

Частное образовательное учреждение высшего образования
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГИЙ
УПРАВЛЕНИЯ И ЭКОНОМИКИ»

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО

УТВЕРЖДАЮ

На заседании кафедры рекламы и
связей с общественностью
Протокол № 10 от 30.05.2023

Первый проректор
Авдашкевич С. В.
28.06.2023

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

Наименование практики:	Б2.В.02 (Пд) Производственная практика (Преддипломная практика (часть, формируемая участниками образовательных отношений))
Направление подготовки:	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль):	«Реклама и связи с общественностью в системе массовых коммуникаций»
Уровень высшего образования:	Бакалавриат
Форма обучения:	Очная, очно-заочная, заочная
Разработчики:	Юмашева И. А. – кандидат педагогических наук, доцент
	Ильина И. А. – кандидат филологических наук, доцент

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в системе массовых коммуникаций»

Рабочая программа практики. Производственная практика (Преддипломная практика (часть, формируемая участниками образовательных отношений))

Форма обучения: очная, очно-заочная, заочная

Разработана для приема 2019/2020, 2020/2021 учебного года

Обновлена на 2023/2024 учебный год

1. Вид, тип, объем практики, продолжительность и место проведения практики

Вид практики: производственная.

Тип практики: преддипломная практика (часть, формируемая участниками образовательных отношений))

Объем практики – 3 зачетных единицы;

Продолжительность практики – 2 недели.

Место проведения практики. Студенты, обучающиеся по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в системе массовых коммуникаций» проходят практику в профильной организации, с которой заключен договор на практическую подготовку, или в структурном подразделении университета или на кафедре.

2. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотносимых с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОПОП ВО)

Прохождение практики направлено на формирование следующих компетенций:

Планируемые результаты освоения ОП ВО (код и содержание компетенций)	Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Примечание
УНИВЕРСАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ		
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Анализирует задачу, выделяя этапы ее решения, действия по решению задачи.	<i>Наименование категории (группы) компетенций: «Системное и критическое мышление»</i>
	УК-1.2. Находит, критически анализирует и выбирает информацию, необходимую для решения поставленной задачи.	
	УК-1.3. Грамотно, логично, аргументировано формирует собственные суждения и оценки. Отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и т. д. в рассуждениях других участников деятельности.	
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1. Знает необходимые для осуществления профессиональной деятельности правовые нормы и методологические основы принятия управленческого решения.	<i>Наименование категории (группы) компетенций: «Разработка и реализация проектов»</i>
	УК-2.2. Умеет анализировать альтернативные варианты решений для достижения намеченных результатов; разрабатывать план, определять целевые этапы и основные направления работ.	
	УК-2.3. Владеет методиками разработки цели и задач проекта; методами оценки продолжительности и стоимости проекта, а также потребности в ресурсах.	
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1. Знает типологию и факторы формирования команд, способы социального взаимодействия	<i>Наименование категории (группы) компетенций: «Командная работа и лидерство»</i>
	УК-3.2. Умеет действовать в духе сотрудничества; принимать решения с соблюдением этических принципов их реализации; проявлять уважение к мнению и культуре других; определять цели и работать в направлении личностного, образовательного и профессионального роста.	
	УК-3.3. Владеет навыками распределения ролей в условиях командного взаимодействия; методами оценки своих действий, планирова-	

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в системе массовых коммуникаций»

Рабочая программа практики. Производственная практика (Преддипломная практика (часть, формируемая участниками образовательных отношений))

Форма обучения: очная, очно-заочная, заочная

Разработана для приема 2019/2020, 2020/2021 учебного года

Обновлена на 2023/2024 учебный год

	ния и управления временем.	
УК- 4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (-ых) языке (-ах)	УК-4.1. Знает принципы построения устного и письменного высказывания на государственном и иностранном языках; требования к деловой устной и письменной коммуникации.	<i>Наименование категории (группы) компетенций:</i> «Коммуникация»
	УК-4.2. Умеет применять на практике устную и письменную деловую коммуникацию.	
	УК-4.3. Владеет методикой составления суждения в межличностном деловом общении на государственном и иностранном языках, с применением адекватных языковых форм и средств.	
УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1. Знает основные категории философии, законы исторического развития, основы межкультурной коммуникации.	<i>Наименование категории (группы) компетенций:</i> «Межкультурное взаимодействие»
	УК-5.2. Умеет вести коммуникацию в мире культурного многообразия и демонстрировать взаимопонимание между обучающимися – представителями различных культур с соблюдением этических и межкультурных норм.	
	УК-5.3. Владеет практическими навыками анализа философских и исторических фактов, оценки явлений культуры; способами анализа и пересмотра своих взглядов в случае разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации.	
УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1. Знает основные принципы самовоспитания и самообразования, исходя из требований рынка труда.	<i>Наименование категории (группы) компетенций:</i> «Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)»
	УК-6.2. Умеет демонстрировать умение самоконтроля и рефлексии, позволяющие самостоятельно корректировать обучение по выбранной траектории.	
	УК-6.3. Владеет способами управления своей познавательной деятельностью и удовлетворения образовательных интересов и потребностей.	
УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	УК-7.1. Знает виды физических упражнений; научно-практические основы физической культуры и здорового образа и стиля жизни.	<i>Наименование категории (группы) компетенций:</i> «Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)»
	УК-7.2. Умеет применять на практике разнообразные средства физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности; использовать творческие средства и методы физического воспитания для профессионально-личностного развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа и стиля жизни.	
	УК-7.3. Владеет средствами и методами укрепления индивидуального здоровья, физического самосовершенствования.	
ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ		
ПК-1. Способен осуществлять организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование, управление и контроль рекламной и PR-деятельности, проводить мероприя-	ПК-1.1. Знает гражданское законодательство в сфере рекламы и PR, основные принципы организации рекламной кампании, методы оценки позиции интернет-сайта в поисковых системах, основы проектной деятельности, корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность, а также правила охраны труда, производственной санитарии и пожарной безопасности.	06.009 Профессиональный стандарт «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»
	ПК-1.2. Способен выполнять функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационной кампании/ проекта по рекламе и связям с общественностью.	

