

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Серяков Владимир Дмитриевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 02.03.2024 11:17:05
Уникальный программный идентификатор:
a8a5e969b08c5e57b011bba6b38ed24f6da2f41a

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ИНСТИТУТ СОВРЕМЕННОГО
ОБРАЗОВАНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

Кафедра рекламы и связей с общественностью

УТВЕРЖДАЮ

Ректор



В.Д. Серяков

«25» августа 2023 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
(профессионально-творческой практики)**

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(код и направление подготовки/специальности)

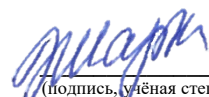
направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в
коммерческой сфере

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

Формы обучения: очная, очно-заочная, заочная

Рабочая программа практики
рассмотрена и утверждена на заседании кафедры
«22» августа 2023 г., протокол № 1

Заведующий кафедрой рекламы и связей с общественностью
к. филос. н., доцент

 /И.В. Шаркова/
(подпись, учёная степень, учёное звание, ФИО)

Москва 2023

1. НАИМЕНОВАНИЕ, ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ПРАКТИКИ

Производственная практика (профессионально-творческая практика) предназначена для обучающихся, осваивающими образовательную программу «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере» в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 г. № 512 (ФГОС ВО 3++).

Производственная практика проводится на предприятиях (организациях), осуществляющих деятельность по профилю образовательной программы высшего образования, на основании договоров, заключаемых между предприятием (организацией) и АНО ВО Институт современного образования и информационных технологий.

Цели и задачи производственной практики, место и время ее проведения, общая продолжительность и трудоемкость практики, шаблоны отчетности, а также остальные составляющие программы устанавливаются в соответствии с Положением о порядке проведения практики студентов Института современного образования и информационных технологий.

Вид практики: производственная практика

Тип практики: профессионально-творческая практика

Способ проведения практики: стационарная, выездная

Форма проведения практики: непрерывная.

Места проведения практики (предприятия с которыми заключены договоры):

1. ООО «Новые информационные технологии», г. Москва, улица Мартеновская, дом 5, помещение I, комн. 4, офис 137
2. ООО «Ф-Постер», г. Москва, 2-й Грайвороновский проезд, д.42, корп.1, ПОМ IV
3. ООО «Первый Постер», г. Москва, 2-й Грайвороновский проезд, д.42, корп.1, ПОМ IV.
4. ООО «Международный пресс-клуб. Чумиков ПР и консалтинг», г. Москва, Павелецкая наб., д.2, Деловой квартал "Loft Ville", офис 102
5. ООО «Паблишер», г. Москва, ул. Одесская, д.2, пом. 1 ком. 1
6. Информационное телеграфное агентство ИТАР-ТАСС, г. Москва, Тверской бульвар, д. 10-12
7. Научный журнал «Актуальные проблемы международного гуманитарного права и СМИ», г. Москва ул. Верхняя Радищевская д. 16-18.
8. Центр политических и социальных технологий, г. Москва, ул. Большая Филёвская, д. 55, корпус 1

Производственная практика (профессионально-творческая практика) направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью является неотъемлемой частью учебного процесса и важным этапом в теоретической и профессиональной подготовке бакалавров.

Система практического обучения способствует развитию и взаимосвязи интеллектуальных и практических компетенций, овладению предметными знаниями и умениями, повышению мотивации к профессиональной деятельности, осознанию себя как компетентного специалиста. Практика организуется и проводится с целью приобретения и совершенствования практических навыков в выполнении обязанностей по должностному предназначению. Она позволяет студенту попробовать свои силы в выбранной профессии, научиться применять теоретические знания, полученные в ходе лекционных и практических занятий.

Производственная практика (профессионально-творческая практика) проводится как в коммуникационных агентствах, так и в организациях различной направленности,

имеющих в штате специалистов по коммуникационным технологиям, рекламе и (или) связям с общественностью, редакциях СМИ (в том числе онлайн-СМИ), телеканалах, радиостанциях.

Перед началом практики студент должен получить направление на практику (Приложение 1), программу, методические указания по организации и прохождению практики. По вопросам организации и прохождения практики студент может получить консультацию (в устной или письменной форме) у руководителя практики. При прохождении производственной практики студент обязан своевременно выполнять задания, предусмотренные программой практики, а также указания руководителя практики, подчиняться действующим в учреждении правилам внутреннего распорядка; по окончании практики составить отчет о ее прохождении, приложив к нему документы, указанные в программе практики, а также характеристики с мест практики.

Руководство производственной практикой осуществляется преподавателем кафедры рекламы и связей с общественностью. Базой производственной практики студента может быть самостоятельно выбранная организация, предварительно согласованная с руководителем практики. В таком случае студент должен предоставить гарантийное письмо (отношение) организации об ее согласии на прохождение практики данным студентом; либо организации, предоставляемой бакалавру от института, по его собственному желанию, оформленному в виде заявления, из имеющейся базы практики.

Во время прохождения производственной практики студенты обязаны:

-соблюдать действующей на базе практики режим работы, включая табельный учет;

-на рабочих местах самостоятельно выполнять работу, отвечать за нее и ее результаты наравне со штатными работниками;

-вести дневник по установленной форме; представлять его на проверку и подпись руководителю от базы практики;

-представить на кафедру письменный отчет о результатах практики.

С момента зачисления студентов в период практик в качестве практикантов на рабочие места на них распространяются правила охраны труда и правила внутреннего распорядка, действующие в организации, с которыми они должны быть ознакомлены в установленном в организации порядке.

Цели производственной практики (профессионально-творческой практики):

Целью производственной практики является более углубленное изучение специальных дисциплин и дисциплин специализаций на основе приобретения практического опыта, закрепление полученных компетенций и навыков исследовательской и практической работы.

В ходе производственной практики происходит закрепление и углубление теоретической подготовки студента, приобретение и совершенствование практических навыков и компетенций, а также опыта самостоятельной профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.

Задачи производственной практики (профессионально-творческой практики):

- применение теоретических знаний, полученных в ходе освоения образовательной программы в решении практических задач

- развитие практических навыков на основе приобретения практического опыта.

- развитие полученных компетенций и навыков практической работы;

- сбор, обобщение и анализ полученных в ходе практики материалов для подготовки отчета по практике.

Организация производственной практики (профессионально-творческой практики) направлена на подготовку обучающихся к осуществлению деятельности по продвижению и

распространению продукции средств массовой информации и осуществлению управления информационными ресурсами в соответствии с профессиональными стандартами:

«Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н и выполнению обобщенной трудовой функции - организация продвижения продукции СМИ (код В);

«Специалист по информационным ресурсам», утвержден приказом Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 июля 2022 г. № 420н и выполнению обобщенной трудовой функции - управление информационными ресурсами (код С).

