

**Рабочая программа практики**

**ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА  
(ПРЕДДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА)**

<i>Направление подготовки</i>	Реклама и связи с общественностью
<i>Код</i>	42.03.01
<i>Профиль подготовки</i>	
<i>Направленность (профиль)</i>	Реклама и связи с общественностью в бизнес-структурах
<i>Квалификация выпускника</i>	бакалавр

## Содержание

1. Вид практики и формы ее проведения.....	3
2. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	4
3. Место практики в структуре ОПОП.....	9
4. Объем практики в зачетных единицах и ее продолжительности в неделях и академических часах.....	9
5. Содержание практики.....	9
6. Формы отчетности по практике.....	11
7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике.....	13
8. Перечень учебной литературы и ресурсов сети «Интернет», необходимых для проведения практики.....	20
9. Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем....	21
10. Описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики.....	21
Приложения.....	22

## 1. Вид практики, способы и формы ее проведения

Вид практики – производственная практика.

Тип практики – преддипломная практика. Преддипломная практика запланирована для студентов, осваивающих программу по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Форма проведения практики – дискретная.

### **Место проведения практики**

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

**Цель** преддипломной практики: проведение самостоятельной научно-исследовательской работы по выбранной теме выпускной квалификационной работы, заключающейся в анализе показателей деятельности организаций различных организационно-правовых форм (коммерческих, некоммерческих) и органов государственного и муниципального управления, в которых выпускники работают в качестве исполнителей и координаторов по проведению организационно-технических мероприятий и администрированию реализации оперативных управленческих решений, а также структуры, в которых выпускники являются предпринимателями, создающими и развивающими собственное дело.

**Задачами** преддипломной практики являются:

- систематизация и углубление теоретических и практических знаний по профилю подготовки, их применение при решении конкретных управленческих или методических задач в соответствии с темой выпускной квалификационной работы;
- углубление и закрепление знаний, полученных в период обучения и предшествующих практик, необходимых для написания выпускной квалификационной работы;
- овладение методологией и умениями научно-исследовательской деятельности по проблеме выпускной квалификационной работы;
- осуществление подбора диагностических материалов для исследовательской деятельности, методы поиска, сбора и обработки информации;
- применение методов исследования, обработки информации, необходимой в процессе углубленного анализа аспектов управления организацией в соответствии с целью и задачами выпускной квалификационной работы; составление и разработка методических материалов (рекомендаций) для совершенствования деятельности организации по результатам исследования.

**Базы преддипломной практики** – проводится на предприятиях сферы культуры. Местом прохождения преддипломной практики могут быть предприятия, коммерческие организации различных организационно-правовых форм (государственные, муниципальные, частные, хозяйственные товарищества и общества), некоммерческие организации и объединения, органы государственной власти и муниципального управления.

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 5 апреля 2017 года № 301 «Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;
5. Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 27.11.2015 г. № 1383 «Об утверждении Положения о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования» (в редакции от 15.12.2017, Приказ Минобрнауки России № 1225);
6. а ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01. Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденный приказом № 512 от 08.06.2017 г.

**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>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>	<p><b>Знать:</b> отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ</p> <p><b>Уметь:</b> осуществлять подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p> <p><b>Владеть:</b> различными жанрами и форматами в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p>
<p>ОПК-2           Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или)</p>	<p><b>Знать:</b> систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития</p> <p><b>Уметь:</b> учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов</p> <p><b>Владеть:</b></p>

коммуникационных продуктах	способностью определять тенденции развития общественных и государственных институтов и освещения их в создаваемых коммуникационных продуктах
ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	<p><b>Знать:</b> основные достижения отечественной и мировой культуры</p> <p><b>Уметь:</b> учитывать достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p> <p><b>Владеть:</b> навыками демонстрации кругозора в сфере отечественного и мирового культурного процесса при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p>
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	<p><b>Знать:</b> запросы и потребности общества и отдельных аудиторных групп</p> <p><b>Уметь:</b> использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности</p> <p><b>Владеть:</b> навыками получения и обработки социологических данных о целевой аудитории для создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p>
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	<p><b>Знать:</b> совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p> <p><b>Уметь:</b> осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</p> <p><b>Владеть:</b> навыками определения тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира</p>
ОПК-6 Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и	<p><b>Знать:</b> необходимое для профессиональной деятельности техническое оборудование и программное обеспечение</p> <p><b>Уметь:</b> применять современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов</p>