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в системе массовых коммуникаций»

Рабочая программа практики. Производственная практика (Преддипломная практика (часть, формируемая участниками образовательных отношений))

Форма обучения: очная, очно-заочная, заочная

Разработана для приема 2019/2020, 2020/2021 учебного года

Обновлена на 2023/2024 учебный год

<p>тия в сфере рекламы и PR</p>	<p>ПК-1.3. Осуществляет тактическое планирование и управление мероприятиями в рамках реализации коммуникационной стратегии, в том числе осуществляет контроль выполнения договоров на разработку и размещение рекламных материалов.</p> <p>ПК-1.4. Участвует в организации внутренних и внешних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной культуры и узнаваемости в системе массовых коммуникаций, в том числе ведет поиск и отбор организаций, осуществляющих разработку и размещение рекламных материалов.</p>	
<p>ПК-2. Способен осуществлять деятельность по управлению информационными ресурсами с учетом специфики разных типов массовых коммуникаций и потребностей медиарынка</p>	<p>ПК-2.1. Знает структуру организации, зоны ответственности и функции подразделений, правила согласования и утверждения документов, основы работ с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами, принципы работы CMS и систем хранения файлов, информационных блоков, параметры веб-статистики, основные процессы и методы разработки веб-сайтов и методы поисковой оптимизации, а также стилистику, орфографию и пунктуацию современного русского языка на высоком уровне.</p> <p>ПК-2.2. Способен выполнять функции по организации и управлению процессами создания и редактирования контента с учетом специфики онлайн каналов массовых коммуникаций, типов массовых коммуникаций и потребностей медиа-рынка.</p> <p>ПК-2.3. Осуществляет управление информацией из различных источников массовых коммуникаций, в том числе согласует и утверждает информационные материалы, распределяет работы по их редактированию и размещению между специалистами по информационным ресурсам, осуществляет мониторинг актуальности и оценку приоритетности внутренней и внешней информации.</p> <p>ПК-2.4. Контролирует содержание и эффективность стратегий и программ продвижения СМИ и других медиа в системе массовых коммуникаций, в том числе проводит оценку полноты и актуальности информации сайта и социальных сетей с целью определения необходимости ее обновления и формирования заданий по устранению выявленных недостатков.</p> <p>ПК-2.5. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн среде.</p>	<p>06.013 Профессиональный стандарт «Специалист по информационным ресурсам»</p>
<p>ПК-3.Способность применять основные технологии и методы маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационной стратегии в системе массовых коммуникаций</p>	<p>ПК-3.1. Знает гражданское законодательство РФ, организацию системы сбыта и товародвижения, планирование оптовых и розничных продаж в сфере рекламы и PR, технологии бренд менеджмента и маркетинга, а также сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов, корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность, а также правила охраны труда, производственной санитарии и пожарной безопасности.</p> <p>ПК-3.2. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационной стратегии в системе массовых коммуникаций, в том числе применяет современные технические средства и технологии цифровых коммуникаций.</p> <p>ПК-3.3. Принимает участие в реализации функции по покупке и продаже рекламных площадей и времени, осуществляет медиапланирование в системе массовых коммуникаций.</p> <p>ПК-3.4. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целе-</p>	<p>06.009 Профессиональный стандарт «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»</p>

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в системе массовых коммуникаций»

Рабочая программа практики. Производственная практика (Преддипломная практика (часть, формируемая участниками образовательных отношений))

Форма обучения: очная, очно-заочная, заочная

Разработана для приема 2019/2020, 2020/2021 учебного года

Обновлена на 2023/2024 учебный год

	<p>выми группами.</p> <p>ПК-3.5. Принимает участие в производстве, размещении и продвижении рекламы и PR в сети Интернет, а также владеет технологиями и приемами анализа эффективности данной рекламы, в том числе формирует проект бюджета по продвижению, а также производит согласование маркетинговой стратегии с другими подразделениями организации.</p>	
<p>ПК-4. Способен применять в профессиональной деятельности основные методы управления онлайн (цифровыми) коммуникациями</p>	<p>ПК-4.1. Знает основы менеджмента, принципы и технологии управления проектами, содержание и методы решения задач по созданию и редактированию контента.</p>	<p>06.013 Профессиональный стандарт «Специалист по информационным ресурсам»</p>
	<p>ПК-4.2. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн коммуникационной среде, в том числе способен организовать и координировать работы по наполнению контента.</p>	
	<p>ПК-4.3. При подготовке и реализации коммуникационных продуктов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга, рерайтинга, редактирования в онлайн коммуникационной среде.</p>	
	<p>ПК-4.4. Использует современные технические средства и технологии цифровых коммуникаций для подготовки и редактирования текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта, модерирования обратной связи, контроля содержания информации в онлайн коммуникационной среде.</p>	
<p>ПК-5. Способен принимать участие в планировании, подготовке и проведении маркетинговых исследований, комплексных коммуникационных кампаний и отдельных специальных мероприятий в системе массовых коммуникаций, включая подготовку проектной документации</p>	<p>ПК-5.1. Знает гражданское законодательство в сфере рекламы и PR, маркетинговые технологии, основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации, принципы построения и оценки обратной связи с потребителями продукции СМИ, корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность, а также правила охраны труда, производственной санитарии и пожарной безопасности.</p>	<p>06.009 Профессиональный стандарт «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»</p>
	<p>ПК-5.2. Применяет современные информационно-коммуникационные технологии для поиска информации с использованием современных методов обработки и редактирования материала, в том числе применяет методы и технологии анализа большого информационного объема.</p>	
	<p>ПК-5.3. Осуществляет поиск статистической и аналитической информации, включая информацию по тематике сайта, узнаваемости продвигаемой продукции, анализирует на основе полученных данных эффективность продвижения СМИ и ситуацию на рынке массовых коммуникаций.</p>	
	<p>ПК-5.4. Готовит проектную документацию на проведение коммуникационных кампаний в системе массовых коммуникаций, в том числе разрабатывает систему показателей эффективности мероприятий по продвижению продукции СМИ.</p>	
	<p>ПК-5.5. Контролирует выполнение договоров, принимает результаты проведения маркетинговых исследований и коммуникационных кампаний, необходимых для анализа ситуации на рынке массовых коммуникаций.</p>	

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в системе массовых коммуникаций»

Рабочая программа практики. Производственная практика (Преддипломная практика (часть, формируемая участниками образовательных отношений))

