

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.О.01(У) Учебная практика (Профессионально-ознакомительная 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

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

Рабочая программа практики. Учебная практика (Профессионально-ознакомительная практика)

Форма обучения: очная, очно-заочная, заочная

Разработана для приема 2021/2022, 2022/2023 учебного года

Обновлена на 2023/2024 учебный год

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

Вид практики: учебная.

Тип практики: профессионально-ознакомительная.

Объем практики – 3 зачетных единиц;

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, 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
<b>УНИВЕРСАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ</b>		
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:</i> «Системное и критическое мышление»
	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-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:</i> «Командная работа и лидерство»
	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, планирования и управления временем.	
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.	

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

Рабочая программа практики. Учебная практика (Профессионально-ознакомительная практика)

Форма обучения: очная, очно-заочная, заочная

Разработана для приема 2021/2022, 2022/2023 учебного года

Обновлена на 2023/2024 учебный год

<b>ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ</b>		
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-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и(или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития.	<i>Наименование категории (группы) компетенций: «Общество и государство»</i>
	ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.	
	ОПК-2.3. Осуществляет учет достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.	

<b>Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)</b>	<b>Планируемые результаты обучения по практике</b>
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 выработать 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-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 про-	Умеет пользоваться основными социологическими понятиями, программными средствами обработки данных социологических исследований, применять теоретические социологические концепции для создания научных объяснений в исследованиях средств массовых комму-

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

Рабочая программа практики. Учебная практика (Профессионально-ознакомительная практика)

Форма обучения: очная, очно-заочная, заочная

Разработана для приема 2021/2022, 2022/2023 учебного года

Обновлена на 2023/2024 учебный год

фессионального роста.	никаций; анализировать количественные данные, полученные в результате социологических исследований средств массовой коммуникации
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-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 инструментарий и технологии связей с общественности 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 инструментария и технологий связей с общественностью при решении конкретных задач по информационно-коммуникативному сопровождению менеджмента организации; Навыками выстраивать информационную политику организации в условиях кризисных ситуаций
ОПК-1.1. Знает основы подготовки и размещения медиатекстов и их отличительные особенности.	Знает принципы создания текстов рекламы, литературного редактирования, копирайтинга в рамках первоначального знакомства с профессиональной деятельностью при получении первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности
ОПК-1.2. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиа-продуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.	Умеет создавать тексты рекламы и связей с общественностью
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 на высоком уровне навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга
ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития.	Знает основы теории связей с общественностью, рекламного менеджмента, теории коммуникаций, исследовательской деятельности, формирующие методологическую базу для дальнейшего обучения по направлению «Реклама и связи с общественностью».
ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.	Умеет планировать и осуществлять исследовательскую деятельность самостоятельно, эффективно выстраивая все формы коммуникаций с различными группами общественности
ОПК-2.3. Осуществляет учет достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.	Владеет методическим инструментарием необходимым для реализации важнейших профессиональных алгоритмов деятельности по связям с общественностью и рекламе в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации

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

Рабочая программа практики. Учебная практика (Профессионально-ознакомительная практика)

Форма обучения: очная, очно-заочная, заочная

Разработана для приема 2021/2022, 2022/2023 учебного года

Обновлена на 2023/2024 учебный год

### 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)		
<b>1. Подготовительный этап</b>					
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-2	Отчет по практике Дневник по практике
2	Вводная беседа с руководителем практики от университета, получение индивидуального задания на практику	2	-	УК-3 ОПК-2	Отчет по практике Дневник по практике
3	Изучение соответствующей литературы, рекомендованной руководителем практики от университета, изучение порядка и требований к оформлению работ	-	4	УК-4	Отчет по практике
<b>2. Практический этап</b>					
1	Инструктаж по технике безопасности и ознакомление с правилами внутреннего трудового распорядка по месту проведения практики	-	16	ОПК-2	Отчет по практике Дневник по практике
2	Выполнение обучающимися индивидуальных заданий.	-	16	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	-	16	УК-2	Отчет по практике Дневник по практике
<b>3. Аналитический этап</b>					
1	Обработка и анализ полученной информации, анализ проделанной работы и подведение ее итогов	-	16	УК-2	Отчет по практике
2	Отчет перед руководителем практики от университета о выполненных индивидуальных заданиях	-	16	ОПК-5	Отчет по практике Дневник по практике
3	Оформление дневника (при прохождении практики в профильной организации, структурном подразделении университета) и отчета по практике	-	16	УК-2	Отчет по практике Дневник по практике
<b>4. Заключительный этап (оценка сформированности компетенций)</b>					
1	Представление отчета по практике, сдача дневника (при прохождении практики в профильной организации, структурном подразделении университета) по практике	-	2	УК-1 УК-3 УК-5	Отчет по практике Дневник по практике
2	Защита отчета по практике	-	2*	ОПК-1 ОПК-2	Отчет по практике Дневник по практике Оценочный лист

