

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

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО

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

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор
Авдашкевич С. В.
28.06.2023

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

Наименование практики:	Б2.О.02(П) Производственная практика (Производственно-маркетинговая практика)
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

Санкт-Петербург
2023

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

Рабочая программа практики. Производственная практика (Производственно-маркетинговая практика)

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: производственно-маркетинговая.

Объем практики – 6 зачетных единиц;

Продолжительность практики – 4 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, соотнесенных 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-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- 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: «Коммуникация»</i>
	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-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: «Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)»</i>
	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.	

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

Рабочая программа практики. Производственная практика (Производственно-маркетинговая практика)

Форма обучения: очная, очно-заочная, заочная

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

Обновлена на 2023/2024 учебный год

	УК-7.3. Владеет средствами и методами укрепления индивидуального здоровья, физического самосовершенствования.	
ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ		
ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1. Знает основы подготовки и размещения медиатекстов и их отличительные особенности.	<i>Наименование категории (группы) компетенций: «Продукт профессиональной деятельности»</i>
	ОПК-1.2. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиа-продуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.	
	ОПК-1.3. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.	
ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. Знает основы организации и проведения социологических исследований, методы и технологии определения целевой аудитории и работы с ней.	<i>Наименование категории (группы) компетенций: «Аудитория»</i>
	ОПК-4.2. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп.	
	ОПК-4.3. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.	
ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-6.1. Знать современные информационные технологии, в том числе принципы их функционирования.	<i>Наименование категории (группы) компетенций: «Технологии»</i>
	ОПК-6.2. Уметь применять современные информационные технологии для получения новых знаний, использовать современные информационные технологии для решения аналитических и исследовательских задач.	
	ОПК-6.3. Владеть навыками использования современных информационных технологий для решения задач профессиональной деятельности.	

Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Планируемые результаты обучения по практике
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 сто-	Владеет навыками сбора информации для проведения анализа целевой аудитории;

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

Рабочая программа практики. Производственная практика (Производственно-маркетинговая практика)

Форма обучения: очная, очно-заочная, заочная

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

Обновлена на 2023/2024 учебный год

имости проекта, а также потребности в ресурсах.	- основными приемами формирования имиджа бренда, - навыками проведения специальных исследований, - методами оценки имиджа, - методиками создания желаемого имиджа в глазах контактных аудиторий,
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 общественной 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 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.	Умеет использовать инструменты теоретических положений на практике для достижения высоких результатов
УК-7.3. Владеет средствами и методами укрепления индивидуального здоровья, физического самосовершенствования.	Владеет навыками успешного применения теоретических положений на практике;
ОПК-1.1. Знает основы подготовки и размещения медиатекстов и их отличительные особенности.	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
ОПК-1.2. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиа-продуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.	Умеет ориентироваться в сложностях 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
ОПК-1.3. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.	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

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

Рабочая программа практики. Производственная практика (Производственно-маркетинговая практика)

Форма обучения: очная, очно-заочная, заочная

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

Обновлена на 2023/2024 учебный год

ОПК-4.1. Знает основы организации и проведения социологических исследований, методы и технологии определения целевой аудитории и работы с ней.	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
ОПК-4.2. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп.	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
ОПК-4.3. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.	Владеет организации и проведения научных исследований в области PR, рекламы, политического маркетинга; владеет компьютерными методами обработки и хранения информации, в т. ч. уметь использовать специализированные математические программы по обработке социологической информации
ОПК-6.1. Знать современные информационные технологии, в том числе принципы их функционирования.	Знает информационные технологии производства и распространения рекламной продукции; особенности проектирования и написания текстовых и графических, рабочих и презентационных материалов, используемых в рекламной и информационной деятельности
ОПК-6.2. Уметь применять современные информационные технологии для получения новых знаний, использовать современные информационные технологии для решения для решения аналитических и исследовательских задач.	Умеет применять информационные технологии в процессе подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включает и описывает текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы
ОПК-6.3. Владеть навыками использования современных информационных технологий для решения задач профессиональной деятельности.	Владеет профессиональными навыком макетирования рекламной продукции и выбора наиболее оптимальных каналов распространения самостоятельно изготовленной информационной продукции.