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате обучения, обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

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-3 - Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

УК-6 - Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

УК-10 - Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению

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-2 - Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах

ОПК-4 - Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

ОПК-5 - Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

ОПК-6 - Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности

ОПК-7 - Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

ПК-2 - Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

ПК-4 - Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

Формируемая компетенция	Планируемые результаты обучения		Код результата обучения
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез	Знать	методы проведения исследований рынка в сфере рекламы и связей с общественностью;	УК-1 – 31

информации, применять системный подход для решения поставленных задач		принципы организации работы в сфере рекламы и связей с общественностью, осуществляющиеся посредством анализа, синтеза и системного подхода;	УК-1 – 32
	Уметь	организовывать и реализовывать коммуникационные проекты на основе исследований рынка;	УК-1 – У1
		разрабатывать и выполнять коммуникационные программы в сфере рекламы и связей с общественностью, применяя критический анализ, синтез информации и системный подхода;	УК-1 – У2
	Владеть	практическими навыками проведения исследований рынка рекламы и связей с общественностью, для оценки его конкурентно способности;	УК-1 – В1
технологиями прогнозирования на предприятии индустрии моды и красоты, реализующимися посредством критического анализ, синтеза информации и системного подхода;		УК-1 – В2	
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	Знать	круг задач в рамках поставленной цели;	УК-2 – 31
		оптимальные способы решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;	УК-2 – 32
	Уметь	определять круг задач в рамках поставленной цели; □	УК-2 – У1
		предлагать оптимальные способы решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;	УК-2 – У2
	Владеть	навыками определять круг задач в рамках поставленной цели;	УК-2 – В1
		навыками выбирать оптимальные способы решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;	УК-2 – В2
УК-3 - Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	Знать	способы осуществления социального взаимодействия в команде; □	УК-3 – 31
		виды ролей в команде;	УК-3 – 32
	Уметь	определять свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели;	УК-3 – У1
		анализировать возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе, и строить продуктивное взаимодействие с учетом этого;	УК-3 – У2
	Владеть	навыками осуществлять социальное взаимодействие;	УК-3 – В1
		навыками реализовать свою роль в команде;	УК-3 – В2
УК-6 - Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	Знать	формы управления организацией по рекламе и связям с общественностью в процессе решения практических задач;	УК-6 – 31
		технологии развития персонала, теории мотивации, лидерства и власти для решения управленческих задач в сфере рекламы и связей с общественностью;	УК-6 – 32
	Уметь	применять методы организации взаимодействия в организации в сфере рекламы и связей с общественностью, в процессе решения практических задач;	УК-6 – У1
		составлять планы по развитию деятельности в	УК-6 – У2

		сфере рекламы и связей с общественностью, в условиях параметров организации и потребностей потребителей;	
	Владеть	навыками управления и планирования деятельности отделов и организаций в сфере рекламы и связей с общественностью;	УК-6 – В1
		методами разработки процесса коммуникации, с учетом требований государства и потребителя для реализации услуг в сфере рекламы и связей с общественностью;	УК-6 – В2
УК-10 - Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению	Знать	правовые нормы, обеспечивающие борьбу с коррупцией в различных областях жизнедеятельности	УК-10– 31
		способы профилактики коррупции и формирования нетерпимого отношения к ней;	УК-10 – 32
	Уметь	планировать, организовывать и проводить мероприятия, обеспечивающие формирование гражданской позиции и предотвращение коррупции в обществе;	УК-10 – У1
		проводить мероприятия, обеспечивающие формирование гражданской позиции и предотвращение коррупции в обществе;	УК-10 – У2
	Владеть	навыками соблюдения правил общественного взаимодействия на основе нетерпимого отношения к коррупции;	УК-10 – В1
		навыками контроля соблюдения правил общественного взаимодействия на основе нетерпимого отношения к коррупции;	УК-10 – В2
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	Знать	виды медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов;	ОПК-1 – 31
		нормы русского и иностранного языков и особенности иных знаковых систем;	ОПК-1 – 32
	Уметь	создавать медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранных языков;	ОПК-1 – У1
		анализировать востребованные обществом особенности знаковых систем;	ОПК-1 – У2
	Владеть	навыками создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты в соответствии с нормами русского и иностранных языков, особенностями иных знаковых систем;	ОПК-1 – В1
		навыками создавать востребованные обществом и индустрией коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранных языков, особенностями иных знаковых систем;	ОПК-1 – В2
ОПК-2 - Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	Знать	тенденции развития общественных институтов;	ОПК-2 – 31
		тенденции развития государственных институтов;	ОПК-2 – 32
	Уметь	выявлять тенденции развития общественных и государственных институтов;	ОПК-2 – У1
		учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов;	ОПК-2 – У2
	Владеть	навыками учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах;	ОПК-2 – В1
		навыками учитывать тенденции развития	ОПК-2 – В2

		общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых коммуникационных продуктах;	
ОПК-4 - Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	Знать	соотнесение социологических данных с запросами общества;	ОПК-4 – 31
		соотнесение социологических данных потребностями общества и отдельных аудиторных групп;	ОПК-4 – 32
	Уметь	использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах целевых аудиторий / групп общественности;	ОПК-4 – У1
		учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью;	ОПК-4 – У2
	Владеть	основными инструментами поиска информации о текущих запросах целевых аудиторий / групп общественности;	ОПК-4 – В1
		навыками учета основных характеристик целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью;	ОПК-4 – В2
ОПК-5 - Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	Знать	тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира;	ОПК-5 – 31
		политические и экономические механизмы функционирования, правовые и этические нормы регулирования региона, страны и мира;	ОПК-5 – 32
	Уметь	выявлять тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования;	ОПК-5 – У1
		учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира;	ОПК-5 – У2
	Владеть	навыками учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования;	ОПК-5 – В1
		навыками учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, исходя из правовых и этических норм их регулирования;	ОПК-5 – В2
ОПК-6 - Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	Знать	техническое оборудование, необходимое для осуществления профессиональной деятельности;	ОПК-6 – 31
		программное обеспечение необходимое для осуществления профессиональной деятельности;	ОПК-6 – 32
	Уметь	отбирать для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование;	ОПК-6 – У1
		отбирать для осуществления профессиональной деятельности необходимое программное обеспечение;	ОПК-6 – У2
	Владеть	навыками применения современных цифровых устройств, на всех этапах создания текстов	ОПК-6 – В1

		рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов;	
		навыками применения современных платформ и программного обеспечения на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов;	ОПК-6 – В2
ОПК-7 - Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	Знать	возможные эффекты и последствия своей профессиональной деятельности; □	ОПК-7 – 31
		принципы создания социальной ответственности;	ОПК-7 – 32
	Уметь	прогнозировать эффекты своей профессиональной деятельности; □	ОПК-7 – У1
		оценивать последствия своей профессиональной деятельности; □	ОПК-7 – У2
	Владеть	навыками учитывать принципы социальной ответственности в своей профессиональной деятельности;	ОПК-7 – В1
		навыками учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности;	ОПК-7 – В2
ПК-2 - Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	Знать	правила и способы обработки информационных ресурсов на сайте;	ПК-2 – 31
		правила и способы размещения информационных ресурсов на сайте; □	ПК-2 – 32
	Уметь	вводить и обрабатывать текстовые данные;	ПК-2 – У1
		сканировать и обрабатывать графическую информацию;	ПК-2 – У2
	Владеть	навыками создания и ведения информационных баз данных;	ПК-2 – В1
		навыками размещения информации на сайте;	ПК-2 – В2
ПК-4 - Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Знать	функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью;	ПК-4 – 31
		основы тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии;	ПК-4 – 32
	Уметь	осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии;	ПК-4 – У1
		организовывать внутренние коммуникации и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры;	ПК-4 – У2
	Владеть	навыками организации коммуникационных кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью;	ПК-4 – В1
		навыками реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью;	ПК-4 – В2

3. МЕСТО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.

Б2.О.02.01(П) Производственная практика (профессионально-творческая практика) относится к обязательной части Блока 2 «Практики» образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Производственная практика (профессионально-творческая практика) является обязательным разделом основной образовательной программы подготовки бакалавров. Она

представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся.

Практика закрепляет знания и умения, приобретаемые студентами в результате освоения теоретических курсов, вырабатывает практические навыки и способствует комплексному формированию компетенций обучающихся.

Теоретические дисциплины, необходимые для прохождения производственной практики (профессионально-творческая практика): Философия, История (история России, всеобщая история), Иностранный язык, Физическая культура и спорт, Русский язык и культура речи, Социология, Интернет-ресурсы, Основы теории коммуникации, Теория и практика массовой информации, Введение в современную коммуникацию, Математические методы в рекламе и связи с общественностью, безопасность жизнедеятельности, Психология, Политология, История отечественной и зарубежной культуры, Основы рекламы и связи с общественностью, Методы научных исследований, Правовое регулирование рекламы и связей с общественностью, Профессиональная этика, Основы менеджмента, Основы маркетинга, Работа с медиатекстами, Психология массовых коммуникаций, Реклама в коммуникационном процессе, Иностранный язык в профессиональной сфере, Логика и теория аргументации, Организация и проведение рекламных и PR кампаний в бизнесе, Деловое общение.