<p>информационно-коммуникационные технологии</p>	<p>рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p> <p><b>Владеть:</b> современными техническими средствами и информационно-коммуникационными технологиями для создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p>
<p>ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности</p>	<p><b>Знать:</b> цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности</p> <p><b>Уметь:</b> осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью</p> <p><b>Владеть:</b> Навыками применения принципов социальной ответственности и этических нормам, принятых профессиональным сообществом</p>
<p>ПК(о)-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p>	<p><b>Знать:</b> функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью</p> <p><b>Уметь:</b> Осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии</p> <p><b>Владеть:</b> навыками участия в организации внутренних и внешних коммуникаций</p>
<p>ПК(о)-2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта</p>	<p><b>Знать:</b> правила создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта</p> <p><b>Уметь:</b> создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применять творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта</p> <p><b>Владеть:</b> навыками создания основ сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании</p>
<p>ПК(о)-3 Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта</p>	<p><b>Знать:</b> основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта</p> <p><b>Уметь:</b> принимать участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта</p> <p><b>Владеть:</b> навыками осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами</p>

<p>ПК(о)-4 Способен использовать современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью</p>	<p><b>Знать:</b> техническую обработку и размещение информационных ресурсов на сайте</p> <p><b>Уметь:</b> вводить и обрабатывать текстовые данные; сканировать и обрабатывать графическую информацию</p> <p><b>Владеть:</b> Навыками создания и ведения информационных баз данных; навыками размещения информации на сайте</p>
<p>ПК(р)-1 Способен разрабатывать и реализовывать индивидуальные и (или) коллективные проекты в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	<p><b>Знать:</b> типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p><b>Уметь:</b> готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью</p> <p><b>Владеть:</b> навыками использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта</p>
<p>ПК(р)-2 Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций</p>	<p><b>Знать:</b> технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде</p> <p><b>Уметь:</b> при подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использовать основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками применения основных технологий организации специальных мероприятий</p>
<p>ПК(р)-3 Способен использовать результаты исследований для планирования рекламных и PR-кампаний и реализовывать типовые алгоритмы проектов при создании коммуникационного продукта</p>	<p><b>Знать:</b> -разнообразные методы исследований в области СМИ различной направленности; -особенности измерений медиакоммуникаций в бизнесе</p> <p><b>Уметь:</b> -организовать маркетинговое исследование в области СМИ в рамках бизнес-проекта; -разработать маркетинговую стратегию различной бизнес-направленности для продукции СМИ</p> <p><b>Владеть:</b> -навыками организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ; -осуществления контроля и проведения оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ</p>

### 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, преддипломная практика является обязательной и представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-теоретическую подготовку обучающихся. Содержание преддипломной практики тесно связано с логикой и содержанием изучаемых обучающимися учебных дисциплин «Теория и практика связей с общественностью», «Основы разработки и технологии производства рекламного продукта», «Теория и практика рекламы», «Рекламно-коммуникационный практикум», «Организация и проведение рекламных кампаний», «Технология бизнес-презентаций» и др., а также с содержанием учебной и производственной практики (практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности).

Преддипломная практика включена в блок (Б.2.) «Практики» Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01. Реклама и связи с общественностью.

### 4. Объем практики

<i>Виды учебной работы</i>	<i>Очная</i>	<i>Очно-заочная</i>	<i>Заочная</i>
<b>Общая трудоемкость:</b> зачетные единицы/часы	756 (21 ЗЕТ)	756 (21 ЗЕТ)	756 (21 ЗЕТ)
<b>Контактная работа с преподавателем</b> (всего):	2	2	2
Лекции (установочная конференция)	2	2	2
Индивидуальные и групповые консультации			
Промежуточная аттестация: Зачет / <u>зачет с оценкой</u> / экзамен /	0.15	0.15	4
<b>Практическая работа</b>			
<b>Самостоятельная работа</b> (СРС)	753.85	753.85	750

### 5. Содержание практики

Преддипломная практика содержит ряд этапов:

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

<b>№</b>	<b>Этапы практики</b>	<b>Вид работ</b>	<b>Формы контроля</b>
п / п			



1.	<b>Подготовительный этап</b>	<p>Знакомство с программой практики, выбор темы исследования.</p> <p>Заключение индивидуальных договоров.</p> <p>План проведения практики. Организация труда на практике. Формы отчетности по 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.</p>	-
2.	<b>Основной этап</b>	<p>Преддипломная практика осуществляется в форме выполнения студентом реального исследовательского проекта в рамках утвержденной темы выпускной квалификационной работы с учетом научных интересов и возможностей органа предприятия, организации, учреждения.</p> <p>Преддипломная практика завершает теоретическую часть обучения и предваряет работу над выпускной квалификационной работой, помогает собрать материал для её практической части. Местом прохождения является организация, соответствующая специализации студента, предоставляющая ему материал для его будущей выпускной квалификационной работы.</p> <p><b>Основным содержанием этапа является:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- непосредственная работа по месту практики</li> <li>- разработка плана практического раздела ВКР</li> <li>- осуществление сбора и обработки практического материала по теме ВКР, подбор диагностических материалов для исследовательской деятельности</li> <li>- уточнение и корректировка информации</li> <li>- обработка информации</li> <li>- выявление проблем исследования</li> <li>- участие в разработке организационно-управленческого решения по теме исследования</li> <li>- формулирование предложений к методическим материалам (рекомендациям) для совершенствования деятельности организации по результатам исследования</li> </ul>	<b>текущий</b>
3.	<b>Заключительный этап</b>	Подготовка отчета, как основы выпускной квалификационной работы. Защита отчета на итоговой конференции	<b>промежуточный</b>