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

Рабочая программа практики. Учебная практика (Профессионально-ознакомительная практика)

Форма обучения: очная, очно-заочная, заочная

Разработана для приема 2021/2022, 2022/2023 учебного года

Обновлена на 2023/2024 учебный год

				практики Защита отчета (за- чет 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, 2023. — 109 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09415-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515470>

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. Связи с общественностью как социальная инженерия : учебник для вузов / В. А. Ачкасова [и др.] ; под редакцией В. А. Ачкасовой, Л. В. Володиной. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 351 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08767-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/492162>

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. Основы рекламы и связей с общественностью : учебник для вузов / М. М. Васильева, Ю. Г. Жеглова, Е. Ю. Юдина, И. В. Шаркова ; под редакцией М. М. Васильевой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 286 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15699-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520580>

##### 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. — 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. — (Выс-

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

Рабочая программа практики. Учебная практика (Профессионально-ознакомительная практика)

Форма обучения: очная, очно-заочная, заочная

Разработана для приема 2021/2022, 2022/2023 учебного года

Обновлена на 2023/2024 учебный год

---

шее образование). — ISBN 978-5-534-14076-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/496828>

4. Почекаев, Р. Ю. История связей с общественностью : учебное пособие для вузов / Р. Ю. Почекаев. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 223 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04832-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/497751>

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](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](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](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](http://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

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

Рабочая программа практики. Учебная практика (Профессионально-ознакомительная практика)

Форма обучения: очная, очно-заочная, заочная

Разработана для приема 2021/2022, 2022/2023 учебного года

Обновлена на 2023/2024 учебный год

---

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.gwr.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.



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

Рабочая программа практики. Учебная практика (Профессионально-ознакомительная практика)

Форма обучения: очная, очно-заочная, заочная

Разработана для приема 2021/2022, 2022/2023 учебного года

Обновлена на 2023/2024 учебный год

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-3; УК-5; ОПК-1; ОПК-2	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-1; УК-3; УК-5; ОПК-1; ОПК-2	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, коммуникабель-	УК-1; УК-3; УК-5; ОПК-1; ОПК-2	Каждый из предложенных показателей оценивается по критерию « <b>выполнен - выполнен частично - не выполнен</b> », что соответствует следующему распределению баллов « <b>1 балл – 0,5 баллов – 0 баллов</b> »	2-5

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

Рабочая программа практики. Учебная практика (Профессионально-ознакомительная практика)

Форма обучения: очная, очно-заочная, заочная

Разработана для приема 2021/2022, 2022/2023 учебного года

Обновлена на 2023/2024 учебный год

	ность. - <i>Подготовительный этап</i> - <i>Практический этап</i> - <i>Аналитический этап</i>			
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. - <i>Подготовительный этап</i> - <i>Практический этап</i> - <i>Аналитический этап</i>	УК-1; УК-3; УК-5; ОПК-1; ОПК-2	Каждый из предложенных показателей оценивается по критерию « <b>выполнен - выполнен частично - не выполнен</b> », что соответствует следующему распределению баллов « <b>1 балл – 0,5 баллов – 0 баллов</b> »	2-5
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-1; УК-3; УК-5; ОПК-1; ОПК-2	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 отчета по практике, соответствие заданной структуре отчета  - <i>Заключительный этап</i>	УК-1; УК-3; УК-5; ОПК-1; ОПК-2	Оформление, качество и структура отчета не соответствует требованиям, предъявляемым к отчету	0
			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-3; УК-5; ОПК-1; ОПК-2	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-3; УК-5; ОПК-1; ОПК-2	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-3; УК-5; ОПК-1; ОПК-2	Не владеет материалом практики, студент не может ответить ни на один контрольный вопрос	0
			Слабое владение материалом практики, затрудняется с ответами на большин-	19

