.Г. Шахурин. — Электрон. текстовые данные. — М: Дашков и К, 2015. — 538 с. — 978-5-394-01804-6. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10948.html>

Стивен Р. Кови Семь навыков эффективных менеджеров [Электронный ресурс] самоорганизация, лидерство, раскрытие потенциала / Р.Кови Стивен. — М.: Альпина Паблишер, 2016. — 88 с. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/41388.html> — ЭБС «IPRbooks», по паролю.

Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации. Правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ф.И. Шарков. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2014. — 334 с. — 978-5-394-00783-5. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/5247.html>

4.2 Периодические электронные издания:

1. [Документационное обеспечение системы управления организацией](#) ISSN 978-5-4486-0167-5.

Журнал «Computerworld Россия». Серия 7. ISSN 1560-5213

6 Маркетинг в России и за рубежом <http://www.dis.ru>

PR, маркетинг, реклама, политика www.7st.ru

Энциклопедия рекламных знаний www.ereklama.ru

Интернет ресурсы:

<http://reklamist.com>

<http://ks.rfnet.ru> – Решения Конституционного Суда Российской Федерации

<http://pi.agava.ru> – правозащитный сайт Право имею

<http://travelogia.net/about> - школа travel-журналистики

<http://www.farpmc.ru> – Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям

<http://www.ir-magazine.ru>

<http://www.pronline.ru>

<http://www.smi-audit.ru> – правовая экспертиза (заочная консультация)

www.advi.ru

www.brandmedia.ru – рекламный центр

www.cjes.ru – Центр экстремальной журналистики Союза журналистов

www.gdf.ru – фонд защиты гласности

www.medialaw.ru – центр «Право и СМИ», книжная серия «Журналистика и право» и

Комментарии к законам

www.pdi.ru- Институт развития прессы

www.pr-dialog.com

www.pr-new.spb.ru

www.pronline.ru – сайт содержит статьи в области коммуникативного менеджмента, рецензии, ссылки, а также профессиональные форумы.

www.rupr.ru

Генеральный директор : персональный журнал руководителя - <http://www.gendir.ru>).

Интернет-университет информационных технологий (ИНТУИТ.ру)

<http://www.intuit.ru/>

Информатика и ИКТ в образовании <http://www.rusedu.info>
Информационно-коммуникационные технологии в образовании: федеральный образовательный портал <http://ict.edu.ru/>
Информационный сайт "Все о рекламе в России": www.rwr.ru
Корпоративный менеджмент – <http://www.cfin.ru>
Московский общественный научный фонд: <http://www.mpst.org>
Рекламные идеи: <http://www.advi.ru/>
Рекламный сайт "Advertising.ru": <http://www.advertising.ru>
Рекламный совет России: www.a-z.ru/assoc/osr/
Российский гуманитарный научный фонд: <http://www.rfh.ru>
Российский фонд фундаментальных исследований: <http://rffi.ru>
Сайт Ассоциации коммуникационных агентств России - <http://www.akarussia.ru/>
Сайт Конституционного Суда РФ. - Режим доступа: <http://ksrf.ru/>;
Сайт о креативе в рекламе <http://www.creatiff.ru/>
Сайт Российской ассоциации по связям с общественностью - www.raso.ru
Справочно-правовые системы «Гарант», «КонсультантПлюс»
Тесты по информатике и информационным технологиям <http://www.junior.ru/wwwexam/>
Технологии корпоративного управления – <http://www.iteam.ru/publications>
Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций: <http://rkn.gov.ru/>
Федеральное хранилище «Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов» <http://school-collection.edu.ru/>
Федеральный портал «Российское образование» <http://www.edu.ru/>
Федеральный центр информационных образовательных ресурсов http://fcior.edu.ru/catalog/osnovnoe_obshee/
Электронная библиотечная система www.biblioclub.ru

9. Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

1. Операционная система Windows.
2. Интернет-браузер Internet Explorer (или любой другой).
3. Офисный пакет Microsoft Office 2007 и выше.
4. Электронная библиотечная система IPRbooks www.iprbookshop.ru
5. Информационно-справочные системы КонсультантПлюс, Гарант
6. Автоматизированная система управления учебным заведением собственной разработки вуза

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

Материально-техническое обеспечение производственной практики (практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности) 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

Проведение защиты отчетов по практике предусматривает техническое сопровождение докладов с использованием мультимедийного комплекса.

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ОТЧЕТ
о прохождении производственной практики (практики по получению профессиональных
умений и опыта профессиональной деятельности)

студента (ки) группы _____

(фамилия, имя, отчество полностью)

Наименование базы практики: _____

Срок прохождения практики _____

Руководитель от профильной организации: _____

(ФИО полностью; подпись)

Руководитель от организации (вуза): _____

(ФИО полностью; подпись)

Студент: _____

(ФИО полностью; подпись)

Дата защиты отчёта: _____

Оценка за прохождение практики: _____

2018

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

**ЗАДАНИЕ НА ПРОИЗВОДСТВЕННУЮ ПРАКТИКУ (ПРАКТИКУ ПО ПОЛУЧЕНИЮ
ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)**

Выдано студенту _____
(фамилия, имя, отчество)

группа № _____ тел.: (_____) _____ e-mail: _____

Руководитель от организации (вуза) _____
(фамилия, имя, отчество, ученая степень, ученое звание)

Место практики _____
(наименование органа власти или организации, учреждения)

Сроки прохождения с _____ по _____

Содержание задания: _____

Руководитель от организации (вуза) _____ / _____
(подпись) (расшифровка подписи)

Задание принял _____

ДНЕВНИК
прохождения производственной практики (практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности)

студента(ки) кафедры рекламы и связей с общественностью ___ курса

_____ (фамилия, имя, отчество полностью)

Наименование базы практики: _____

Даты	Описание выполняемой работы в организации, с учетом прохождения основных этапов практики ¹	Подпись руководителя от профильной организации
Подготовительный		
Основной		
Заключительный		

Студент _____/_____

Руководитель практики от организации (вуза) _____/_____

Руководитель практики от профильной организации

_____/_____

¹ Проведение установочной конференции, инструктаж по технике безопасности, ознакомление с нормативными правовыми актами; анализ статистических данных; обращений граждан, изучение целевых программ, работа с базами данных; изучение работы отдела кадров, оформление документов; выполнение отдельных поручений руководителя практики по месту ее прохождения; подготовка отчета о прохождении практики.

**ХАРАКТЕРИСТИКА
ПО МЕСТУ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ**

(с указанием степени его теоретической подготовки, трудовой дисциплины)

студента(ки) кафедры рекламы и связей с общественностью ___ курса

(фамилия, имя, отчество полностью)

Наименование базы практики: _____

« ____ » _____ 201_ г.

Руководитель практики от профильной организации:

_____ /подпись/
(Ф.И.О.)

М. П.

