

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ
(ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПЕРВИЧНЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ)

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

Москва
2018

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 – учебная практика.

Тип практики – «практика по получению первичных профессиональных умений и навыков». Учебная 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 учебной практики:

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

Задачами учебной практики являются:

- получить представление о способах организации деятельности предприятия и его отдельных структурных подразделений;
- познакомиться с базовыми вопросами организации деятельности рекламной и/или PR- службы организации любой организационно-правовой формы в промышленности, торговле, на транспорте, в банковской, страховой, туристской и других сферах деятельности, в том числе в рекламных и/или PR-агентствах; маркетинговых отделах организаций и предприятий;
- приобрести практические умения и навыки по выполнению должностных обязанностей специалистов.

Место учебной практики – PR- и рекламные отделы коммерческих и некоммерческих организаций (как государственные, так и частные); PR- и рекламные агентства Москвы и других городов, редакции печатных периодических изданий; редакции специализированных изданий; радиостанции; телеканалы; информационные агентства; редакции интернет-сайтов, порталов; пресс-службы.

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-4 способность использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - принципы правового регулирования в сфере профессиональной деятельности; - состояние практики реализации норм права, в том числе в сфере профессиональной деятельности <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать юридическую терминологию при формулировании собственной точки зрения относительно государственно-правовых явлений; - использовать полученные навыки и знания для работы с нормативными документами; - оценивать аспекты профессиональной деятельности с точки зрения положений нормативных правовых документов <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способностью оценки норм, закрепленных в нормативных документах; - навыками толкования положений нормативных правовых документов; - навыками работы с правовыми документами в своей сфере деятельности
<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:</p> <ul style="list-style-type: none"> - знать основы ораторского искусства и культуры речи <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способностью аргументировано и этически корректно отстаивать собственную позицию и рационально критически анализировать позиции для решения задач межличностного взаимодействия
<p>ОК-6 способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и</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

культурные различия	<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, профессиональные и культурные различия <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыком эффективного общения с другими людьми с учетом социальных, этнических, профессиональных и культурных различий
ОПК-1 способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;	<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 деятельности; - 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
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	<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, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы
ПК-2 владение навыками по организации и оперативному	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - теоретико-методологические основы построения эффективного взаимодействия пресс служб и СМИ

<p>планированию своей деятельности и деятельности фирмы</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-4 владение навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – типы и виды документации; – проектную документацию (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт); – 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; <p>методикой расчета социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов.</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, учебная практика (практика

по получению первичных профессиональных умений и навыков) является обязательной и представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся. Содержание учебной практики тесно связано с логикой и содержанием изучаемых обучающимися учебных дисциплин «Введение в связи с общественностью и рекламу», «Основы теории коммуникации», «Основы маркетинга», «Административно-правовое регулирование сферы коммуникации», «Документационное обеспечение управления персоналом», «Основы менеджмента», «Тайм-менеджмент», «Безопасность жизнедеятельности», «Основы самообразования», «Основы информационной культуры и информатика» и др.

Учебная практика включена в цикл (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>Заочная</i>
Общая трудоемкость: зачетные единицы/часы	216 (6 ЗЕТ)	216 (6 ЗЕТ)
Контактная работа с преподавателем (всего):	2	2
Лекции (установочная конференция)	2	2
Индивидуальные и групповые консультации		
Промежуточная аттестация: <u>Зачет</u> / зачет с оценкой / экзамен /		4
Практическая работа		
Самостоятельная работа (СРС)	214	210

5. Содержание практики

Учебная практика содержит ряд этапов:

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

№ п/п	Этапы учебной практики	Вид работ	Формы контроля
1.	Подготовительный этап	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	<p>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.</p> <p>2)Ознакомление с практическими приемами и методами работы менеджера по рекламе, копирайтера, крейтора; изучение организации рекламной (коммуникативной) деятельности конкретного предприятия: характеристика, состав и принципы построения рекламных структур, их задачи и функции, система взаимоотношений с другими структурными подразделениями; 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>	текущий
3.	Заключительный этап	Обобщение практического опыта работы. Подготовка отчета. Защита отчета на итоговой конференции.	промежуточный

В ходе прохождения учебной 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 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 содержит 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 учебной практики подготавливается и защищается отчет.

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

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

Материал отчета излагается в стиле эссе. Отчет должен содержать описание работы, выполнявшейся во время практики, и видов деятельности, освоенных студентом. В отчете должно быть выражено личное отношение студента к деятельности, которой ему пришлось заниматься на протяжении всего периода практики, желание или нежелание профессионально выполнять тот вид работы, с которым ему удалось познакомиться на практике.