В ходе прохождения преддипломной практики 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 (см. 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

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 преддипломной практики подготавливается и защищается отчет. (Титульный лист см. Приложение 1).

Объем отчета (без приложений) – не менее 25 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 (см. Приложение 2),
2. дневник прохождения практики (см. Приложение 3),
3. характеристика студента по месту прохождения практики (оформляется на бланке организации или удостоверяется официальной печатью организации) (см. 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, 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, 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 преддипломной практики, ее предмет и объект, основное содержание своей работы во время практики, проблемы, с которыми столкнулся студент в период прохождения практики.

**Основная часть должна содержать:**

– методы исследования - в данной части отчета описываются методы (наблюдение, анкетирование, беседа и др.), конкретные методики, диагностики, которые студент использовал при выполнении исследовательского задания. Необходимо раскрыть содержание используемых методов и методик. Так же необходимо обосновать используемые методы, методики, то есть объяснить их эффективность, полезность, нужность именно в данном исследовании;

– ход исследования – в этой части отчета необходимо описать, как проходило исследование. Указывается место и время проведения исследования, характеризуются респонденты исследования. В описании необходимо представить, что делал исследователь, с кем и с чем он взаимодействовал;

– результаты исследования - в данной части необходимо представить, насколько исследование реализовало поставленные задачи, здесь уместны анализ и оценка полученных результатов, выводы, которые будут развернуты и конкретизированы в выпускной квалификационной работе.

В основной части также отражается выполнение студентом индивидуального задания.

Примерная тематика индивидуальных заданий.

1. Изучить особенности коммуникационной деятельности коммерческого предприятия.
2. Выявить роль коммерческой рекламы в современном российском информационном пространстве.
3. Проанализировать организацию коммуникационной деятельности современного учреждения культуры.
4. Изучить технологии бренд-билдинга в построении рекламного образа компании.
5. Рассмотреть продвижение стартапа в социальных сетях.
6. Проанализировать PR-сопровождение гастрологов российских и зарубежных исполнителей.

7. Выявить специфику коммуникационной деятельности компании на российском рынке.
8. Изучить особенности продвижения бренда на российском рынке.
9. Изучить технологию разработки и внедрения бренда на российском рынке.
10. Рассмотреть применение рекламных технологий в организации выставочной деятельности.
11. Проанализировать технологии воздействия рекламных образов бренда на целевую аудиторию.
12. Выявить роль PR-коммуникаций в коммерческой деятельности компании.
13. Рассмотреть PR-технологии как инструмент устойчивого развития компании.
14. Рассмотреть эффективность PR-деятельности как условие успешного выведения на российский рынок нового товара/услуги.
15. Изучить эффективность применения PR-технологий в российском шоу-бизнесе.
16. Освоить разработку коммуникационной кампании магазина одежды.
17. Проанализировать формирование имиджа компании на основе PR-инструментов.
18. Выявить специфику разработки BTL кампании для ..... агентства/компании.
19. Изучить особенности разработки SMM кампании для .... агентства/компании.
20. Освоить разработку коммуникационной кампании торгового предприятия.
21. Освоить разработку стратегии продвижения на местах продаж в сфере ритейла.
22. Освоить разработку коммуникационной кампании для продвижения стартапа.
23. Изучить использование нативной рекламы и ньюсджекинга для продвижения услуг.
24. Проанализировать SMM как средство повышения эффективности работы учреждений социокультурной сферы.
25. Изучить стратегию проведения PR-кампании учреждения культуры.
26. Проанализировать эффективность применения PR-технологий в российском шоу-бизнесе.
27. Выявить роль корпоративной социальной ответственности в формировании репутационных активов коммерческого предприятия.
28. Изучить технологии проектирования персонального имиджа.
29. Выявить особенности организации и управления выставочно-проектной деятельностью.
30. Выявить специфику коммуникационной стратегии предприятия в сфере b2b.

Библиографический список должен включать не менее 15 источников.