Форма обучения: очная, очно-заочная, заочная

Разработана для приема 2019/2020, 2020/2021 учебного года

Обновлена на 2023/2024 учебный год

Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Планируемые результаты обучения по практике
УК-1.1. Анализирует задачу, выделяя этапы ее решения, действия по решению задачи.	Знает способы реализации знаний в области рекламы как сферы профессиональной деятельности при получении первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности
УК-1.2. Находит, критически анализирует и выбирает информацию, необходимую для решения поставленной задачи.	Умеет анализировать коммуникационные процессы в организации и вырабатывать предложения по повышению их эффективности; логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь; осуществлять межличностные, групповые и организационные коммуникации.
УК-1.3. Грамотно, логично, аргументировано формирует собственные суждения и оценки. Отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и т. д. в рассуждениях других участников деятельности.	Владеет всеми навыками межличностных, групповых и организационных коммуникаций для реализации деятельности; Навыками разрешения конфликта интересов с позиций социальной ответственности
УК-2.1. Знает необходимые для осуществления профессиональной деятельности правовые нормы и методологические основы принятия управленческого решения.	Знает методы планирования деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью
УК-2.2. Умеет анализировать альтернативные варианты решений для достижения намеченных результатов; разрабатывать план, определять целевые этапы и основные направления работ.	Умеет самостоятельно работать над источниками информации, - проводить исследования в области связей с общественностью; - осуществлять управление информацией в интересах формирования общественного мнения целевых групп общественности как во внутренней, так и внешней среде организации; - определять PR-стратегию развития организации; - проводить анализ теоретического и эмпирического материала, раскрывающего состояние бизнес-среды и специфики конкретного рынка.
УК-2.3. Владеет методиками разработки цели и задач проекта; методами оценки продолжительности и стоимости проекта, а также потребности в ресурсах.	Владеет навыками сбора информации для проведения анализа целевой аудитории; - основными приемами формирования имиджа бренда, - навыками проведения специальных исследований, - методами оценки имиджа, - методиками создания желаемого имиджа в глазах контактных аудиторий,
УК-3.1. Знает типологию и факторы формирования команд, способы социального взаимодействия	знает положительные и отрицательные стороны всех методов социологического исследования; знает особенности проведения социологических исследований в сфере связей с общественностью; разрабатывает методический раздел программы социологического исследования; использует социологические данные в практике осуществления рекламной и PR-деятельности
УК-3.2. Умеет действовать в духе сотрудничества; принимать решения с соблюдением этических принципов их реализации; проявлять уважение к мнению и культуре других; определять цели и работать в направлении личностного, образовательного и профессионального роста.	Умеет пользоваться основными социологическими понятиями, программными средствами обработки данных социологических исследований, применять теоретические социологические концепции для создания научных объяснений в исследованиях средств массовых коммуникаций; анализировать количественные данные, полученные в результате социологических исследований средств массовой коммуникации

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в системе массовых коммуникаций»

Рабочая программа практики. Производственная практика (Преддипломная практика (часть, формируемая участниками образовательных отношений))

Форма обучения: очная, очно-заочная, заочная

Разработана для приема 2019/2020, 2020/2021 учебного года

Обновлена на 2023/2024 учебный год

УК-3.3. Владеет навыками распределения ролей в условиях командного взаимодействия; методами оценки своих действий, планирования и управления временем.	Владеет техниками организации и проведения научных исследований в области PR, рекламы, политического маркетинга; владеть компьютерными методами обработки и хранения информации, в т. ч. уметь использовать специализированные математические программы по обработке социологической информации
УК-4.1. Знает принципы построения устного и письменного высказывания на государственном и иностранном языках; требования к деловой устной и письменной коммуникации.	Знает полное и глубокое проявление знаний в формате учебного кейса или локального технического задания.
УК-4.2. Умеет применять на практике устную и письменную деловую коммуникацию.	Умеет формировать имидж фирмы, организации, государственной, политической или социальной структуры;
УК-4.3. Владеет методикой составления суждения в межличностном деловом общении на государственном и иностранном языках, с применением адекватных языковых форм и средств.	Владеет навыками принятия управленческих решений в области продвижения товаров и услуг. Основами применения методов сбора информации о состоянии общественного мнения целевых групп общественности; методиками оценки эффективности корпоративной культуры, результатов брендинга и репутационного менеджмента; спецификой применения PR-технологий в различных сферах деятельности.
УК-5.1. Знает основные категории философии, законы исторического развития, основы межкультурной коммуникации.	Знает основы взаимодействия связей с общественностью со средствами массовой коммуникации; цели, задачи, функции связей с общественностью в различных типах организаций
УК-5.2. Умеет вести коммуникацию в мире культурного многообразия и демонстрировать взаимопонимание между обучающимися – представителями различных культур с соблюдением этических и межкультурных норм.	Умеет определять PR-стратегию развития организации; применять инструментальный и технологический связи с общественностью при решении конкретных задач по информационно-коммуникативному сопровождению менеджмента организации; строить информационную политику организации в условиях кризисных ситуаций
УК-5.3. Владеет практическими навыками анализа философских и исторических фактов, оценки явлений культуры; способами анализа и пересмотра своих взглядов в случае разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации.	Владеет навыками определения PR-стратегии развития организации; Навыки применения инструментального и технологического связей с общественностью при решении конкретных задач по информационно-коммуникативному сопровождению менеджмента организации; Навыками выстраивать информационную политику организации в условиях кризисных ситуаций
УК-6.1. Знает основные принципы самовоспитания и самообразования, исходя из требований рынка труда.	полное и глубокое проявление знаний в формате учебного кейса или локального технического задания.
УК-6.2. Умеет демонстрировать умение самоконтроля и рефлексии, позволяющие самостоятельно корректировать обучение по выбранной траектории.	Умеет формировать имидж фирмы, организации, государственной, политической или социальной структуры;
УК-6.3. Владеет способами управления своей познавательной деятельностью и удовлетворения образовательных интересов и потребностей.	Владеет навыками принятия управленческих решений в области продвижения товаров и услуг. Основами применения методов сбора информации о состоянии общественного мнения целевых групп общественности; методиками оценки эффективности корпоративной культуры, результатов брендинга и репутационного менеджмента; спецификой применения PR-технологий в различных сферах деятельности.
УК-7.1. Знает виды физических упражнений; научно-практические основы физической культуры и здорового образа и стиля жизни.	Знает методы и инструменты использования знаний в области рекламы как сферы профессиональной деятельности
УК-7.2. Умеет применять на практике разнообразные средства физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической	Умеет использовать инструменты теоретических положений на практике для достижения высоких результатов

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в системе массовых коммуникаций»

Рабочая программа практики. Производственная практика (Преддипломная практика (часть, формируемая участниками образовательных отношений))