В своем отчете студент может предложить анализ своей собственной подготовленности к прохождению практики, 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 учебной практики, ее предмет и объект, основное содержание своей работы во время практики.

Основная часть должна содержать:

Краткую характеристику организации. Краткая характеристика организации включает в себя указание организационно-правовой формы, описание основных видов деятельности и организационной структуры, общее количество сотрудников, краткое описание службы управления персоналом: функции, права, обязанности, руководитель. Диагностика состояния социальной сферы организации.

В основной части также отражается выполнение студентом индивидуального задания – описание одной из должностей организации на основе анализа должностной инструкции, типового трудового договора, профессионального стандарта, интервью с сотрудниками.

Описание должности включает типовые разделы: наименование должности; кому подчиняется работник; за кого непосредственно отвечает работник; общая цель работы; основные направления деятельности и задачи (их число ограничивается 3-5 основными задачами, характеризующими ключевые аспекты работы и отражающими действия работника с помощью глаголов: отвечает, проверяет, составляет и т. п.). Основные действия работника во время выполнения своих должностных функций, используемые материалы, средства оргтехники, компьютеры, приборы, степень контролируемости действий работника и контроля с его стороны по отношению к др.; условия работы и рабочая среда; рабочие взаимоотношения (наиболее значительные контакты данной должности с другими как внутри организации, так и вне ее); показатели ответственности (за подчиненных, результаты работы и т. д.); требования к личностным характеристикам - образованию, профессиональной подготовке, опыту, навыкам, специальным способностям и т. д.

В заключении приводятся общие выводы. Указывается выполнение поставленной цели практики.

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

К отчету по практике могут прилагаться различные документы, раскрывающие специфику деятельности организации, в которой студент проходил практику, 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; фотография рабочего места специалиста и т.п.

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

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

- 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	ОК-4,5,6; ОПК-1,6; ПК-2,4	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-4 способность использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности	8	Текущий
ОК-5 способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и		

межкультурного взаимодействия		
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-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-2 владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы		
ПК-4 владение навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)		

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

7.2.1. Показатели и критерии оценивания сформированности компетенций

Компетенции	Показатели освоения компетенции	Критерии оценивания компетенций, в соответствии со шкалами оценивания		
		Пороговый уровень	Продвинутой уровень	Высокий уровень
ОК-,4,5,6 ОПК-1,6 ПК-2,4	Знает (показатели освоения каждой компетенции см. в п. 2 Программы учебной практики)	Обучающийся в целом знает учебный материал. Студент ориентируется в материале, однако затрудняется в его изложении, показывает недостаточность знаний основной и дополнительной литературы, не	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	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

		может быстро найти ответ	литературы, но не всегда может показать область применения знаний в своей профессиональной деятельности	дополнительной литературы, может показать область применения теоретических знаний в своей профессиональной деятельности
ОК-,4,5,6 ОПК-1,6 ПК-2,4	Умеет (показатели освоения каждой компетенции см. в п. 2 Программы учебной практики)	На основе полученных знаний обучающийся может применять усвоенный материал, соответствующие понятия, но допускает существенные неточности. Пытается обосновать свою точку зрения, однако слабо аргументирует научные положения, практически не способен сформулировать выводы и обобщения.	На основе полученных знаний обучающийся может применять усвоенный материал, соответствующие понятия, но допускает некоторые несущественные неточности. Анализирует усвоенный материал. Однако затрудняется в формулировании квалифицированных выводов и обобщений.	На основе полученных знаний обучающийся может применять усвоенный материал, соответствующие понятия, не допускает ошибок. Свободно анализирует усвоенный материал. Умеет применить полученные знания при анализе альтернативных вариантов решения исследовательских и практических задач. Делает квалифицированные выводы и обобщения
ОК-,4,5,6 ОПК-1,6 ПК-2,4	Владеет (показатели освоения каждой компетенции см. в п. 2 Программы учебной 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	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

			конкретные знания, владеет на достаточном уровне системой понятий.	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 объеме Выполнил все задания, предусмотренные программой практики на высоком уровне
	Творческий подход к выполнению заданий Интеграция знаний, умений, навыков, полученных при изучении дисциплин; Нахождение новых идей, способов использования знакомых технологий
	Качество отчетной документации Документация полностью соответствует предъявляемым требованиям;
	Своевременная сдача отчетной документации Документация сдана в установленные сроки
	Характеристика с места прохождения практики Прохождение практики оценено на оценку «отлично»
	Защита отчета Представленный доклад в полной мере отражает сущность практики Правильно и полно ответил на заданные вопросы Показал высокий уровень предпрофессиональной компетентности
	Хорошо (зачтено)
Творческий подход к выполнению заданий Показал недостаточную интеграцию знаний, умений, навыков, полученных при изучении дисциплин; Затруднялся в поиске способов использования знакомых технологий	
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»	
Защита отчета Представленный доклад в неполной мере отражает сущность практики	