К отчету прилагаются полученные в ходе работы материалы (таблицы, графики, диаграммы, рисунки и т.д.).

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

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация по преддипломной 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*

- собеседование

- проверка заполнения дневников практики

*Промежуточный контроль (зачет)*

- проверка отчетов по практике

- защита отчетов по практике в форме выступления на итоговой конференции

#### 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(о)-1; ПК(о)-2; ПК(о)-3 ПК(о)-4; ПК(р)-1; ПК(р)-2; ПК(р)-3	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
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	8 семестр	Зачет с оценкой
ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, 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		
ОПК-4 Способен 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		
ОПК-6 Способен 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		
ПК(о)-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий		
ПК(о)-2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта		
ПК(о)-3 Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта		
ПК(о)-4 Способен использовать современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью		
ПК(р)-1 Способен разрабатывать и реализовывать индивидуальные и (или) коллективные проекты в сфере рекламы и связей с общественностью		
ПК(р)-2 Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций		
ПК(р)-3 Способен использовать результаты исследований для планирования рекламных и PR-кампаний и реализовывать типовые алгоритмы проектов при создании коммуникационного продукта		

**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, продвинутый, 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 (зачтено, удовлетворительно)	Продвинутый уровень (зачтено, хорошо)	Высокий уровень (зачтено, отлично)
ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК(о)-1; ПК(о)-2; ПК(о)-3 ПК(о)-4; ПК(р)-1; ПК(р)-2; ПК(р)-3	<b>Знает (показатель и освоения каждой компетенции см. в п. 2 Программы практики)</b>	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
ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК(о)-1; ПК(о)-2; ПК(о)-3 ПК(о)-4; ПК(р)-1;	<b>Умеет (показатель и освоения каждой компетенции см. в п. 2 Программы практики)</b>	На основе полученных знаний обучающийся может применять усвоенный материал, соответствующие понятия, но допускает существенные неточности. Пытается обосновать	На основе полученных знаний обучающийся может применять усвоенный материал, соответствующие понятия, но допускает некоторые несущественные	На основе полученных знаний обучающийся может применять усвоенный материал, соответствующие понятия, не допускает ошибок. Свободно анализирует усвоенный

ПК(р)-2; ПК(р)-3		свою точку зрения, однако слабо аргументирует научные положения, практически не способен сформулировать выводы и обобщения.	неточности. Анализирует усвоенный материал. Однако затрудняется в формулировании квалифицированных выводов и обобщений.	материал. Умеет применить полученные знания при анализе альтернативных вариантов решения исследовательских и практических задач. Делает квалифицированные выводы и обобщения
ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК(о)-1; ПК(о)-2; ПК(о)-3 ПК(о)-4; ПК(р)-1; ПК(р)-2; ПК(р)-3	<b>Владеет (показател и освоения каждой компетенции см. в п. 2 Программы практики)</b>	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 излагает 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)	<b>Полнота и качество выполнения заданий</b> Программу практики выполнил в полном объеме Выполнил все задания, предусмотренные программой практики на высоком уровне
	<b>Творческий подход к выполнению заданий</b> Интеграция знаний, умений, навыков, полученных при изучении дисциплин; Нахождение новых идей, способов использования знакомых технологий
	<b>Качество отчетной документации</b>



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

	Представленный доклад в неполной мере отражает сущность практики Затруднялся при ответах на заданные вопросы Показал низкий уровень предпрофессиональной компетентности
<b>Неудовлетворительно (незачтено)</b>	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 анализа и оценки 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:***

- разработка плана практического раздела ВКР
- осуществление сбора и обработки практического материала по теме ВКР, подбор диагностических материалов для исследовательской деятельности
- уточнение и корректировка информации
- обработка информации.
- выявление проблем исследования
- участие в разработке организационно-управленческого решения по теме исследования
- формулирование предложений к методическим материалам (рекомендациям) для совершенствования деятельности организации по результатам исследования.

***Для этого необходимо рассмотреть следующие вопросы***

1. Дать общую характеристику базы практики (правовая форма, историческая справка, нормативно-правовые документы, регламентирующие деятельность).
2. Изучить организационную структуру предприятия (общая характеристика организационной структуры: высший орган управления, структурные подразделения).
3. Изучить деятельность структурного подразделения (место в организационной структуре, задачи деятельности и взаимосвязи с другими структурными подразделениями,

основные виды работ по каждой должности, взаимосвязи внутри структурного подразделения).

4. Изучить структурное подразделение, в котором проходила практика (функции, права, обязанности, руководитель, локальные нормативные акты структурного подразделения, источники и потоки информации).

5. Выполнить индивидуальное задание.