Особенности, характеризующие производственную практику:

Студент обязан добросовестно и качественно выполнять порученную работу на любом этапе производственной практики, активно участвовать в общественной деятельности производственных подразделений, способствуя успеху выполнения работ.

Во время прохождения производственной практики бакалавр максимально глубоко изучает, и исследует производственные процессы проведения мероприятий в современных условиях. На основании проработанного материала и собственного анализа процессов, осуществляемых на производстве, бакалавр разрабатывает инновационные подходы и методы проведения этих работ. При этом используется различный арсенал вычислительной техники и программного обеспечения.

В процессе организации производственной практики руководителями от выпускающей кафедры и руководителем от предприятия (организации) должны применяться современные образовательные и научно-производственные технологии.

1. Мультимедийные технологии – организационное собрание, ознакомительные лекции и инструктаж студентов во время практики проводятся в помещениях, оборудованных экраном, видеопроектором, персональными компьютерами. Это позволяет руководителям и специалистам предприятия (организации) экономить время, затрачиваемое на изложение необходимого материала и увеличить его объем.

2. Дистанционная форма консультаций, консультации по электронной почте или с использованием социальных сетей во время прохождения конкретных этапов производственной практики и подготовки отчета.

3. Компьютерные технологии и программные продукты, необходимые для сбора и систематизации технико-экономической и финансовой информации, разработки планов, проведения требуемых программой практики расчетов и т. д. Для чего часть занятий по производственной практике проводятся в компьютерных классах.

При самостоятельной работе бакалавру следует обращать внимание на обоснование и постановку задачи организации, изучить суть проблем и сделать попытку разработки предложений по их осуществлению. Рекомендуются принять активное участие на всех этапах проведения работ, собрать необходимый материал для написания квалификационной работы.

Перед прохождением производственной практики студент должен изучить программу практики и обратиться к соответствующим правовым нормативным материалам с тем, чтобы быть подготовленным к выполнению поручений, данных руководителем практики и решению конкретных практических вопросов. Как при подготовке, так и в

период прохождения практики, студент должен обращаться к законодательству, учебной и научной литературе, текущей нормативной туристской документации.

Для закрепления полученных в ходе теоретической подготовки знаний и приобретения практического опыта студент должен максимально использовать возможности производственных контактов с руководителями и работниками основных отделов, знакомиться с ежегодными отчетами и текущей документацией.

Учебно-методическим обеспечением самостоятельной работы студентов на производственной практике являются:

1. нормативные документы, регламентирующие деятельность предприятия (организации), на котором проходит производственную практику студент;
2. методические разработки для студентов, определяющие порядок прохождения и содержание производственной практики;
3. информация рекомендованных Интернет – ресурсов.

4. ОБЪЕМ И ФОРМЫ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Общая трудоемкость производственной практики (профессионально-творческой практики) составляет 6 зачетных единиц, 216 часов.

№	Форма обучения	Курс	Семестр	Кол-во часов	Форма текущего контроля
1	Очная	2	4	216 часов	зачет с оценкой
2	Очно-заочная	3	6	216 часов	зачет с оценкой
3	Заочная	3	6	216 часов	зачет с оценкой

5. СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Производственная практика (профессионально-творческая практика) является важнейшим компонентом системы профессиональной подготовки будущего бакалавра. Она выступает связующим этапом между теоретическим обучением студента и его будущей самостоятельной работой. Организация и проведение практики характеризуются тем, что содержание практики строится в логике идеи непрерывного образования, на основе четкой программы формирования профессиональных знаний, навыков и умений студентов, ее этапности от курса к курсу.

Рабочий график (план) проведения производственной практики (профессионально-творческой практики)

№ п/п	Наименование работы	Продолжительность (24 дня)
1.	Ознакомление с объектом практики, работой структурных подразделений, инструктаж по ТБ	2
2.	Работа на рабочем месте, сбор материалов по выданной теме производственной практики	20
3.	Оформление отчета	2

Общее методическое руководство и контроль за ходом производственной практики (профессионально-творческой практики) студентов осуществляется руководителями практики от образовательной организации

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работ на практике, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость	Код формируемой компетенции
1	Подготовительный этап	Перед началом производственной практики (профессионально-творческой практики) проводится организационное собрание, на котором	УК-1 УК-2 УК-3

		студенты знакомятся с Приказом о распределении на базы практики. Прохождение инструктажа по технике безопасности, ознакомительная лекция. Получение индивидуального задания от руководителя практики Получение методических рекомендаций по организации производственной практики (профессионально-творческой практики).	
2.	Исследовательский этап	Сбор, обработка и анализ фактического материала в соответствии с индивидуальным заданием. Выполнение индивидуального задания. Периодический отчет перед руководителем практики о ходе выполнения индивидуального задания.	УК-6 УК-10 ОПК-1 ОПК-2
3.	Аналитический этап	Обработка и систематизация собранного фактического материала, подготовка аналитического материала в соответствии с индивидуальным заданием. Формирование отчетной документации по практике.	ОПК-4 ОПК-5 ОПК-6 ОПК-7 ПК-2 ПК-4
4.	Подготовка отчета по практике	Обработка полученной информации, и описание выполняемых функций, оформление студентом необходимой документации по практике, предоставление всей документации руководителю практики на проверку	УК-1 УК-2 УК-3 УК-6 УК-10 ОПК-1 ОПК-2 ОПК-4 ОПК-5 ОПК-6 ОПК-7 ПК-2 ПК-4
5.	Защита практики, у руководителя практики от кафедры	Отчет по практике по выбранной теме, оформленный в печатном виде. В приложении к отчету обучающийся прилагает необходимые материалы.	

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРАКТИКЕ

Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе проведения производственной практики (профессионально-творческой практики)

Формируемая компетенция	Планируемые результаты обучения		ФОС для текущего контроля	ФОС для промежуточной аттестации
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Знать	методы проведения исследований рынка в сфере рекламы и связей с общественностью; УК-1–31	Дневник прохождения практики.	Отчет о прохождении практики.
		принципы организации работы в сфере рекламы и связей с общественностью,		

		осуществляющиеся посредством анализа, синтеза и системного подхода; УК-1-32		
	Уметь	организовывать и реализовывать коммуникационные проекты на основе исследований рынка; УК-1-У1	Дневник прохождения практики.	
		разрабатывать и выполнять коммуникационные программы в сфере рекламы и связей с общественностью, применяя критический анализ, синтез информации и системный подхода; УК-2-У2		
	Владеть	практическими навыками проведения исследований рынка рекламы и связей с общественностью, для оценки его конкурентно способности; УК-1-В1	Индивидуальное задание	
		технологиями прогнозирования на предприятии индустрии моды и красоты, реализующимися посредством критического анализ, синтеза информации и системного подхода; УК1-В2		
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	Знать	круг задач в рамках поставленной цели; УК-2-31	Дневник прохождения практики.	Отчет о прохождении практики.
		оптимальные способы решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений; УК-2-32		
	Уметь	определять круг задач в рамках поставленной цели; УК-2-У1	Дневник прохождения практики.	
		предлагать оптимальные способы решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений; УК-2-У2		
Владеть	навыками определять	Индивидуаль		

		круг задач в рамках поставленной цели; УК-2-В1	ное задание	
		навыками выбирать оптимальные способы решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений; УК-2-В2		
УК-3 - Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	Знать	способы осуществления социального взаимодействия в команде; УК-3-31	Дневник прохождения практики.	Отчет о прохождении практики.
		виды ролей в команде; УК-3-32		
	Уметь	определять свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели; УК-3-У1	Дневник прохождения практики.	
		анализировать возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе, и строить продуктивное взаимодействие с учетом этого; УК-3-У2		
Владеть	навыками осуществлять социальное взаимодействие; УК-3-В1	Индивидуальное задание		
	навыками реализовать свою роль в команде; УК-3-В2			
УК-6 - Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	Знать	формы управления организацией по рекламе и связям с общественностью в процессе решения практических задач; УК-6-31	Дневник прохождения практики.	Отчет о прохождении практики.
		технологии развития персонала, теории мотивации, лидерства и власти для решения управленческих задач в сфере рекламы и связей с общественностью; УК-6-32		
	Уметь	применять методы организации взаимодействия в	Дневник прохождения практики.	