	Правильно ответил на заданные вопросы Показал средний уровень предпрофессиональной компетентности
Удовлетворительно (зачтено)	Полнота и качество выполнения заданий Программу практики выполнил в неполном объёме Выполнил частично задания, предусмотренные программой практики
	Творческий подход к выполнению заданий Практически не показал интеграцию знаний, умений, навыков, 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. Наличие элементов анализа проблемы
4. Логичность, последовательность раскрытия
5. Наличие выводов
6. Наличие практического применения теоретических положений по проблеме
7. Умение работать с литературой
8. Владение терминологией
9. Качество ответов на вопросы (полнота, аргументированность, умение реагировать на критику, готовность к дискуссии, умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами)

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

1. Знакомство со структурой предприятия, должностной инструкцией сотрудников рекламного отдела, с рекламной политикой организации.

Итог: создание портрета организации.

2. Изучение рекламного продвижения предприятия: прошедших и текущих кампаний, технологий рекламного рутинного сопровождения компании. Сбор рекламных печатных материалов, теле- и аудио-роликов, фотографий о проведении рекламных акций.

Итог: создание рекламного портфолио организации.

3. Изучение каналов распространения рекламной информации, которые использует база практики: СМИ, Интернет, наружная реклама, места распространения полиграфии и другой рекламной информации. Анализ ценовой политики каналов распространения. Сбор информации о других каналах, ранее не используемых представителями базы.

Итог: создание базы данных о распространителях рекламы города.

4. Изучение ценовой политики и возможностей производства предприятий – рекламопроизводителей, услугами которых пользуется представители базы практики. Сбор информации о других производственных предприятиях данной сферы деятельности.

Итог: создание базы данных о рекламопроизводителях города.

5. Участие в рекламном сопровождении / рекламной кампании, организованной для базы практики или базой практики (для рекламных агентств).

Итог: описание основных используемых рекламных технологий.

6. Изучение построения отношений между сотрудниками организации и клиентами: выяснить заполняется ли бриф, как происходит процесс согласования дизайна / производство рекламного материалов и т.д.

Итог: составление схемы взаимодействия.

7. Написание рекламных/ имиджевых текстов для полиграфии – листовки, брошюры для базы практики, для размещения на официальном сайте или других сайтах (о предприятии, о продвигаемом товаре/услуге). Согласование текстов у представителя базы практики.

Итог: написание трех рекламных текстов о компании

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

1. Расскажите о законодательной и нормативной базе, контролирующей деятельность организации.
2. Обрисуйте структуру и должностные обязанности сотрудников агентства.
3. Какие практические навыки сбора и анализа информации, а также навыки работы в различных рекламных и PR жанрах в условиях производственного процесса вы приобрели?
4. Какими навыками планирования, обсуждения в коллективе собственного творческого процесса и включения его в потребности производственного процесса вы овладели?
5. Как вы сумели определить возможности своего участия в проектах предприятия?

6. Расскажите, какие практические приемы и методы работы менеджера по рекламе, копирайтера, криейтора вы узнали.
7. Дайте представление об организации рекламной (коммуникативной) деятельности предприятия: характеристике, составе и принципах построения рекламных структур, их задачах и функциях, системе взаимоотношений с другими структурными подразделениями.
8. Расскажите о знакомстве со средствами коммуникативного воздействия, используемыми в рекламе и PR-деятельности.
9. Расскажите о состоянии рекламного рынка города через составление базы данных о рекламопроизводителях и рекламораспространителях.
10. Расскажите о процессе создания рекламного продукта или разработке рекламной кампании.

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 (5-7 минут)
2. Ответы на вопросы преподавателя и студентов.

По итогам защиты отчетов, с учетом оценки отчета по практике и характеристике студента от руководителя практики от профильной организации руководитель практики от организации (вуза) выставляет комплексную 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, публик 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 учебная 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 учебной практики полностью определяется задачами практики.

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

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

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

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ОТЧЕТ
о прохождении учебной практики

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: _____
(подпись)

Дата защиты отчёта: _____

Оценка за прохождение практики: _____

Москва
2018

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ЗАДАНИЕ НА УЧЕБНУЮ ПРАКТИКУ

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)

Задание принял _____

**ДНЕВНИК
прохождения учебной практики**

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.