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 прак-	2	-	УК-2	Отчет по практике Дневник 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 (Производственно-маркетинговая практика)

Форма обучения: очная, очно-заочная, заочная

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

Обновлена на 2023/2024 учебный год

	тики, видах отчетности, правах и обязанностях участников практики, получение документации по практике (организационное собрание)				
2	Вводная беседа с руководителем практики от университета, получение индивидуального задания на практику	2	-	УК-2 ОПК-4	Отчет по практике Дневник по практике
3	Изучение соответствующей литературы, рекомендованной руководителем практики от университета, изучение порядка и требований к оформлению работ	-	2	УК-4	Отчет по практике
2. Практический этап					
1	Инструктаж по технике безопасности и ознакомление с правилами внутреннего трудового распорядка по месту проведения практики	-	33	ОПК-6	Отчет по практике Дневник по практике
2	Выполнение обучающимся индивидуальных заданий.	-	34	ОПК-6 ОПК-1 ОПК-4	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	-	33	УК-2 УК-4 УК-7	Отчет по практике Дневник по практике
3. Аналитический этап					
1	Обработка и анализ полученной информации, анализ проделанной работы и подведение ее итогов	-	33	УК-4	Отчет по практике
2	Отчет перед руководителем практики от университета о выполненных индивидуальных заданиях	-	34	ОПК-6	Отчет по практике Дневник по практике
3	Оформление дневника (при прохождении практики в профильной организации, структурном подразделении университета) и отчета по практике	-	33	УК-2	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	-	5	УК-2 УК-4 УК-7	Отчет по практике Дневник по практике
2	Защита отчета по практике	-	5*	ОПК-1 ОПК-4 ОПК-6	Отчет по практике Дневник по практике Оценочный лист практики Защита отчета (зачет с оценкой)
Итого: 216 часов		4	212		

*Подготовка к сдаче дифференцированного зачета

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

Основная литература:

1. Реброва, Н. П. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Н. П. Реброва. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 277 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03466-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489477>

2. Кольшикина, Т. Б. Проектирование и оценка рекламного образа : учебное пособие для вузов / Т. Б. Кольшикина, 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>

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

Рабочая программа практики. Производственная практика (Производственно-маркетинговая практика)

Форма обучения: очная, очно-заочная, заочная

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

Обновлена на 2023/2024 учебный год

3. Ямпольская, Д. О. Маркетинговый анализ: технология и методы проведения : учебник и практикум для вузов / Д. О. Ямпольская, А. И. Пилипенко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 268 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06305-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/493279>

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. 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>

Дополнительная литература:

1. Бударина, О. А. Организация работы структур по связям с общественностью : учебное пособие для вузов / О. А. Бударина. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 126 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14076-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519872>

2. Фадеева, Е. Н. Связи с общественностью : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 263 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00227-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510852>

3. Коноваленко, М. Ю. Психология рекламы и PR : учебник для вузов / М. Ю. Коноваленко, М. И. Ясин. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 393 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00765-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489012>

4. Ойнер, О. К. Управление результативностью маркетинга : учебник и практикум для вузов / О. К. Ойнер. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 350 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04642-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/488789>

5. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и PR-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 159 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04084-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/492732>

6. 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>

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: arhiv.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

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 соответствующей образовательной программы, в том числе в структурном подразделении профильной организации, предназначенном для проведения практической подготовки обучающиеся используют 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).

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

Рабочая программа практики. Производственная практика (Производственно-маркетинговая практика)