		организации в сфере рекламы и связей с общественностью, в процессе решения практических задач; УК-6-У1		
		составлять планы по развитию деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, в условиях параметров организации и потребностей потребителей; УК-6-У2		
	Владеть	навыками управления и планирования деятельности отделов и организаций в сфере рекламы и связей с общественностью; УК-6-В1	Индивидуальное задание	
		методами разработки процесса коммуникации, с учетом требований государства и потребителя для реализации услуг в сфере рекламы и связей с общественностью; УК-6-В2		
УК-10 - Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению	Знать	правовые нормы, обеспечивающие борьбу с коррупцией в различных областях жизнедеятельности УК-10-З1	Дневник прохождения практики.	Отчет о прохождении практики.
		способы профилактики коррупции и формирования нетерпимого отношения к ней; УК-10-З2		
	Уметь	планировать, организовывать и проводить мероприятия, обеспечивающие формирование гражданской позиции и предотвращение коррупции в обществе; УК-10-У1	Дневник прохождения практики.	
		проводить мероприятия, обеспечивающие формирование гражданской позиции и предотвращение коррупции в обществе; УК-10-У2		
Владеть	навыками соблюдения правил общественного	Индивидуальное задание		

		взаимодействия на основе нетерпимого отношения к коррупции; УК-10–В1		
		навыками контроля соблюдения правил общественного взаимодействия на основе нетерпимого отношения к коррупции; УК-10–В2		
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	Знать	виды медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; ОПК-1-31	Дневник прохождения практики.	Отчет о прохождении практики.
		нормы русского и иностранного языков и особенности иных знаковых систем; ОПК-1-32		
	Уметь	создавать медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранных языков; ОПК-1-У1	Дневник прохождения практики.	
		анализировать востребованные обществом особенности знаковых систем; ОПК-1-У2		
	Владеть	навыками создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты в соответствии с нормами русского и иностранных языков, особенностями иных знаковых систем; ОПК-1-В1	Индивидуальное задание	
		навыками создавать востребованные обществом и индустрией коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранных языков, особенностями иных знаковых систем; ОПК-1-В2		
ОПК-2 - Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или)	Знать	тенденции развития общественных институтов; ОПК-2–31	Дневник прохождения практики.	Отчет о прохождении практики.
		тенденции развития государственных институтов;		

коммуникационных продуктах	Уметь	ОПК-2-32 выявлять тенденции развития общественных и государственных институтов; ОПК-2-У1	Дневник прохождения практики.	
		учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов; ОПК-2-У2		
Владеть	навыками учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах; ОПК-2-В1	Индивидуальное задание		
	навыками учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых коммуникационных продуктах; ОПК-2-В2			
ОПК-4 - Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	Знать	соотнесение социологических данных с запросами общества; ОПК-4-31	Дневник прохождения практики.	Отчет о прохождении практики.
		соотнесение социологических данных потребностями общества и отдельных аудиторных групп; ОПК-4-32		
	Уметь	использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах целевых аудиторий / групп общественности; ОПК-4-У1	Дневник прохождения практики.	
		учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью; ОПК-4-У2		
Владеть	основными инструментами поиска информации о текущих запросах целевых аудиторий / групп общественности;	Индивидуальное задание		

		ОПК-4-В1 навыками учета основных характеристик целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью;		
ОПК-5 - Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	Знать	ОПК-4-В2 тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира;	Дневник прохождения практики.	Отчет о прохождении практики.
		ОПК-5-31 политические и экономические механизмы функционирования, правовые и этические нормы регулирования региона, страны и мира;		
	Уметь	ОПК-5-32 выявлять тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования;	Дневник прохождения практики.	
		ОПК-5-У1 учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира;		
Владеть	ОПК-5-У2 навыками учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования;	Индивидуальное задание		
	ОПК-5-В1 навыками учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из правовых и этических			

		норм их регулирования; ОПК-5-B2		
ОПК-6 - Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	Знать	техническое оборудование, необходимое для осуществления профессиональной деятельности; ОПК-6-31	Дневник прохождения практики.	Отчет о прохождении практики.
		программное обеспечение необходимое для осуществления профессиональной деятельности; ОПК-6-32		
	Уметь	отбирать для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование; ОПК-6-У1	Дневник прохождения практики.	
отбирать для осуществления профессиональной деятельности необходимое программное обеспечение; ОПК-6-У2				
Владеть	навыками применения современных цифровых устройств, на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов; ОПК-6-B1	Индивидуальное задание		
	навыками применения современных платформ и программного обеспечения на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов; ОПК-6-B2			
ОПК-7 - Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	Знать	возможные эффекты и последствия своей профессиональной деятельности; □ ОПК-7-31	Дневник прохождения практики.	Отчет о прохождении практики.
принципы создания социальной ответственности;				

		ОПК-7-32		
	Уметь	прогнозировать эффекты своей профессиональной деятельности; □ ОПК-7-У1	Дневник прохождения практики.	
		оценивать последствия своей профессиональной деятельности; □ ОПК-7-У2		
	Владеть	навыками учитывать принципы социальной ответственности в своей профессиональной деятельности; ОПК-7-В1	Индивидуальное задание	
		навыками учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности; ОПК-7-В2		
ПК-2 - Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	Знать	правила и способы обработки информационных ресурсов на сайте; □ ПК-2-31	Дневник прохождения практики.	Отчет о прохождении практики.
		правила и способы размещения информационных ресурсов на сайте; □ ПК-2-32		
	Уметь	вводить и обрабатывать текстовые данные; ПК-2-У1	Дневник прохождения практики.	
		сканировать и обрабатывать графическую информацию; ПК-2-У2		
	Владеть	навыками создания и ведения информационных баз данных; ПК-2-В1	Индивидуальное задание	
		навыками размещения информации на сайте; ПК-2-В2		
ПК-4 - Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Знать	функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью; ПК-4-31	Дневник прохождения практики.	Отчет о прохождении практики.
		основы тактического		

		планирований мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии; ПК-4-32		
	Уметь	осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии; ПК-4-У1	Дневник прохождения практики.	
		организовывать внутренние коммуникации и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры; ПК-4-У2		
	Владеть	навыками организации коммуникационных кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; ПК-4-В1	Индивидуальное задание	
		навыками реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью; ПК-4-В2		

Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Формируемая компетенция	Планируемые результаты обучения		Критерии оценивания результатов обучения			
			2	3	4	5
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Знать	методы проведения исследований рынка в сфере рекламы и связей с общественностью; УК-1-31	Не знает	Частично знает	Знает	Отлично знает
		принципы организации работы в сфере рекламы и связей с общественностью, осуществляющиеся посредством анализа, синтеза и системного подхода; УК-1-32				
	Уметь	организовывать и реализовывать	Не умеет	Частично умеет	Умеет	Свободно умеет