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

Рабочая программа практики. Учебная практика (Профессионально-ознакомительная практика)

Форма обучения: очная, очно-заочная, заочная

Разработана для приема 2021/2022, 2022/2023 учебного года

Обновлена на 2023/2024 учебный год

		ство контрольных вопросов	
		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-3; УК-5; ОПК-1; ОПК-2	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> - <i>Аналитический этап</i> - <i>Заключительный этап</i>	УК-1; УК-3; УК-5; ОПК-1; ОПК-2	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
3	Качество оформления отчета по практике, соответствие заданной структуре отчета - <i>Заключительный этап</i>	УК-1; УК-3; УК-5; ОПК-1; ОПК-2	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 - <i>Подготовительный этап</i> - <i>Практический этап</i> - <i>Аналитический этап</i> - <i>Заключительный этап</i>	УК-1; УК-3; УК-5; ОПК-1; ОПК-2	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 - <i>Аналитический этап</i> - <i>Заключительный этап</i>	УК-1; УК-3; УК-5; ОПК-1; ОПК-2	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 (в соответствии с планируемыми результатами обучения по	УК-1; УК-3; УК-5; ОПК-1; ОПК-2	Не владеет материалом практики, студент не может ответить ни на один контрольный вопрос	0
			Слабое владение материалом практики, затрудняется с ответами на большин-	19

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

Рабочая программа практики. Учебная практика (Профессионально-ознакомительная практика)

Форма обучения: очная, очно-заочная, заочная

Разработана для приема 2021/2022, 2022/2023 учебного года

Обновлена на 2023/2024 учебный год

практике)  -Заключительный этап	ство контрольных вопросов		
	Хорошо владеет материалом практики, успешно отвечает на не менее чем 80 процентов контрольных вопросов		24
	Отлично владеет материалом практики, ответы продуманы и обоснованы		30
Итого:			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

Задание 1. Создание базы данных СМИ. Основу базы данных СМИ образуют досье на средство массовой информации, которые должен уметь составлять специалист в области PR. Составить досье необходимо в соответствии с образцом (Приложение 5). Досье составляется на средство массовой информации, в котором проходит практику студент. Структура досье, следующая:

- официальное наименование СМИ в соответствии с учредительными документами
- адрес и телефоны редакции, тираж, кому принадлежит данное СМИ (декларировано и реально) и если входит в холдинг, то в какой
- характеристика издания: периодичность, аудитория (целевая аудитория, показатели охвата), количество полос, рекламные расценки, расценки на статьи.
- руководство издания: Ф.И.О. главного редактора и журналистов, занимающихся определенной тематикой или ведущих определенной полосы. К телекомпаниям и радио это, как правило, не относится.
- основная тематика и направленность СМИ: развлекательные, политические, экономические и т. д., как правило, это относится к печатным СМИ.
- характеристика содержания издания: рубрики, постоянные темы и кто их ведет, если это ТВ или радио СМИ, то какие программы существуют в данном СМИ и кто их ведет.
- периодичность выхода определенных полос в них, программ на ТВ и радио.
- описание случаев контактов с представителями издания: краткое содержание контактов, результаты.

#### 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 Учебной практике: Профессионально-ознакомительной 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. Понятие коммуникативного пространства. Способы организации коммуникации.
2. Виды организации коммуникативного пространства: символическая, визуальная, мифологическая, коммуникативная и другие.
3. Понятие коммуникативной технологии.
4. Палитра коммуникативных технологий в рамках современных медиа.
5. Прикладная деятельность для освоения современных коммуникативных технологий в медиа. Роль методов манипуляции в современном коммуникативном воздействии на аудиторию. Допустимые и недопустимые формы манипуляции, их ведущие приемы.