#### **Типовые контрольные вопросы в процессе собеседования**

1. Перечислите задачи преддипломной практики?
2. Какие из задач преддипломной практики не выполнены и почему?
3. Обоснуйте план содержания практического раздела выпускной квалификационной работы (бакалаврской работы)
4. Назовите источники информации практического материала.
5. Перечислите бумажные носители практического материала.
6. Перечислите нормативные и правовые документы, используемые в структурном подразделении.
7. Перечислите элементы организационной структуры базы практики.
8. Перечислите разделы практической части бакалаврской работы и обоснуйте их структурно-логическую связь.
9. Какие информационно-коммуникационные технологии используются в структурном подразделении? Как обеспечена информационная безопасность?
10. Кадровый состав организации.
11. Дайте качественную характеристику (по должностям) служащих.
12. Какие информационно-коммуникационные технологии использовались в ходе выполнения задач практики?
13. В чем проявилась работа структурного подразделения объекта практики при выполнении программы практики?
14. Какие методы анализа применялись?
15. 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.

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

1. Есикова, И. В. Подготовка и успешное проведение рекламных кампаний / И. В. Есикова. — 2-е изд. — М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 160 с. — ISBN 978-5-394-01653-0. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/75208.html>
2. Шпаковский, В. О. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством ВТЛ-коммуникаций: учебное пособие / В. О. Шпаковский, Н. М. Чугунова, И. В. Кирильчук. — 3-е изд. — М.: Дашков и К, 2018. — 128 с. — ISBN 978-5-394-02168-8. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/85170.html>
3. Евстафьев, В. А. Организация и практика работы рекламного агентства: учебник для бакалавров / В. А. Евстафьев, А. В. Молин. — М.: Дашков и К, 2017. — 512 с. — ISBN 978-5-394-02549-5. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/62445.html>
4. Бердышев, С. Н. Эффективная наружная реклама (2-е издание): практическое пособие / С. Н. Бердышев. — М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017. — 132 с. — ISBN 978-5-394-01542-7. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/57030.html>
5. Нархов, Д. Ю. Реклама. Управленческий аспект: учебное пособие для СПО / Д. Ю. Нархов, Е. Н. Нархова ; под редакцией Н. Б. Серовой. — 2-е изд. — Саратов, Екатеринбург : Профобразование, Уральский федеральный университет, 2019. — 262 с. — ISBN 978-5-4488-0476-2, 978-5-7996-2838-3. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/87862.html>
6. Алашкин, П. А. Всё о рекламе и продвижении в Интернете / П. А. Алашкин ; под редакцией П. Суворовой. — М. : Альпина Паблишер, 2019. — 220 с. — ISBN 978-5-9614-1055-6. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/86863.html>
7. Базиян, Н. Р. Реклама и PR / Н. Р. Базиян. — 2-е изд. — М.: Юриспруденция, 2018. — 448 с. — ISBN 978-5-9516-0830-7. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/86540.html>
8. Матвеева, М. А. Реклама и PR-Интернет: методическое пособие / М. А. Матвеева, В. Н. Молибог. — Симферополь : Университет экономики и управления, 2018. — 70 с. — ISBN 2227-8397. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/86412.html>
9. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф. И. Шарков. — М.: Дашков и К, 2018. — 324 с. — ISBN 978-5-394-00792-7. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/85717.html>
10. Панкратов, Ф. Г. Основы рекламы: учебник / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. — 15-е изд. — М.: Дашков и К, 2019. — 538 с. — ISBN 978-5-394-03441-1. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/85319.html>

11. Кузнецов, П. А. Современные технологии коммерческой рекламы: практическое пособие / П. А. Кузнецов. — М.: Дашков и К, 2018. — 296 с. — ISBN 978-5-394-01068-2. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/85272.html>
12. Васильева, Е. А. Как сделать рекламу эффективной? 25 беспроигрышных идей: практическое пособие / Е. А. Васильева. — 3-е изд. — М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 156 с. — ISBN 978-5-394-03192-2. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/83127.html>
13. Иванов, А. Бесплатная реклама: Результат без бюджета / А. Иванов. — 4-е изд. — М.: Альпина Паблицер, 2019. — 256 с. — ISBN 978-5-9614-5117-7. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/83083.html>
14. Кузнецов, П. А. Современные технологии коммерческой рекламы: практическое пособие / П. А. Кузнецов. — М.: Дашков и К, 2018. — 296 с. — ISBN 978-5-394-01068-2. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/85272.html>