		коммуникационные проекты на основе исследований рынка; УК-1–У1				
		разрабатывать и выполнять коммуникационные программы в сфере рекламы и связей с общественностью, применяя критический анализ, синтез информации и системный подхода; УК-2-У2				
	Владеть	практическими навыками проведения исследований рынка рекламы и связей с общественностью, для оценки его конкурентно способности; УК-1–В1	Не владеет	Частично владеет	Владеет	Свободно владеет
		технологиями прогнозирования на предприятии индустрии моды и красоты, реализующимися посредством критического анализ, синтеза информации и системного подхода; УК1–В2				
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	Знать	круг задач в рамках поставленной цели; УК-2-31	Не знает	Частично знает	Знает	Отлично знает
		оптимальные способы решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений; УК-2-32				
	Уметь	определять круг задач в рамках поставленной цели; УК-2-У1	Не умеет	Частично умеет	Умеет	Свободно умеет
		предлагать оптимальные способы решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений; УК-2-У2				
	Владеть	навыками определять	Не владеет	Частично	Владеет	Свободно

		круг задач в рамках поставленной цели; УК-2-В1		владеет		владеет
		навыками выбирать оптимальные способы решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений; УК-2-В2				
УК-3 - Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	Знать	способы осуществления социального взаимодействия в команде; УК-3-31	Не знает	Частично знает	Знает	Отлично знает
		виды ролей в команде; УК-3-32				
	Уметь	определять свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели; УК-3-У1	Не умеет	Частично умеет	Умеет	Свободно умеет
		анализировать возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе, и строить продуктивное взаимодействие с учетом этого; УК-3-У2				
	Владеть	навыками осуществлять социальное взаимодействие; УК-3-В1	Не владеет	Частично владеет	Владеет	Свободно владеет
		навыками реализовать свою роль в команде; УК-3-В2				
УК-6 - Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	Знать	формы управления организацией по рекламе и связям с общественностью в процессе решения практических задач; УК-6-31	Не знает	Частично знает	Знает	Отлично знает
		технологии развития персонала, теории мотивации, лидерства и власти для решения управленческих задач				

		в сфере рекламы и связей с общественностью; УК-6-32				
	Уметь	применять методы организации взаимодействия в организации в сфере рекламы и связей с общественностью, в процессе решения практических задач; УК-6-У1	Не умеет	Частично умеет	Умеет	Свободно умеет
		составлять планы по развитию деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, в условиях параметров организации и потребностей потребителей; УК-6-У2				
	Владеть	навыками управления и планирования деятельности отделов и организаций в сфере рекламы и связей с общественностью; УК-6-В1	Не владеет	Частично владеет	Владеет	Свободно владеет
		методами разработки процесса коммуникации, с учетом требований государства и потребителя для реализации услуг в сфере рекламы и связей с общественностью; УК-6-В2				
УК-10 - Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению	Знать	правовые нормы, обеспечивающие борьбу с коррупцией в различных областях жизнедеятельности УК-10-31	Не знает	Частично знает	Знает	Отлично знает
		способы профилактики коррупции и формирования нетерпимого отношения к ней; УК-10-32				
	Уметь	планировать, организовывать и проводить мероприятия, обеспечивающие формирование	Не умеет	Частично умеет	Умеет	Свободно умеет

		гражданской позиции и предотвращение коррупции в обществе; УК-10–У1				
		проводить мероприятия, обеспечивающие формирование гражданской позиции и предотвращение коррупции в обществе; УК-10–У2				
	Владеть	навыками соблюдения правил общественного взаимодействия на основе нетерпимого отношения к коррупции; УК-10–В1	Не владеет	Частично владеет	Владеет	Свободно владеет
		навыками контроля соблюдения правил общественного взаимодействия на основе нетерпимого отношения к коррупции; УК-10–В2				
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	Знать	виды медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; ОПК-1-31	Не знает	Частично знает	Знает	Отлично знает
		нормы русского и иностранного языков и особенности иных знаковых систем; ОПК-1-32				
	Уметь	создавать медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранных языков; ОПК-1-У1	Не умеет	Частично умеет	Умеет	Свободно умеет
		анализировать востребованные обществом особенности знаковых систем; ОПК-1-У2				
	Владеть	навыками создавать востребованные обществом и	Не владеет	Частично	Владеет	Свободно

		индустрией медиатексты и (или) медиапродукты в соответствии с нормами русского и иностранных языков, особенностями иных знаковых систем; ОПК-1-В1		владеет		владеет
		навыками создавать востребованные обществом и индустрией коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранных языков, особенностями иных знаковых систем; ОПК-1-В2				
ОПК-2 - Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	Знать	тенденции развития общественных институтов; ОПК-2-31	Не знает	Частично знает	Знает	Отлично знает
		тенденции развития государственных институтов; ОПК-2-32				
	Уметь	выявлять тенденции развития общественных и государственных институтов; ОПК-2-У1	Не умеет	Частично умеет	Умеет	Свободно умеет
		учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов; ОПК-2-У2				
	Владеть	навыками учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктов; ОПК-2-В1	Не владеет	Частично владеет	Владеет	Свободно владеет
		навыками учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых коммуникационных				

		продуктах; ОПК-2–В2				
ОПК-4 - Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	Знать	соотнесение социологических данных с запросами общества; ОПК-4–31	Не знает	Частично знает	Знает	Отлично знает
		соотнесение социологических данных потребностями общества и отдельных аудиторных групп; ОПК-4–32				
	Уметь	использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах целевых аудиторий / групп общественности; ОПК-4–У1	Не умеет	Частично умеет	Умеет	Свободно умеет
учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью; ОПК-4–У2						
	Владеть	основными инструментами поиска информации о текущих запросах целевых аудиторий / групп общественности; ОПК-4–В1	Не владеет	Частично владеет	Владеет	Свободно владеет
		навыками учета основных характеристик целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью; ОПК-4–В2				
ОПК-5 - Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	Знать	тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира; ОПК-5-31	Не знает	Частично знает	Знает	Отлично знает
политические и экономические механизмы функционирования, правовые и этические нормы регулирования региона, страны и мира; ОПК-5-32						

	Уметь	выявлять тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования; ОПК-5-У1	Не умеет	Частично умеет	Умеет	Свободно умеет
		учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира; ОПК-5-У2				
	Владеть	навыками учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования; ОПК-5-В1	Не владеет	Частично владеет	Владеет	Свободно владеет
		навыками учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из правовых и этических норм их регулирования; ОПК-5-В2				
ОПК-6 - Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	Знать	техническое оборудование, необходимое для осуществления профессиональной деятельности; ОПК-6-31	Не знает	Частично знает	Знает	Отлично знает
		программное обеспечение необходимое для осуществления профессиональной деятельности; ОПК-6-32				
	Уметь	отбирать для	Не умеет	Частично	Умеет	Свободно

		<p>осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование; ОПК-6-У1</p> <p>отбирать для осуществления профессиональной деятельности необходимое программное обеспечение; ОПК-6-У2</p>		умеет		умеет
	Владеть	<p>навыками применения современных цифровых устройств, на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов; ОПК-6-В1</p>	Не владеет	Частично владеет	Владеет	Свободно владеет
		<p>навыками применения современных платформ и программного обеспечения на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов; ОПК-6-В2</p>				
ОПК-7 - Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	Знать	<p>возможные эффекты и последствия своей профессиональной деятельности; □ ОПК-7-31</p>	Не знает	Частично знает	Знает	Отлично знает
		<p>принципы создания социальной ответственности; ОПК-7-32</p>				
	Уметь	<p>прогнозировать эффекты своей профессиональной деятельности; □ ОПК-7-У1</p>	Не умеет	Частично умеет	Умеет	Свободно умеет
		<p>оценивать последствия своей профессиональной деятельности; □ ОПК-7-У2</p>				