Форма обучения: очная, очно-заочная, заочная

Разработана для приема 2019/2020, 2020/2021 учебного года

Обновлена на 2023/2024 учебный год

подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности; использовать творческие средства и методы физического воспитания для профессионально-личностного развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа и стиля жизни.	
УК-7.3. Владеет средствами и методами укрепления индивидуального здоровья, физического самосовершенствования.	Владеет навыками успешного применения теоретических положений на практике
ПК-1.1. Знает гражданское законодательство в сфере рекламы и PR, основные принципы организации рекламной кампании, методы оценки позиции интернет-сайта в поисковых системах, основы проектной деятельности, корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность, а также правила охраны труда, производственной санитарии и пожарной безопасности.	Знает теоретические основы международной политики в сфере рекламы и PR, основные принципы организации рекламной кампании, методы оценки позиции интернет-сайта в поисковых системах, основы проектной деятельности, корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты
ПК-1.2. Способен выполнять функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационной кампании/ проекта по рекламе и связям с общественностью.	Умеет осуществлять линейное управление отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационной кампании/ проекта по рекламе и связям с общественностью
ПК-1.3. Осуществляет тактическое планирование и управление мероприятиями в рамках реализации коммуникационной стратегии, в том числе осуществляет контроль выполнения договоров на разработку и размещение рекламных материалов.	Владеет методами тактическое планирование и управление мероприятиями в рамках реализации коммуникационной стратегии, в том числе осуществляет контроль выполнения договоров на разработку и размещение рекламных материалов
ПК-1.4. Участвует в организации внутренних и внешних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной культуры и узнаваемости в системе массовых коммуникаций, в том числе ведет поиск и отбор организаций, осуществляющих разработку и размещение рекламных материалов.	Владеет технологиями организации внутренних и внешних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной культуры и узнаваемости в системе массовых коммуникаций
ПК-2.1. Знает структуру организации, зоны ответственности и функции подразделений, правила согласования и утверждения документов, основы работ с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами, принципы работы SMS и систем хранения файлов, информационных блоков, параметры веб-статистики, основные процессы и методы разработки веб-сайтов и методы поисковой оптимизации, а также стилистику, орфографию и пунктуацию современного русского языка на высоком уровне.	Знает методы планирования деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью
ПК-2.2. Способен выполнять функции по организации и управлению процессами создания и редактирования контента с учетом специфики онлайн каналов массовых коммуникаций, типов массовых коммуникаций и потребностей медиа-рынка.	Умеет самостоятельно работать над источниками информации, проводить исследования в области связей с общественностью; осуществлять управление информацией в интересах формирования общественного мнения целевых групп общественности как во внутренней, так и внешней среде организации; определять PR-стратегию развития организации; проводить анализ теоретического и эмпирического материала, раскрывающего состояние бизнес-среды и специфики конкретного рынка.
ПК-2.3. Осуществляет управление информацией из	Владеет навыками сбора информации для проведения анализа целевой аудитории; основными приемами фор-

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в системе массовых коммуникаций»

Рабочая программа практики. Производственная практика (Преддипломная практика (часть, формируемая участниками образовательных отношений))

Форма обучения: очная, очно-заочная, заочная

Разработана для приема 2019/2020, 2020/2021 учебного года

Обновлена на 2023/2024 учебный год

различных источников массовых коммуникаций, в том числе согласует и утверждает информационные материалы, распределяет работы по их редактированию и размещению между специалистами по информационным ресурсам, осуществляет мониторинг актуальности и оценку приоритетности внутренней и внешней информации.	мирования имиджа бренда
ПК-2.4. Контролирует содержание и эффективность стратегий и программ продвижения СМИ и других медиа в системе массовых коммуникаций, в том числе проводит оценку полноты и актуальности информации сайта и социальных сетей с целью определения необходимости ее обновления и формирования заданий по устранению выявленных недостатков.	Владеет методами оценки имиджа, методиками создания желаемого имиджа в глазах контактных аудиторий
ПК-2.5. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам обществу в офлайн и онлайн среде.	Владеет навыками проведения специальных исследований
ПК-3.1. Знает гражданское законодательство РФ, организацию системы сбыта и товародвижения, планирование оптовых и розничных продаж в сфере рекламы и PR, технологии бренд менеджмента и маркетинга, а также сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов, корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность, а также правила охраны труда, производственной санитарии и пожарной безопасности.	Знает современные методики и техники, применяемые для проведения маркетинговых исследований
ПК-3.2. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационной стратегии в системе массовых коммуникаций, в том числе применяет современные технические средства и технологии цифровых коммуникаций.	Умеет применять методы оценки и анализа внутренней и внешней среды маркетинга, проводить оценку элементов комплекса маркетинга и разрабатывать рекомендации по формированию стратегии маркетинга, осуществлять сбор и обработку маркетинговой информации
ПК-3.3. Принимает участие в реализации функции по покупке и продаже рекламных площадей и времени, осуществляет медиапланирование в системе массовых коммуникаций.	Владеет навыками организации, проведения маркетинговых исследований и обработки их результатов
ПК-3.4. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами.	Владеет технологиями построения и ведения эффективного мониторинга обратной связи с заказчиком маркетинговых исследований
ПК-3.5. Принимает участие в производстве, размещении и продвижении рекламы и PR в сети Интернет, а также владеет технологиями и приемами анализа эффективности данной рекламы, в том числе формирует проект бюджета по продвижению, а также производит согласование маркетинговой стратегии с другими подразделениями организации.	Владеет опытом участия в проведении маркетинговых исследований в области рекламной деятельности и деятельности по связям с общественностью.
ПК-4.1. Знает основы менеджмента, принципы и технологии управления проектами, содержание и методы решения задач по созданию и редактированию контента.	Знает технологию создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, особенности внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации, как на внутреннем, так и на международном уровне
ПК-4.2. При реализации коммуникационного продук-	Умеет ориентироваться в сложностях создания эффек-

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в системе массовых коммуникаций»

Рабочая программа практики. Производственная практика (Преддипломная практика (часть, формируемая участниками образовательных отношений))