#### **Дополнительная литература:**

1. Ясинская, М. Б. Литература: практикум по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» / М. Б. Ясинская. — М.: Московский гуманитарный университет, 2017. — 104 с. — ISBN 978-5-906912-38-1. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/74728.html>
2. Трушина, Л. Е. История отечественной и зарубежной рекламы: учебник / Л. Е. Трушина. — М.: Дашков и К, 2018. — 246 с. — ISBN 978-5-394-01087-3. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/85160.html>
3. Савельева, О. О. Всеобщая история рекламы: учебник для бакалавров / О. О. Савельева, Н. В. Трубникова. — М.: Дашков и К, 2019. — 452 с. — ISBN 978-5-394-03119-9. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/85355.html>
4. Марк, Тангейт Всемирная история рекламы / Тангейт Марк перевод А. Зотагин, В. Ибрагимов; под редакцией Ю. Быстровой. — 3-е изд. — М.: Альпина Паблицер, 2019. — 286 с. — ISBN 978-5-9614-5787-2. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/86728.html>

5. Тевлюкова, О. Ю. Социология рекламы: учебное пособие / О. Ю. Тевлюкова. — Новосибирск: Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ», 2016. — 140 с. — ISBN 978-5-7014-0763-1. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/87165.html>
6. Коханова, Л. А. Экологическая журналистика, PR и реклама: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 030601 «Журналистика» / Л. А. Коханова; под редакцией Я. Н. Засурского. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 379 с. — ISBN 5-238-01134-2. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81590.html>
7. Чернатони Бренддинг. Как создать мощный бренд: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям 080111 «Маркетинг», 080300 «Коммерция», 070801 «Реклама» / Лесли Чернатони де, МакДональд Малькольм ; перевод Б. Л. Ерёмин. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 559 с. — ISBN 5-238-00894-5. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/71210.html>
8. Бузин, В. Н. Медиапланирование. Теория и практика: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / В. Н. Бузин, Т. С. Бузина. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 492 с. — ISBN 978-5-238-01769-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81796.html>
9. Петелин, В. Г. Основы менеджмента выставочной деятельности: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления (060000), специальностям «Коммерция» (351300) и «Реклама» (350400) / В. Г. Петелин. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 447 с. — ISBN 5-238-00935-6. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81815.html>
10. Аксенова, О. Н. Теория и практика массовой информации: учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» / О. Н. Аксенова, С. В. Меликян, Е. В. Швец. — Воронеж: Воронежский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2017. — 104 с. — ISBN 978-5-7731-0503-9. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/72947.html>
11. Сергиенко, Е. А. Телевизионная реклама и дети / Е. А. Сергиенко, Н. Н. Таланова, Е. И. Лебедева. — 2-е изд. — М.: Издательство «Институт психологии РАН», 2019. — 192 с.

— ISBN 978-5-9270-0265-8. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/88405.html>

12. Курушин, В. Д. Графический дизайн и реклама / В. Д. Курушин. — 2-е изд. — Саратов: Профобразование, 2019. — 271 с. — ISBN 978-5-4488-0094-8. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/87990.html>

13. Головкин, С. Б. Дизайн деловых периодических изданий: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Графика», «Журналистика», «Информационные технологии в дизайне», «Реклама» / С. Б. Головкин. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 423 с. — ISBN 978-5-238-01477-7. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/83031.html>

14. Ушанов, П. В. Реклама в телевизионной программе: учебное пособие / П. В. Ушанов. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2017. — 48 с. — ISBN 978-5-4486-0004-3. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/66628.html>

15. Пендикова, И. Г. Концептуализм как творческий метод дизайна и рекламы: учебное пособие / И. Г. Пендикова. — Омск: Омский государственный технический университет, 2016. — 120 с. — ISBN 978-5-8149-2327-1. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/60878.html>

16. Интеллектуальная собственность и реклама: Актуальные вопросы, административная и судебная практика / Е. Тиллинг, И. Моцный, И. Чубукова [и др.]; под редакцией И. Шаблинского, Е. Тиллинг. — М.: Альпина Паблишер, 2019. — 187 с. — ISBN 978-5-9614-1191-1. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/82862.html>

17. Фрумкин, Г. М. Сценарное мастерство. Кино – телевидение – реклама: учебное пособие / Г. М. Фрумкин. — М.: Академический Проект, 2016. — 224 с. — ISBN 978-5-8291-1475-6. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/60094.html>

18. Скрипникова, Н. Н. Реклама. Консалтинг. Public Relations : теоретические брифы. Учебное пособие / Н. Н. Скрипникова. — Воронеж: Воронежский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСБ, 2015. — 53 с. — ISBN 978-5-89040-

561-6. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт].  
— URL: <http://www.iprbookshop.ru/59126.html>