	Владеть	навыками учитывать принципы социальной ответственности в своей профессиональной деятельности; ОПК-7-В1	Не владеет	Частично владеет	Владеет	Свободно владеет
		навыками учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности; ОПК-7-В2				
ПК-2 - Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	Знать	правила и способы обработки информационных ресурсов на сайте; □ ПК-2-31	Не знает	Частично знает	Знает	Отлично знает
		правила и способы размещения информационных ресурсов на сайте; □ ПК-2-32				
	Уметь	вводить и обрабатывать текстовые данные; ПК-2-У1	Не умеет	Частично умеет	Умеет	Свободно умеет
		сканировать и обрабатывать графическую информацию; ПК-2-У2				
Владеть	навыками создания и ведения информационных баз данных; ПК-2-В1	Не владеет	Частично владеет	Владеет	Свободно владеет	
	навыками размещения информации на сайте; ПК-2-В2					
ПК-4 - Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Знать	функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью; ПК-4-31	Не знает	Частично знает	Знает	Отлично знает
основы тактического планирования мероприятий в						

		рамках реализации коммуникационной стратегии; ПК-4-32				
Уметь		осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии; ПК-4-У1	Не умеет	Частично умеет	Умеет	Свободно умеет
		организовывать внутренние коммуникации и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры; ПК-4-У2				
Владеть		навыками организации коммуникационных кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; ПК-4-В1	Не владеет	Частично владеет	Владеет	Свободно владеет
		навыками реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью; ПК-4-В2				

6.1. ФОС для проведения текущего контроля.

Формой текущего контроля являются регулярные консультации преподавателя руководителя практики от кафедры; контроль со стороны руководителя практики по месту ее прохождения.

Текущий контроль осуществляется по результатам выполнения студентом индивидуального задания по практике, форма предоставления итогов задания определяется индивидуально преподавателем. Преподаватель руководитель практики от кафедры во время выполнения индивидуального задания студентом осуществляет регулярные консультации, руководитель практики по месту прохождения практики – осуществляет регулярный контроль выполнения индивидуального задания.

Перечень типовых индивидуальных заданий:

1. Принять участие в процессе планирования PR-кампаний в организации.
2. Принять участие в процессе планирования рекламных кампаний в организации.
3. Принять участие в процессе планирования BTL-кампаний в организации.
4. Принять участие в процессе проведения PR-кампаний в организации.
5. Принять участие в процессе проведения рекламных кампаний в организации.
6. Принять участие в процессе проведения BTL-кампаний в организации.
7. Применить на практике методы и инструменты PR-кампаний.

8. Применить на практике методы и инструменты рекламных кампаний.
9. Применить на практике методы и инструменты BTL-кампаний.
10. Принять участие в процессе управления PR-кампанией.
11. Принять участие в процессе управления рекламных кампаний.
12. Принять участие в процессе управления BTL-кампаний.
13. Принять участие в процессе организации выставочной деятельности.
14. Применить на практике технологии связей с общественностью с инвесторами.
15. Применить на практике технологии написания PR-текстов.
16. Применить на практике технологии написания PR-текстов новостных жанров.
17. Применить на практике технологии написания PR-текстов, актуальных для бренд-коммуникаций.
18. Ознакомиться со способами размещения фотографий в PR-целях.
19. Применить на практике технологии написания медиатекстов.
20. Применить на практике технологии написания комбинированных текстов.
21. Использовать в работе рекламные видео-технологии.
22. Применить на практике технологии наружной рекламы в организации.
23. Применить на практике технологии радиорекламы в организации.
24. Применить на практике технологии печатной рекламы в организации.
25. Применить современные средства массовой коммуникации.
26. Принять участие в разработке стратегии брендинга.
27. Принять участие в разработке программы брендинга.
28. Принять участие в разработке стратегии кобрендинга.
29. Принять участие в создании атрибутики бренда сетевой компании.
30. Принять участие в планировании мероприятий.
31. Принять участие в проведении мероприятий.
32. Принять участие в оценке эффективности мероприятий.
33. Принять участие в планировании малобюджетных мероприятий.
34. Принять участие в проведении малобюджетных мероприятий.
35. Принять участие в оценке эффективности малобюджетных мероприятий.
36. Принять участие в разработке брендинга на основе инновационных технологий.
37. Принять участие в разработке коммуникационной стратегии брендов класса-люкс.
38. Принять участие в реализации коммуникационной стратегии продвижения брендов класса люкс.
39. Принять участие в разработке коммуникационной стратегии продвижения брендов класса люкс.
40. Принять участие в разработке коммуникационной стратегии продвижения брендов класса премиум.
41. Принять участие в разработке коммуникационной стратегии продвижения диффузных брендов.
42. Принять участие в разработке коммуникационной стратегии продвижения бридж-брендов.

43. Принять участие в разработке коммуникационной стратегии продвижения брендов сегмента демократичных марок.
44. Принять участие в реализации коммуникационной стратегии продвижения брендов класса премиум.
45. Принять участие в реализации коммуникационной стратегии продвижения диффузных брендов.
46. Принять участие в реализации коммуникационной стратегии продвижения бридж-брендов.
47. Принять участие в реализации коммуникационной стратегии продвижения брендов сегмента демократичных марок.
48. Принять участие в реализации стратегии продвижения организации в социальных сетях.
49. Применить на практике технологии продвижения организации в социальных сетях.
50. Применить на практике способы оценки эффективности продвижения организации в социальных сетях.
51. Принять участие в реализации стратегии продвижения организации в Интернете.
52. Применить на практике технологии продвижения организации в Интернете.
53. Применить на практике способы оценки эффективности продвижения организации в Интернете.
54. Принять участие в реализации стратегии продвижения организации с помощью мессенджеров.
55. Применить на практике технологии продвижения организации с помощью мессенджеров.
56. Применить на практике способы оценки эффективности продвижения организации с помощью мессенджеров.
57. Принять участие в реализации стратегии продвижения бренда в Интернете.
58. Применить на практике технологии продвижения бренда в Интернете.
59. Применить на практике способы оценки эффективности продвижения бренда в Интернете.
60. Принять участие в реализации стратегии продвижения бренда в социальных сетях.
61. Применить на практике технологии продвижения бренда в социальных сетях.
62. Применить на практике способы оценки эффективности продвижения бренда в социальных сетях.
63. Принять участие в реализации стратегии продвижения бренда с помощью мессенджеров.
64. Применить на практике технологии продвижения бренда с помощью мессенджеров.
65. Применить на практике способы оценки эффективности продвижения бренда с помощью мессенджеров.
66. Принять участие в написании постов в социальных сетях. Выявить специфику.
67. Опубликовать пост/посты в социальных сетях.

68. Принять участие во взаимодействии организации со СМИ.
69. Принять участие во взаимодействии организации с государственными органами.
70. Принять участие во взаимодействии организации с целевой аудиторией.
71. Принять участие во взаимодействии организации с инвесторами.
72. Принять участие во взаимодействии организации с партнерами.
73. Принять участие во взаимодействии организации с группами общественности.
74. Применить на практике технологию организации пресс-конференции.
75. Применить на практике технологию проведения пресс-конференции.
76. Применить на практике технологию оценки эффективности пресс-конференции.
77. Принять участие в организации брифинга.
78. Принять участие в проведении брифинга.
79. Применить на практике технологию оценки эффективности брифинга.
80. Принять участие в организации пресс-завтрака.
81. Принять участие в проведении пресс-завтрака.
82. Применить на практике технологию оценки эффективности пресс-завтрака.
83. Принять участие в организации пресс-тура.
84. Принять участие в проведении пресс-тура.
85. Применить на практике технологию оценки эффективности пресс-тура.
86. Принять участие в проведении мониторинга.
87. Принять участие в проведении контент-анализа.
88. Принять участие в составлении базы данных.
89. Принять участие в организации конкурса.
90. Принять участие в проведении конкурса.
91. Применить на практике технологию оценки эффективности конкурса.
92. Принять участие в составлении отчетной документации по проекту.
93. Принять участие в составлении отчетной документации по спонсорской деятельности.
94. Принять участие в составлении отчетной документации по конкурсу.
95. Принять участие в написании пресс-релиза.
96. Принять участие в написании новостных материалов.
97. Принять участие в написании аналитической записки.
98. Принять участие в составлении технического задания.
99. Принять участие в составлении брифа.
100. Принять участие в написании аналитической статьи.
101. Принять участие в написании репортажа.
102. Принять участие в написании рекламного текста.
103. Принять участие в составлении коммерческого предложения.
104. Принять участие в комплексном исследовании ситуации.
105. Принять участие во взаимодействии с клиентами.
106. Принять участие во взаимодействии с заказчиками.
107. Принять участие в подготовке публикационного материала в печать.
108. Применить на практике технологии работы в корпоративном издании.