Форма обучения: очная, очно-заочная, заочная

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

Обновлена на 2023/2024 учебный год

**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-2; УК-4; УК-7; ОПК-1; ОПК-4; ОПК-6	Оформление (заполнение) не соответствует требованиям, предъявляемым к дневнику	0
			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-2; УК-4; УК-7; ОПК-1; ОПК-4; ОПК-6	Сроки не соблюдались	0
			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 студентами-практикантами программы; 2) степень самостоятельности при работе, умение работать с оргтехникой; 3) уровень профессиональной подготовки в целом; 4) умение применять полученные знания на практике; 5) организаторские способности, инициативность, коммуникабельность. <i>- Подготовительный этап</i> <i>- Практический этап</i> <i>- Аналитический этап</i>	УК-2; УК-4; УК-7; ОПК-1; ОПК-4; ОПК-6	Каждый из предложенных показателей оценивается по критерию « выполнен - выполнен частично - не выполнен », что соответствует следующему распределению баллов « 1 балл – 0,5 баллов – 0 баллов »	2-5
4	Оценка по практике (руководитель практики от университета): 1) полнота и качество выполнения студентами-практикантами программы; 2) степень самостоятельности при работе, умение работать с оргтехникой; 3) уровень профессиональной подготовки в целом; 4) умение применять полученные знания на практике; 5) организаторские способности, инициативность, коммуникабельность.	УК-2; УК-4; УК-7; ОПК-1; ОПК-4; ОПК-6	Каждый из предложенных показателей оценивается по критерию « выполнен - выполнен частично - не выполнен », что соответствует следующему распределению баллов « 1 балл – 0,5 баллов – 0 баллов »	2-5

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

Рабочая программа практики. Производственная практика (Производственно-маркетинговая практика)

Форма обучения: очная, очно-заочная, заочная

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

Обновлена на 2023/2024 учебный год

	- <i>Подготовительный этап</i> - <i>Практический этап</i> - <i>Аналитический этап</i>			
5	Оценка трудовой дисциплины за период прохождения практики - <i>Подготовительный этап</i> - <i>Практический этап</i> - <i>Аналитический этап</i> - <i>Заключительный этап</i>	УК-2; УК-4; УК-7; ОПК-1; ОПК-4; ОПК-6	Систематические нарушения трудовой дисциплины, отсутствие самоорганизации Имеются нарушения трудовой дисциплины, низкая самоорганизация Нет существенных замечаний к трудовой дисциплине Самоорганизован, нет нарушений трудовой дисциплины	0 6 8 10
6	Качество оформления отчета по практике, соответствие заданной структуре отчета - <i>Заключительный этап</i>	УК-2; УК-4; УК-7; ОПК-1; ОПК-4; ОПК-6	Оформление, качество и структура отчета не соответствует требованиям, предъявляемым к отчету Много недочетов в оформлении Имеются недочеты в оформлении отдельных частей отчета Отчет оформлен в соответствии со всеми требованиями	0 6 8 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-2; УК-4; УК-7; ОПК-1; ОПК-4; ОПК-6	Результаты не соответствуют заданию Поставленные задачи решены не полностью Поставленные задачи решены, но есть незначительные недоработки Поставленные задачи решены полностью	0 6 8 10
8	Самостоятельность выполнения отчета - <i>Аналитический этап</i> - <i>Заключительный этап</i>	УК-2; УК-4; УК-7; ОПК-1; ОПК-4; ОПК-6	Отсутствие самостоятельности, требуется постоянное консультирование Отсутствие самостоятельности, требуется периодическое консультирование Требовалась небольшое руководство Достаточная самостоятельность	0 6 8 10
9	Собеседование с руководителем практики от университета, ответы на контрольные вопросы - <i>Заключительный этап</i>	УК-2; УК-4; УК-7; ОПК-1; ОПК-4; ОПК-6	Не владеет материалом практики, студент не может ответить ни на один контрольный вопрос Слабое владение материалом практики, затрудняется с ответами на большинство контрольных вопросов Хорошо владеет материалом практики, успешно отвечает на не менее чем 80 процентов контрольных вопросов Отлично владеет материалом практики, ответы продуманы и обоснованы	0 19 24 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>	УК-2; УК-4; УК-7; ОПК-1;	Сроки не соблюдались	0
			С небольшим нарушением сроков без объективных причин	6
			С небольшим нарушением сроков по	8

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

Рабочая программа практики. Производственная практика (Производственно-маркетинговая практика)