19. Елина, Е. А. Семиотика рекламы (2-е издание): учебное пособие / Е. А. Елина. — М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2016. — 137 с. — ISBN 978-5-394-01760-5. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/57150.html>
20. Бернадская, Ю. С. Звук в рекламе: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 032401 (350700) «Реклама» / Ю. С. Бернадская. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 135 с. — ISBN 978-5-238-01245-2. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81771.html>
21. Социальная реклама: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама» и «Связи с общественностью» / Л. М. Дмитриева, Ю. С. Бернадская, Т. А. Костылева [и др.] ; под редакцией Л. М. Дмитриевой. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 271 с. — ISBN 978-5-238-01544-6. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81676.html>
22. Овчинникова, Р. Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 070601 «Дизайн», 032401 «Реклама» / Р. Ю. Овчинникова ; под редакцией Л. М. Дмитриева. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 239 с. — ISBN 978-5-238-01525-5. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/74886.html>
23. Найджел, Морган Реклама в туризме и отдыхе: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 350700 «Реклама» и 230500 «Социально-культурный сервис и туризм» / Морган Найджел, Причард Аннет; перевод В. Н. Егоров, Б. Л. Ерёмин. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 495 с. — ISBN 5-238-00647-0. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/71244.html>
24. Овчинникова, Р. Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 070601 «Дизайн», 032401 «Реклама» / Р. Ю. Овчинникова; под редакцией Л. М. Дмитриева. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 239 с. — ISBN 978-5-238-01525-5. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/52069.html>



25. Кайль, Я. Я. Учебно-методическое пособие по организации прохождения всех видов практик и выполнения научно-исследовательских работ / Я. Я. Кайль, Р. М. Ламзин, М. В. Самсонова. — Волгоград: Волгоградский государственный социально-педагогический университет, 2019. — 208 с. — ISBN 978-5-9669-1862-0. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/82560.html>
26. Методические рекомендации по подготовке курсовых и дипломных работ по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью (бакалавриат)» / составители О. Ю. Гаврикова [и др.]. — Омск: Сибирский государственный университет физической культуры и спорта, 2017. — 52 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/74269.html>
27. Чумиков, А. Н. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции. Учебное пособие / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров, С. А. Самойленко. — М.: Дело, 2016. — 520 с. — ISBN 978-5-7749-1135-6. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/51076.html>
28. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации. Реклама, паблик рилейшнз, брендинг: учебное пособие / Ф. И. Шарков. — М.: Дашков и К, 2016. — 324 с. — ISBN 978-5-394-00792-7. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/5249.html>

**Интернет-ресурсы:**

1. Президент Российской Федерации <http://president.kremlin.ru/>
  2. Правительство Российской Федерации <http://www.government.ru/>
  3. Государственная Дума <http://www.duma.gov.ru/>  
Федеральные органы исполнительной власти
  4. Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека <http://www.rospotrebnadzor.ru>
  8. Федеральное агентство по образованию <http://www.ed.gov.ru>
  9. Министерство экономического развития и торговли Российской Федерации <http://www.economy.gov.ru>
  10. Федеральная антимонопольная служба <http://www.fas.gov.ru/>
  11. Федеральная налоговая служба <http://www.nalog.ru/> 58
- Судебная власть:*
12. Конституционный суд Российской Федерации <http://www.ksrf.ru/>
  13. Верховный Суд Российской Федерации <http://www.supcourt.ru/>
  14. Высший Арбитражный Суд Российской Федерации <http://www.arbitr.ru/>
- Правовые базы:*
15. Гарант <http://www.garant.ru/>
  16. Кодекс <http://www.kodeks.ru/>
  17. Консультант плюс <http://www.consultant.ru/>

[www.advi.ru](http://www.advi.ru)  
<http://www.ir-magazine.ru>  
<http://www.outdoor.ru>  
<http://www.pronline.ru>

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

1. Терминальный сервер, предоставляющий к нему доступ клиентам на базе Windows Server 2016
2. Интернет-браузер Internet Explorer (аналоги).
3. Офисный пакет Microsoft Office 2016.
4. Электронная библиотечная система IPR books [www.iprbookshop.ru](http://www.iprbookshop.ru)
5. Информационно-справочные системы Консультант Плюс
6. Информационно-правовое обеспечение Гарант
6. Автоматизированная система управления учебным заведением собственной разработки вуза

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

Материально-техническое обеспечение преддипломной 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

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

#### **11. Особенности обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ)**

При организации обучения по дисциплине учитываются особенности организации взаимодействия с инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья (далее – инвалиды и лица с ОВЗ) с целью обеспечения их прав. При обучении учитываются особенности их психофизического развития, индивидуальные возможности и при необходимости обеспечивается коррекция нарушений развития и социальная адаптация указанных лиц.

Выбор методов обучения определяется содержанием обучения, уровнем методического и материально-технического обеспечения, особенностями восприятия

учебной информации студентов-инвалидов и студентов с ограниченными возможностями здоровья и т.д. В образовательном процессе используются социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе.