Форма обучения: очная, очно-заочная, заочная

Разработана для приема 2019/2020, 2020/2021 учебного года

Обновлена на 2023/2024 учебный год

та использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн коммуникационной среде, в том числе способен организовать и координировать работы по наполнению контента.	тивной коммуникационной инфраструктуры организации, особенности внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации, как на внутреннем, так и на международном уровне
ПК-4.3. При подготовке и реализации коммуникационных продуктов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга, рерайтинга, редактирования в онлайн коммуникационной среде.	Владеет готовностью создавать эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, поддерживать коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации, как на внутреннем, так и на международном уровне при реализации функций специалиста по рекламе и связям с общественностью в рамках прохождения практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности
ПК-4.4. Использует современные технические средства и технологии цифровых коммуникаций для подготовки и редактирования текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта, модерирования обратной связи, контроля содержания информации в онлайн коммуникационной среде.	Владеет современными техническими средствами и технологиями цифровых коммуникаций для подготовки и редактирования текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта, модерирования обратной связи, контроля содержания информации в онлайн коммуникационной среде, навыками организации и управления консалтинговыми агентствами и службами, практикой соответствующих консультационных услуг предприятиям малого, среднего и крупного бизнеса; технологиями оперативного планирования и оперативного контроля за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью
ПК-5.1. Знает гражданское законодательство в сфере рекламы и PR, маркетинговые технологии, основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации, принципы построения и оценки обратной связи с потребителями продукции СМИ, корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность, а также правила охраны труда, производственной санитарии и пожарной безопасности.	Знает основы гражданского законодательства в сфере рекламы и PR, теоретические основы маркетинга и информационного менеджмента
ПК-5.2. Применяет современные информационно-коммуникационные технологии для поиска информации с использованием современных методов обработки и редактирования материала, в том числе применяет методы и технологии анализа большого информационного объема.	Умеет применять современные информационно-коммуникационные технологии для поиска информации с использованием современных методов обработки и редактирования материала в сфере рекламы и PR
ПК-5.3. Осуществляет поиск статистической и аналитической информации, включая информацию по тематике сайта, узнаваемости продвигаемой продукции, анализирует на основе полученных данных эффективность продвижения СМИ и ситуацию на рынке массовых коммуникаций.	Владеет методами анализа маркетинговой информации в сфере массовых коммуникаций
ПК-5.4. Готовит проектную документацию на проведение коммуникационных кампаний в системе массовых коммуникаций, в том числе разрабатывает систему показателей эффективности мероприятий по продвижению продукции СМИ.	Владеет методами подготовки проектную документацию на проведение коммуникационных кампаний в системе массовых коммуникаций
ПК-5.5. Контролирует выполнение договоров, при-	Владеет технологиями контроля результатов маркетин-

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в системе массовых коммуникаций»

Рабочая программа практики. Производственная практика (Преддипломная практика (часть, формируемая участниками образовательных отношений))

Форма обучения: очная, очно-заочная, заочная

Разработана для приема 2019/2020, 2020/2021 учебного года

Обновлена на 2023/2024 учебный год

нимает результаты проведения маркетинговых исследований и коммуникационных кампаний, необходимых для анализа ситуации на рынке массовых коммуникаций.	говых исследований и коммуникационных кампаний
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------

3. Содержание практики

Программа формирования контролируемых компетенций в процессе прохождения практики:

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Кол-во часов		Код компетенций	Оценочные средства
		Контактная работа	СРС (Практическая подготовка)		
1. Подготовительный этап					
1	Проведение инструктивного совещания, ознакомление обучающегося с содержанием практики, доведение до обучающихся информации о порядке организации практики, видах отчетности, правах и обязанностях участников практики, получение документации по практике (организационное собрание)	2	-	УК-1 УК-2 УК-3	Отчет по практике Дневник по практике
2	Вводная беседа с руководителем практики от университета, получение индивидуального задания на практику	2	-	УК-5 УК-6 УК-7	Отчет по практике Дневник по практике
3	Изучение соответствующей литературы, рекомендованной руководителем практики от университета, изучение порядка и требований к оформлению работ	-	2	ОПК-1 ОПК-2 ОПК-3	Отчет по практике
2. Практический этап					
1	Инструктаж по технике безопасности и ознакомление с правилами внутреннего трудового распорядка по месту проведения практики	-	16	ОПК-1	Отчет по практике Дневник по практике
2	Выполнение обучающимся индивидуальных заданий.	-	16	ОПК-4 ОПК-5 ОПК-6	Отчет по практике Дневник по практике
3	Сбор материалов для выполнения самостоятельного исследования, в том числе сбор, обработка, анализ и систематизация полученной во время прохождения практики информации	-	16	ОПК-7	Отчет по практике Дневник по практике
3. Аналитический этап					
1	Обработка и анализ полученной информации, анализ проделанной работы и подведение ее итогов	-	16	ОПК-4 ОПК-5 ОПК-6	Отчет по практике
2	Отчет перед руководителем практики от университета о выполненных индивидуальных заданиях	-	17	ОПК-1 ОПК-2 ОПК-3	Отчет по практике Дневник по практике
3	Оформление дневника (при прохождении практики в профильной организации, структурном подразделении университета) и отчета по практике	-	17	ОПК-1 ОПК-2 ОПК-3	Отчет по практике Дневник по практике
4. Заключительный этап (оценка сформированности компетенций)					
1	Представление отчета по практике, сдача дневника (при прохождении практики в профильной организации, структурном подразделении университета) по практике	-	2	УК-1 УК-2 УК-3	Отчет по практике Дневник по практике
2	Защита отчета по практике	-	2*	УК-4	Отчет по практике

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в системе массовых коммуникаций»

Рабочая программа практики. Производственная практика (Преддипломная практика (часть, формируемая участниками образовательных отношений))

Форма обучения: очная, очно-заочная, заочная

Разработана для приема 2019/2020, 2020/2021 учебного года

Обновлена на 2023/2024 учебный год

				УК-5 УК-6 УК-7 ПК-1 ПК-2 ПК-3 ПК-4 ПК-5	Дневник по практике Оценочный лист практики Защита отчета (зачет с оценкой)
Итого: 108 часов			4	104	

*Подготовка к сдаче дифференцированного зачета

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

Основная литература:

1. Малькевич, А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учебное пособие для вузов / А. А. Малькевич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 109 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09415-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/493292>

2. Жильцова, О. Н. Связи с общественностью : учебное пособие для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 337 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9890-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489962>

3. Мокий, М. С. Методология научных исследований : учебник для вузов / М. С. Мокий, А. Л. Никифоров, В. С. Мокий ; под редакцией М. С. Мокия. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 254 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13313-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510937>

4. Федотова, Л. Н. Реклама: теория и практика : учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 449 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16649-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531437>

5. Домнин, В. Н. Брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Н. Домнин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 493 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13539-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489564>

6. Трищенко, Д. А. Копирайтинг : учебное пособие для вузов / Д. А. Трищенко, Е. Д. Трищенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 124 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15275-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510131>

Дополнительная литература:

1. Фадеева, Е. Н. Связи с общественностью: учебник и практикум для вузов / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 263 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00227-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/488953>

2. Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для вузов / С. М. Емельянов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. —

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в системе массовых коммуникаций»

Рабочая программа практики. Производственная практика (Преддипломная практика (часть, формируемая участниками образовательных отношений))

Форма обучения: очная, очно-заочная, заочная

Разработана для приема 2019/2020, 2020/2021 учебного года

Обновлена на 2023/2024 учебный год

197 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08991-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/492279>

3. Бударина, О. А. Организация работы структур по связям с общественностью: учебное пособие для вузов / О. А. Бударина. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 126 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14076-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/496828>

4. Жильцова, О. Н. Связи с общественностью: учебное пособие для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 337 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9890-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489962>

5. Потапов, Ю. А. Современная пресс-служба: учебник для вузов / Ю. А. Потапов, О. В. Тепляков. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 294 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12233-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/494465>

6. Колышкина, Т. Б. Проектирование и оценка рекламного образа: учебное пособие для вузов / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 262 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10041-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517025>

Периодические издания:

1. Современные гуманитарные исследования [Электронный ресурс]: журнал. - Режим доступа: https://www.elibrary.ru/title_about_new.asp?id=26084

2. Телескоп: журнал социологических и маркетинговых исследований [Электронный ресурс]: журнал. - Режим доступа: https://www.elibrary.ru/title_about_new.asp?id=26678

3. Российская школа связей с общественностью [Электронный ресурс]: журнал. - Режим доступа: https://www.elibrary.ru/title_about.asp?id=53408

Ресурсы сети «Интернет»:

1. ibooks.ru: электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://ibooks.ru>. - Текст: электронный

2. Электронно-библиотечная система СПбУТУиЭ: электронно-библиотечная система [Электронный ресурс]: профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://libume.ru>. - Текст: электронный

3. Юрайт: электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://urait.ru/>. - Текст: электронный

4. eLibrary.ru: научная электронная библиотека [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://elibrary.ru>. - Текст: электронный

5. Архив научных журналов НЭИКОН [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: agch.neicon.ru. - Текст: электронный

6. КиберЛенинка: научная электронная библиотека [Электронный ресурс] : информационная справочная система. - Режим доступа: <http://cyberleninka.ru>. - Текст: электронный

7. Лань: электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://e.lanbook.com>. - Текст: электронный

8. Энциклопедия маркетинга [Электронный ресурс] : информационная справочная система. - Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru/>. - Текст: электронный

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в системе массовых коммуникаций»

Рабочая программа практики. Производственная практика (Преддипломная практика (часть, формируемая участниками образовательных отношений))

Форма обучения: очная, очно-заочная, заочная

Разработана для приема 2019/2020, 2020/2021 учебного года

Обновлена на 2023/2024 учебный год

9. PR в России [Электронный ресурс]: информационная справочная система. - Режим доступа: <http://www.prjournal.ru>. - Текст: электронный

10. Sostav [Электронный ресурс]: информационная справочная система. - Режим доступа: <https://www.sostav.ru/>. - Текст: электронный

11. YOung JOurnalists [Электронный ресурс]: информационная справочная система. - Режим доступа: <https://yojo.ru/>. - Текст: электронный

12. AdIndex.ru [Электронный ресурс]: информационная справочная система. - Режим доступа: <https://adindex.ru/>. - Текст: электронный

13. Реклама в России [Электронный ресурс]: информационная справочная система. - Режим доступа: <http://www.rwr.ru/>. - Текст: электронный

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

1. Антивирусное программное обеспечение

2. LMS Moodle

3. Операционная система

4. Вебинарная платформа

5. Пакет офисных прикладных программ

6. КонсультантПлюс: справочно-правовая система [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>

7. Гарант: справочно-правовая система [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.garant.ru/>.

6. Материально-техническая база, необходимая для проведения практики

В случае прохождения практики на выпускающей кафедре Университета необходима учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа - практических занятий, оборудованная: рабочими местами для обучающихся, оснащенными специальной мебелью; рабочим местом преподавателя, оснащенного специальной мебелью, персональным компьютером с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета, программным обеспечением; техническими средствами обучения - мультимедийным оборудованием (проектор, экран, колонки) и маркерной доской и/или

учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа - практических занятий – компьютерный класс, оборудованный рабочими местами для обучающихся, оснащенными специальной мебелью, персональными компьютерами с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета, программным обеспечением; рабочим местом преподавателя, оснащенного специальной мебелью, персональным компьютером с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета, программным обеспечением; техническими средствами обучения - мультимедийным оборудованием (проектор, экран, колонки) и маркерной доской.

Помещение для самостоятельной работы, оборудованное специальной мебелью, персональными компьютерами с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета, программным обеспечением.

В случае прохождения практики в структурном подразделении университета (за исключением кафедры) или профильной организации, осуществляющей деятельность по профилю соот-

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в системе массовых коммуникаций»

Рабочая программа практики. Производственная практика (Преддипломная практика (часть, формируемая участниками образовательных отношений))

Форма обучения: очная, очно-заочная, заочная

Разработана для приема 2019/2020, 2020/2021 учебного года

Обновлена на 2023/2024 учебный год

ветствующей образовательной программы, в том числе в структурном подразделении профильной организации, предназначенном для проведения практической подготовки обучающиеся используются материально-техническая база структурного подразделения/ профильной организации – обучающимся предоставляются рабочие места, отвечающие санитарным правилам и требованиям охраны труда, оснащенные персональным компьютером с возможностью подключения к сети «Интернет», а также с установленным программным обеспечением, необходимым для выполнения индивидуального задания на практику.

При применении электронного обучения, дистанционных образовательных технологий организационно-методическое сопровождение и аттестация по итогам практики, осуществляется через информационно-образовательный портал (umeos.ru) электронной информационно-образовательной среды Университета. Авторизация на информационно-образовательном портале Университета осуществляются с использованием персональной учетной записи.

7. Оценочные материалы по практике

Формы отчетности по практике. По результатам прохождения практики обучающийся обязан предоставить руководителю практики от университета (основание для допуска к промежуточной аттестации по практике):

- при прохождении практики в профильной организации / в структурном подразделении университета – дневник практики и отчет по практике;

- при прохождении практики на кафедре – отчет по практике.

Форма и содержание дневника практики определяется требованиями «Положения о практике обучающихся (уровень высшего образования – бакалавриат, магистратура)».

Результаты прохождения практики оцениваются посредством проведения промежуточной аттестации: форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой (дифференцированный зачет).