Форма обучения: очная, очно-заочная, заочная

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

Обновлена на 2023/2024 учебный год

	- <i>Практический этап</i> - <i>Аналитический этап</i> - <i>Заключительный этап</i>	ОПК-4; ОПК-6	объективным причинам Соблюдение запланированных сроков	10
2	Оценка трудовой дисциплины за период прохождения практики - <i>Подготовительный этап</i> - <i>Практический этап</i> - <i>Аналитический этап</i> - <i>Заключительный этап</i>	УК-2; УК-4; УК-7; ОПК-1; ОПК-4; ОПК-6	Систематические нарушения трудовой дисциплины, отсутствие самоорганизации Имеются нарушения трудовой дисциплины, низкая самоорганизация Нет существенных замечаний к трудовой дисциплине Самоорганизован, нет нарушений трудовой дисциплины	0 6 8 10
3	Качество оформления отчета по практике, соответствие заданной структуре отчета - <i>Заключительный этап</i>	УК-2; УК-4; УК-7; ОПК-1; ОПК-4; ОПК-6	Оформление, качество и структура отчета не соответствует требованиям, предъявляемым к отчету Много недочетов в оформлении Имеются недочеты в оформлении отдельных частей отчета Отчет оформлен в соответствии со всеми требованиями	0 12 16 20
4	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-2; УК-4; УК-7; ОПК-1; ОПК-4; ОПК-6	Результаты не соответствуют заданию Поставленные задачи решены не полностью Поставленные задачи решены, но есть незначительные недоработки Поставленные задачи решены полностью	0 12 16 20
5	Самостоятельность выполнения отчета - <i>Аналитический этап</i> - <i>Заключительный этап</i>	УК-2; УК-4; УК-7; ОПК-1; ОПК-4; ОПК-6	Отсутствие самостоятельности, требуется постоянное консультирование Отсутствие самостоятельности, требуется периодическое консультирование Требовалась небольшое руководство Достаточная самостоятельность	0 6 8 10
6	Собеседование с руководителем практики от университета, ответы на контрольные вопросы (в соответствии с планируемыми результатами обучения по практике) - <i>Заключительный этап</i>	УК-2; УК-4; УК-7; ОПК-1; ОПК-4; ОПК-6	Не владеет материалом практики, студент не может ответить ни на один контрольный вопрос Слабое владение материалом практики, затрудняется с ответами на большинство контрольных вопросов Хорошо владеет материалом практики, успешно отвечает на не менее чем 80 процентов контрольных вопросов Отлично владеет материалом практики, ответы продуманы и обоснованы	0 19 24 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

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

Рабочая программа практики. Производственная практика (Производственно-маркетинговая практика)

Форма обучения: очная, очно-заочная, заочная

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

Обновлена на 2023/2024 учебный год

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

Задание: провести маркетинговое исследование деятельности СМИ

Ознакомиться с организационной структурой предприятия.

Охарактеризовать информационную политику СМИ. Раскрыть аудиторную, тематическую и идеологическую составляющие информационной политики.

Охарактеризовать историю СМИ. Раскрыть динамику развития предприятия за последний год.

Проанализировать степень вовлеченности предприятия в пространство современных информационных технологий (наличие собственного интернет-сайта, современных программ обработки аудио и видео информации, качество полиграфии, транспортных коммуникаций и пр.)

Охарактеризовать состояние внешних организационных связей – работу с партнерами, аудиторией и конкурентами. Формы этой работы, основные результаты.

Охарактеризовать состояние внутренних коммуникаций и уровень развития корпоративной культуры на предприятии (корпоративный стиль, праздники и пр.).

Описать текущие и перспективные проекты компании (реклама, информационный, развлекательный и пр. контент, социальные проекты).

Выделить собственное участие в проектах СМИ (при условии работы в данном СМИ). Привести примеры этого участия (выполнение индивидуальных заданий руководителя практики от предприятия).

Сформулировать актуальные проблемы, решением которых занимается коллектив данного СМИ, и обозначить пути их решения на основе PR-методов.

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: Производственно-маркетинговой 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.
- 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 рекламные стратегии.
12. Структура медиапроекта
13. Технологии разработки и управления современными медиапроектами
14. Виды медиапроектов
15. Особенности управления и реализации собственных медиапроектов
16. Организационная структура медиапроекта
17. Инструменты управления и разработки медиапроекта