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья электронное обучение и дистанционные образовательные технологии предусматривают возможность приема-передачи информации в доступных для них формах.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Приложение 1

Автономная некоммерческая организация высшего образования  
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
Autonomous noncommercial organization of higher education  
«MOSCOW INTERNATIONAL UNIVERSITY»

Кафедра \_\_\_\_\_

ОТЧЕТ

о прохождении \_\_\_\_\_ практики  
( \_\_\_\_\_ )

Наименование базы практики: \_\_\_\_\_

Срок прохождения практики \_\_\_\_\_

Руководитель от профильной организации: \_\_\_\_\_  
(ФИО полностью; подпись)

Руководитель от организации (вуза): \_\_\_\_\_  
(ФИО полностью; подпись)

Студент группы \_\_\_\_\_  
очной (заочной) формы обучения  
направления подготовки \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ курса

\_\_\_\_\_ (ФИО студента; подпись)

Дата защиты отчёта: \_\_\_\_\_

Оценка за прохождение практики: \_\_\_\_\_

Москва 20\_\_\_\_ г.

**Приложение 2**

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

**Autonomous noncommercial organization of higher education  
«MOSCOW INTERNATIONAL UNIVERSITY»**

**ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ**

**НА \_\_\_\_\_ ПРАКТИКУ**

**тип(\_\_\_\_\_)**

Кафедра \_\_\_\_\_

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: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Планируемый  
результат \_\_\_\_\_

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель от профильной организации \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_  
(подпись) (расшифровка подписи)

Руководитель от организации (вуза) \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_  
(подпись) (расшифровка подписи)

Задание принял \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.  
(подпись) (расшифровка подписи) (дата)

Приложение 3

**ДНЕВНИК**

прохождения \_\_\_\_\_ практики  
( \_\_\_\_\_ )

студента(ки) \_\_\_\_\_ курса  
группы \_\_\_\_\_  
кафедры \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
(фамилия, имя, отчество полностью)

Наименование базы практики: \_\_\_\_\_

Срок прохождения практики \_\_\_\_\_

Дата	Описание выполняемой работы в организации с учетом индивидуального задания	Подпись руководителя от профильной организации
	Инструктаж по ознакомлению с требованиями охраны труда, техникой безопасности, пожарной безопасности, правилами внутреннего трудового распорядка <sup>1</sup>	

Руководитель практики \_\_\_\_\_ от профильной организации  
\_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_

<sup>1</sup> Обязательное проведение в первый день практики на профильной организации

Руководитель практики от организации (вуза) \_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_

Студент  
\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_

**Приложение 4**

\_\_\_\_\_  
(название организации)

\_\_\_\_\_  
(адрес: индекс, город, улица, дом)

\_\_\_\_\_  
(реквизиты организации)

\_\_\_\_\_  
(дата)

**ХАРАКТЕРИСТИКА**

Настоящая характеристика дана \_\_\_\_\_,  
(Ф.И.О. обучающегося)

Проходившему(шей) \_\_\_\_\_ практику (тип: \_\_\_\_\_) на(в)

\_\_\_\_\_  
(название организации)

с «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_201\_\_ г. по «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_201\_\_ г.

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

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Во время прохождения практики обучающийся(аяся) 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 \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_  
(подпись) (расшифровка  
подписи)

МП

Приложение 5

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

**Autonomous noncommercial organization of higher education  
«MOSCOW INTERNATIONAL UNIVERSITY»**

**СОВМЕСТНЫЙ РАБОЧИЙ ГРАФИК (ПЛАН)**

проведения \_\_\_\_\_ практики  
(\_\_\_\_\_)

Обучающегося \_\_\_ курса обучения учебной группы № \_\_\_\_\_  
Направление подготовки / специальность

(код и наименование)

№ п/п	Этапы (периоды) практики	Вид работ	Срок прохождения этапа (периода) практики	
1	Организационный этап	1.Организационное собрание (конференция) для разъяснения целей, задач, содержания и порядка прохождения практики 2. Инструктаж по технике безопасности. 3. Разработка индивидуального задания.		
2	Основной этап	1.Сбор информации. 2.Обработка, систематизация и анализ фактического и теоретического материала.		
3	Заключительный этап	Составление отчета по практике		
		Защита отчета по практике		

Срок прохождения практики: \_\_\_\_\_  
(указать сроки)



Место прохождения практики:

\_\_\_\_\_

*(указывается полное наименование организации в соответствии с уставом, а также фактический адрес)*

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель от профильной организации \_\_\_\_\_  
(подпись, ФИО)

Руководитель от организации (вуза) \_\_\_\_\_  
(подпись, ФИО)

Студент \_\_\_\_\_  
(подпись, ФИО)