Показатели и критерии оценивания результатов прохождения практики (оценочный лист практики) в форме дифференцированного зачета (при прохождении практики в профильной организации):

№ п/п	Показатели оценки	Код компетенций	Критерии оценивания	Баллы
1	Качество оформления (заполнения) дневника <i>-Заключительный этап</i>	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; УК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5	Оформление (заполнение) не соответствует требованиям, предъявляемым к дневнику	4
			Много недочетов в оформлении	6
			Имеются недочеты в оформлении отдельных частей дневника	8
			Дневник оформлен в соответствии со всеми требованиями, предъявляемыми к заполнению дневника, аккуратно и полно	10
2	Рабочий график (план) проведения практики <i>- Подготовительный этап</i> <i>- Практический этап</i> <i>- Аналитический этап</i> <i>-Заключительный этап</i>	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; УК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5	Сроки не соблюдались	4
			С небольшим нарушением сроков без объективных причин	6
			С небольшим нарушением сроков по объективным причинам	8
			Соблюдение запланированных сроков	10
3	Оценка по практике (руководитель практики от организации): 1) полнота и качество выполнения студента-	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; УК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3;	Каждый из предложенных показателей оценивается по критерию « выполнен - не выполнен », что соответствует следующему распределению баллов « 1 балл - 0 баллов »	0-5

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в системе массовых коммуникаций»

Рабочая программа практики. Производственная практика (Преддипломная практика (часть, формируемая участниками образовательных отношений))

Форма обучения: очная, очно-заочная, заочная

Разработана для приема 2019/2020, 2020/2021 учебного года

Обновлена на 2023/2024 учебный год

	<p>ми-практикантами программы;</p> <p>2) степень самостоятельности при работе, умение работать с оргтехникой;</p> <p>3) уровень профессиональной подготовки в целом;</p> <p>4) умение применять полученные знания на практике;</p> <p>5) организаторские способности, инициативность, коммуникабельность.</p> <p>- <i>Подготовительный этап</i></p> <p>- <i>Практический этап</i></p> <p>- <i>Аналитический этап</i></p>	ПК-4; ПК-5		
4	<p>Оценка по практике (руководитель практики от университета):</p> <p>1) полнота и качество выполнения студентами-практикантами программы;</p> <p>2) степень самостоятельности при работе, умение работать с оргтехникой;</p> <p>3) уровень профессиональной подготовки в целом;</p> <p>4) умение применять полученные знания на практике;</p> <p>5) организаторские способности, инициативность, коммуникабельность.</p> <p>- <i>Подготовительный этап</i></p> <p>- <i>Практический этап</i></p> <p>- <i>Аналитический этап</i></p>	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; УК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5	Каждый из предложенных показателей оценивается по критерию « выполнен - не выполнен », что соответствует следующему распределению баллов « 1 балл - 0 баллов »	0-5
5	<p>Оценка трудовой дисциплины за период прохождения практики</p> <p>- <i>Подготовительный этап</i></p> <p>- <i>Практический этап</i></p> <p>- <i>Аналитический этап</i></p> <p>- <i>Заключительный этап</i></p>	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; УК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5	Систематические нарушения трудовой дисциплины, отсутствие самоорганизации	0
			Имеются нарушения трудовой дисциплины, низкая самоорганизация	6
			Нет существенных замечаний к трудовой дисциплине	8
			Самоорганизован, нет нарушений трудовой дисциплины	10
6	Качество оформления	УК-1; УК-2;	Оформление, качество и структура отчета не	0

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в системе массовых коммуникаций»

Рабочая программа практики. Производственная практика (Преддипломная практика (часть, формируемая участниками образовательных отношений))

Форма обучения: очная, очно-заочная, заочная

Разработана для приема 2019/2020, 2020/2021 учебного года

Обновлена на 2023/2024 учебный год

	отчета по практике, соответствие заданной структуре отчета <i>-Заключительный этап</i>	УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; УК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5	соответствует требованиям, предъявляемым к отчету	
			Много недочетов в оформлении	6
			Имеются недочеты в оформлении отдельных частей отчета	8
			Отчет оформлен в соответствии со всеми требованиями	10
7	Соответствие результатов, полученных при прохождении практики, индивидуальному заданию <i>- Подготовительный этап</i> <i>- Практический этап</i> <i>- Аналитический этап</i> <i>-Заключительный этап</i>	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; УК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5	Результаты не соответствуют заданию	0
			Поставленные задачи решены не полностью	6
			Поставленные задачи решены, но есть незначительные недоработки	8
			Поставленные задачи решены полностью	10
8	Самостоятельность выполнения отчета <i>- Аналитический этап</i> <i>-Заключительный этап</i>	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; УК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5	Отсутствие самостоятельности, требуется постоянное консультирование	0
			Отсутствие самостоятельности, требуется периодическое консультирование	6
			Требовалась небольшое руководство	8
			Достаточная самостоятельность	10
9	Собеседование с руководителем практики от университета, ответы на контрольные вопросы <i>-Заключительный этап</i>	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; УК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5	Не владеет материалом практики, студент не может ответить ни на один контрольный вопрос	0
			Слабое владение материалом практики, затрудняется с ответами на большинство контрольных вопросов	19
			Хорошо владеет материалом практики, успешно отвечает на не менее чем 80 процентов контрольных вопросов	24
			Отлично владеет материалом практики, ответы продуманы и обоснованы	30
<i>Итого:</i>				0-100

Показатели и критерии оценивания результатов прохождения практики в форме дифференцированного зачета (при прохождении практики на выпускающей кафедре):

№ п/п	Показатели оценки	Код компетенций	Критерии оценивания	Баллы
1	Рабочий график (план) проведения практики <i>- Подготовительный этап</i> <i>- Практический этап</i> <i>- Аналитический этап</i> <i>-Заключительный этап</i>	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; УК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5	Сроки не соблюдались	0
			С небольшим нарушением сроков без объективных причин	6
			С небольшим нарушением сроков по объективным причинам	8
			Соблюдение запланированных сроков	10
2	Оценка трудовой дисциплины за период прохождения практики <i>- Подготовительный этап</i> <i>- Практический этап</i>	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; УК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5	Систематические нарушения трудовой дисциплины, отсутствие самоорганизации	0
			Имеются нарушения трудовой дисциплины, низкая самоорганизация	6
			Нет существенных замечаний к трудовой дисциплине	8
			Самоорганизован, нет нарушений трудовой	10

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в системе массовых коммуникаций»

Рабочая программа практики. Производственная практика (Преддипломная практика (часть, формируемая участниками образовательных отношений))

Форма обучения: очная, очно-заочная, заочная

Разработана для приема 2019/2020, 2020/2021 учебного года

Обновлена на 2023/2024 учебный год

	- Аналитический этап - Заключительный этап		дисциплины	
3	Качество оформления отчета по практике, соответствие заданной структуре отчета - Заключительный этап	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; УК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5	Оформление, качество и структура отчета не соответствует требованиям, предъявляемым к отчету	0
			Много недочетов в оформлении	12
			Имеются недочеты в оформлении отдельных частей отчета	16
			Отчет оформлен в соответствии со всеми требованиями	20
4	Соответствие результатов, полученных при прохождении практики, индивидуальному заданию - Подготовительный этап - Практический этап - Аналитический этап - Заключительный этап	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; УК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5	Результаты не соответствуют заданию	0
			Поставленные задачи решены не полностью	12
			Поставленные задачи решены, но есть незначительные недоработки	16
			Поставленные задачи решены полностью	20
5	Самостоятельность выполнения отчета - Аналитический этап - Заключительный этап	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; УК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5	Отсутствие самостоятельности, требуется постоянное консультирование	0
			Отсутствие самостоятельности, требуется периодическое консультирование	6
			Требовалась небольшое руководство	8
			Достаточная самостоятельность	10
6	Собеседование с руководителем практики от университета, ответы на контрольные вопросы - Заключительный этап	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; УК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5	Не владеет материалом практики, студент не может ответить ни на один контрольный вопрос	0
			Слабое владение материалом практики, затрудняется с ответами на большинство контрольных вопросов	19
			Хорошо владеет материалом практики, успешно отвечает на не менее чем 80 процентов контрольных вопросов	24
			Отлично владеет материалом практики, ответы продуманы и обоснованы	30
<i>Итого:</i>				0-100

Защита отчета предусматривает оценку сформированности компетенций путем анализа деловых ситуаций, изученных студентом (практикантом) в результате прохождения практики, а также ответов на контрольные вопросы. По результатам промежуточной аттестации выставляются баллы, которые переводятся в оценку по традиционной шкале оценивания.

Шкала оценивания результатов прохождения практики в форме дифференцированного зачета

Баллы за прохождение практики	60 и менее		61-73		74-90		91-100
Итоговая оценка по практике	Неудовлетворительно		Удовлетворительно		Хорошо		Отлично
Баллы в международной шкале ECTS с буквенным обозначением уровня	<50	51-60	61-67	68-73	74-83	84-90	91-100
	F	Fx	E	D	C	B	A
Уровень сформированности компетенций	Не сформированы		Пороговый		Высокий		Повышенный

Типовые контрольные задания для промежуточной аттестации

1. Пример индивидуального задания

- Изучить структуру, функции и задачи организации (подразделения) по «связям с общественностью»;
- Самостоятельно организовать конкретное рекламное мероприятие;
- Подготовить описание данного мероприятия, проанализировать достоинства и недостатки его организации и проведения, сформулировать рекомендации;
- Собрать теоретический и эмпирический материал, необходимый для написания дипломной работы;
- Подготовить первый вариант плана дипломной работы;
- Изучить дополнительную литературу по теме дипломной работы в соответствии с ее планом;

2. Дневник практики.

Дневник практики является одним из основных отчетных документов, характеризующих и подтверждающих прохождение обучающимся практики, в котором отражается его текущая работа в процессе прохождения практики.

В дневнике содержится направление студента на практику, отметка о прохождении инструктажа по технике безопасности, сведения о правах и обязанностях студента при прохождении практики, индивидуальное задание студента, согласованное с руководителями практики от организации и университета, рабочий график (план) проведения практики, отзыв руководителя практики от организации о прохождении практики студентом и др.

Форма дневника практики представлена в «Положении о практике обучающихся (уровень высшего образования – бакалавриат, магистратура».

3. Отчет студента по практике.

Структура отчета по Производственной практике: преддипломной практике следующая:

Введение, в котором формулируются цель и задачи, которые автор ставит и решает в ходе выполнения отчета, дается обоснование актуальности практики, анализ источников и использованной литературы, а также фактических материалов, полученных в процессе прохождения практики.

Основная текстовая часть отчета по практике должна состоять из следующих обязательных разделов:

1. Краткая характеристика организации, в которой студент проходил практику.
2. Описание выполнения заданий практики. В случае невыполнения студентом какого-либо из указанных в программе заданий, необходимо отметить в отчете причину. Если задание(я) были заменены руководителем практики от организации, все изменения должны быть зафиксированы, новое задание следует подробно описать с указанием цели выполнения задания и объема времени, отводимого на его выполнение.
3. Описание приобретенных за время практики умений и навыков.

В **заключении** формулируются выводы о результатах практики.

Список источников и используемой литературы включает издания, используемые при написании отчета. Список источников составляется в алфавитном порядке фамилий авторов.

В **приложении** к отчету по практике в **обязательном порядке** должны быть включены:

- Индивидуальный план работы студента.
- Планы и документация организованных и реализованных медиапроектов.

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в системе массовых коммуникаций»

Рабочая программа практики. Производственная практика (Преддипломная практика (часть, формируемая участниками образовательных отношений))

Форма обучения: очная, очно-заочная, заочная

Разработана для приема 2019/2020, 2020/2021 учебного года

Обновлена на 2023/2024 учебный год

– Самоанализы реализованных медиапроектов (количество согласовать с руководителем практики).

4. Перечень контрольных вопросов.

В процессе защиты обучающийся должен кратко изложить основные результаты проделанной работы, выводы и рекомендации, структуру и анализ материалов по деятельности организации, а также ответить на контрольные вопросы:

1. Этапы планирования эффективных медиакоммуникаций.
2. Выделение целевой аудитории.
3. Выбор эффективного обращения.
4. Выбор средств распространения информации.
5. Выбор источников, которые пользуются доверием, являются авторитетами у определенных групп общества (лидеры, артисты, общ. деятели) информации "обратной связи" с клиентом.
6. Спиндокторинг как искусство информационного освещения события.
7. Управление новостью в медиа (стратегии новостного менеджмента).
8. Коммуникативные технологии информационных и психологических войн.
9. Технологии работы со слухами.
10. Спичрайтинг в структуре современных коммуникативных технологий.
11. Современные медиастратегии.
12. Структура медиапроекта
13. Технологии разработки и управления современными медиапроектами
14. Виды медиапроектов
15. Особенности управления и реализации собственных медиапроектов
16. Организационная структура медиaproекта
17. Инструменты управления и разработки медиaproекта
18. Методы и технологии оценки эффективности медиaproекта