109. Применить на практике технологии работы внутрикорпоративного отдела.

110. Применить на практике технологии формирования бренда на основе корпоративной культуры.

6.2. ФОС для проведения промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация осуществляется по результатам выполнения студентом отчета по практике, форма предоставления отчетов имеет четкую структуру. Преподаватель руководитель практики от кафедры во время выполнения заданий и пояснительной записки к отчету студентом осуществляет регулярные консультации, руководитель практики по месту прохождения практики – осуществляет регулярный контроль выполнения заданий отчета и пояснительной записки к отчету.

Критерии дифференцированного зачета на защите отчёта по практике предусматривают оценку работы обучающегося, проверку полученных практических знаний, их глубину, умение доносить свою мысль, развитие творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их.

6.2.1. Формы отчетности по практике

1. Направление на практику (Приложение 1).
2. Договор о прохождении практики (Приложение 2).
3. Индивидуальное задание на практику (в индивидуальном задании ставится цель практики. Перечисляются задачи, которые необходимо решить для достижения поставленной цели практики (Приложение 3).
4. Совместный рабочий график (план) – Приложение 4.
5. Дневник о прохождении практики с отзывом руководителя практики от предприятия (с печатью предприятия и подписью руководителя практики от предприятия) - по решению кафедры (Приложение 5).
6. Отзыв-характеристика руководителя практики от организации (Приложение 6).
7. Отчет о прохождении практики (Приложение 7).
8. Презентация по отчету.

6.2.2. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

В процессе прохождения производственной практики (профессионально-творческая практика) контролируются и оцениваются уровень сформированности показателей профессиональной компетенций (УК-1, УК-2, УК-3, УК-6, УК-10, ОПК-1, ОПК-2, ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-2, ПК-4), а также полнота и качество представленных отчетных документов.

Промежуточная аттестация проходит в форме защиты отчета о прохождении практики (дифференцированного зачета). Защита практики (дифференцированный зачет) проводится согласно расписанию зачетно-экзаменационной сессии. К промежуточной аттестации не допускаются обучающиеся, не сдавшие отчет о прохождении практики.

Защита практики включает в себя:

- доклад обучающегося о прохождении практики;
- анализ выполнения индивидуальных заданий на практику и анализа и оценки действий обучающегося в ходе практики;

В зависимости от результатов защиты руководителя практики от образовательной организации выставляет обучающемуся оценку в соответствии со следующими критериями:

Оценка	Критерии оценки показателя компетенции на базовом уровне	Критерии оценки показателя компетенции на повышенном уровне
Зачтено-Отлично	<ul style="list-style-type: none"> - даны исчерпывающие и обоснованные ответы на все поставленные вопросы; - правильно выполнены все практические задания на практику; -представленный отчет соответствует установленный требованиям. 	<ul style="list-style-type: none"> - даны исчерпывающие и обоснованные ответы на все поставленные вопросы, при ответах выделялось главное, ответы были четкими и краткими, излагались логически последовательно; самостоятельно анализировались факты, события, явления, процессы профессиональной деятельности; - правильно выполнены все практические задания на практику; - представленный отчет соответствует установленный требованиям.
Зачтено-Хорошо	<ul style="list-style-type: none"> - даны полные, достаточно обоснованные ответы на поставленные вопросы, при ответах не всегда выделялось главное; - без ошибок выполнены более 75% практических заданий на практику; - представленный отчет соответствует установленный требованиям. 	<ul style="list-style-type: none"> - даны полные, достаточно обоснованные ответы на поставленные вопросы, при ответах не всегда выделялось главное, отдельные положения недостаточно увязывались с требованиями руководящих документов, ответы в основном были краткими, но не всегда четкими;
Зачтено-Удовлетворительно	<ul style="list-style-type: none"> - даны в основном правильные ответы на все поставленные вопросы, но без должной глубины и обоснования; - без ошибок выполнены не менее половины практических заданий на практику; - представленный отчет соответствует установленный требованиям. 	<ul style="list-style-type: none"> - даны в основном правильные ответы на все поставленные вопросы, но без должной глубины и обоснования, на уточняющие вопросы даны правильные ответы; при ответах не выделялось главное; ответы были многословными, - без ошибок выполнены не менее половины практических заданий на практику;
Не зачтено-Неудовлетворительно	<ul style="list-style-type: none"> - не выполнены требования, предъявляемые к показателям компетенции, оцениваемым удовлетворительно на повышенном уровне, либо отсутствует отчет о прохождении практики, выполненный в соответствии с установленными требованиями. 	<ul style="list-style-type: none"> - не выполнены требования, предъявляемые к показателям компетенции, оцениваемым - удовлетворительно на повышенном уровне, либо отсутствует отчет о прохождении практики, выполненный в соответствии с установленными требованиями

Студент, не выполнивший программу практики и получивший неудовлетворительную оценку при защите отчета, считается имеющим академическую задолженность.

В случае неполного выполнения студентом задания на производственную практику (профессионально-творческую практику) по уважительной причине приказом ректора может быть дано разрешение на повторное её прохождение в свободное от образовательного процесса время.

После защиты отчетов по производственной практике (профессионально-творческую практику) руководитель обязан сдать отчеты в деканат.

7. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И РЕСУРСОВ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ", НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

7.1. Основная литература

1. Докторов, Б. З. Реклама и опросы общественного мнения в США в 2 ч. Часть 1.

Научная реклама : монография / Б. З. Докторов. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 263 с.

2. Докторов, Б. З. Реклама и опросы общественного мнения в США в 2 ч. Часть 2. Научные опросы общественного мнения : монография / Б. З. Докторов. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 367 с.

3. Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью : учеб. пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 197 с.

4. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 233 с.

5. Жильцова, О. Н. Связи с общественностью : учеб. пособие для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 337 с.

6. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 431 с.

7. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для СПО / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 431 с.

8. Комарова, Л. К. Основы выставочной деятельности : учеб. пособие для академического бакалавриата / Л. К. Комарова ; отв. ред. В. П. Нехорошков. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 194 с.

9. Малькевич, А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учеб. пособие для академического бакалавриата / А. А. Малькевич. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 109 с.

10. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 502 с.

11. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для СПО / В. А. Поляков, А. А. Романов. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 502 с.

12. Пономарёва, Е. А. Бренд-менеджмент : учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. А. Пономарёва. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 341 с.

13. Почекаев, Р. Ю. История связей с общественностью : учеб. пособие для академического бакалавриата / Р. Ю. Почекаев. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 223 с.

14. Рожков, И. Я. Брендинг : учебник для бакалавров / И. Я. Рожков, В. Г. Кисмерешкин. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 331 с.

15. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и рг-текста : учеб. пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 159 с.

7.2. Дополнительная литература

1. Гуревич, П. С. Социология и психология рекламы в 2 т. Том 2 : учеб. пособие для вузов / П. С. Гуревич. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 236 с.

2. Гуревич, П. С. Социология и психология рекламы в 2 т. Том 1 : учеб. пособие для вузов / П. С. Гуревич. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 289 с.

Мисонжников, Б. Я. Введение в профессию: журналистика : учеб. пособие для СПО / Б. Я. Мисонжников, А. Н. Тепляшина. — 3-е изд., доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 190 с.

3. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные

практики в 2 ч. Часть 2. Smm, рынок m&a : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. Л. Музыкант. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 384 с.

4. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. Л. Музыкант. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 342 с.

5. Связи с общественностью как социальная инженерия : учебник для академического бакалавриата / В. А. Ачкасова [и др.] ; под ред. В. А. Ачкасовой, Л. В. Володиной. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 351 с.

6. Селентьева, Д. О. Политическая имиджелогия : учеб. пособие для бакалавриата и магистратуры / Д. О. Селентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 164 с.

7. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 552 с.

8. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для СПО / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 552 с.

9. Федотова, Л. Н. Реклама: теория и практика : учебник для академического бакалавриата / Л. Н. Федотова. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 391 с.

10. Франц, В. А. Управление общественным мнением : учеб. пособие для академического бакалавриата / В. А. Франц. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 133 с.

11. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью. Практикум : учеб. пособие для академического бакалавриата / А. Н. Чумиков. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 173 с.

8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ» (ДАЛЕЕ – СЕТЬ «ИНТЕРНЕТ»), ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ.

http://elibrary.rsl.ru/	Сайт Российской электронной библиотеки (РГБ)
www.gumer.info	Электронная библиотека ГУМЕР. Раздел НАУКА
http://www.jurnal.org/	Сайт журнала научных публикаций для аспирантов и докторантов
http://www.moluch.ru/	Сайт журнала «Молодой учёный»

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРОХОЖДЕНИЮ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ И СОСТАВЛЕНИЮ ОТЧЕТА

Методические указания к составлению отчета по практике

Основными видами работы обучающегося во время практики являются самостоятельная аналитическая и практическая работа. Система практического обучения способствует развитию и взаимосвязи интеллектуальных и практических компетенций, овладению предметными знаниями и умениями, повышению мотивации к профессиональной деятельности, осознанию себя как компетентного специалиста. Практика организуется и проводится с целью приобретения и совершенствования практических навыков в выполнении обязанностей по должностному предназначению. Она позволяет студенту попробовать свои силы в выбранной профессии, научиться применять теоретические знания, полученные в ходе лекционных и практических занятий.

Перед началом практики студент должен получить:

- направление на практику,
- рабочую программу практики,
- методические указания по организации и прохождению практики.

Требования к организации работы студента:

1. По вопросам организации и прохождения практики студент может получить консультацию (в устной или письменной форме) у руководителя практики.
2. При прохождении производственной практики (профессионально-творческой практики) студент обязан своевременно выполнять задания, предусмотренные программой практики, а также указания руководителя практики, подчиняться действующим в учреждении правилам внутреннего распорядка.
3. После завершения практики студент составляет отчет о ее прохождении, приложив к нему документы, указанные в программе практики, а также характеристики с мест практики.

Варианты выбора организаций для прохождения практики:

1. Образовательное учреждение распределяет студента для прохождения производственной практики (профессионально-творческой практики) в организации из базы практик.
2. Организацию для прохождения производственной практики (организационно-управленческой практики) студент может выбрать самостоятельно, предварительно согласовав с руководителем практики. В таком случае студент должен предоставить гарантийное письмо (отношение) организации об ее согласии на прохождение практики данным студентом; либо организации, предоставляемой бакалавру от института, по его собственному желанию, оформленному в виде заявления, из имеющейся базы практики.

Во время прохождения производственной практики (профессионально-творческой практики) студенты обязаны:

- соблюдать действующей на базе практики режим работы, включая табельный учет;
- на рабочих местах самостоятельно выполнять работу, отвечать за нее и ее результаты наравне со штатными работниками;
- вести дневник по установленной форме, представлять его на проверку и подпись руководителю от базы практики;
- представить на кафедру письменный отчет о результатах практики.

С момента зачисления студентов в период практик в качестве практикантов на рабочие места на них распространяются правила охраны труда и правила внутреннего распорядка, действующие в организации, с которыми они должны быть ознакомлены в установленном в организации порядке.

Руководитель производственной практики (профессионально-творческой практики) от АНО ВО Институт современного образования и информационных технологий:

- составляет рабочий график (план) проведения практики;
- участвует в распределении обучающихся по рабочим местам и видам работ в организации;
- осуществляет контроль за соблюдением сроков проведения практики и соответствием ее содержания требованиям, установленным ОП ВО;
- оказывает методическую помощь обучающимся при выполнении ими индивидуальных заданий, а также при сборе материалов к выпускной квалификационной работе в ходе производственной практики (профессионально-творческой практики);
- оценивает результаты прохождения практики обучающимися.

Повседневное руководство практикой студентов осуществляют руководители практики от профильной организации, которые:

- согласовывают индивидуальные задания, содержание и планируемые результаты практики;
- предоставляют рабочие места обучающимся;
- обеспечивает безопасные условия прохождения практики обучающимися, отвечающие санитарным правилам и требованиям охраны труда;
- проводят инструктаж обучающихся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка.

Этапы практики и их содержание:

Подготовительный этап:

- выбор места прохождения практики;
- инструктивно-методическое занятие на кафедре перед прохождением практики;
- получение документации по практике;
- изучение необходимой литературы, рекомендуемой руководителем практики.

Основной этап:

- характеристика организации (места прохождения практики) и специфика деятельности;
- ознакомление с основными должностными обязанностями и применения профессиональных функций в сфере рекламы в различных структурах;
- проанализировать основы рекламной деятельности в различных сферах;
- формирование навыков деловой коммуникации с клиентами и персоналом предприятия в процессе обслуживания;
- ознакомление с текущим документооборотом предприятия (организации), связанных с обслуживанием клиентов и оказанию услуг.
- выполнять основные обязанности и задания, возложенные на студента непосредственным руководителем практики;
- сбор необходимых материалов и документов для выполнения отчета по практике.

Аттестация по итогам практики:

- обработка и анализ полученных материалов по результатам практики с учетом замечаний преподавателя подготовка к защите отчета по практике;
- защита отчета.

Структура отчета по практике:

1. Общая характеристика организации, где проходила практика:
 - организационно-правовая форма;
 - сфера деятельности;
 - характер услуг, работ;
 - общая характеристика деятельности;
 - организационная структура;
 - функции организации.
2. Содержание выполненных практикантом работ (по заданию практики).
3. Самоанализ выполнения задания по практике (какие задания были легкими, а какие вызвали затруднения, какие знания, умения и навыки приобретены, какие компетенции сформированы в период прохождения практики).
4. Приложения (вкладываются материалы, демонстрирующие итоги

выполнения каждого пункта задания по практике).

Объем отчета – 5-7 страниц печатного текста. Текст печатается шрифтом п. 14, Times New Roman, через полтора интервала. Размеры полей страниц: верхнее – 2 см, нижнее – 2 см, левое – 3 см, правое – 1 см.

Титульный лист отчета о производственной практики (профессионально-творческой практики) должен быть оформлен по прилагаемой форме (Приложение 7).

Для защиты отчета по практике студенту необходимо составить электронную презентацию

Электронные презентации выполняются в программе MS PowerPoint в виде слайдов в следующем порядке:

- титульный лист с заголовком темы и автором исполнения презентации;
- план презентации;
- основная часть;
- заключение.

Общие требования к стилевому оформлению презентации:

-дизайн должен быть простым и лаконичным;

-цветовая гамма должна состоять не более чем из двух-трех цветов;

-всегда должно быть два типа слайдов: для титульных, планов и т.п. и для основного текста;

-размер шрифта должен быть: 24–54 пункта (заголовок), 18–36 пунктов (обычный текст);

-текст должен быть свернут до ключевых слов и фраз. Полные развернутые предложения на слайдах таких презентаций используются только при цитировании. При необходимости, в поле «Заметки к слайдам» можно привести краткие комментарии или пояснения.

- каждый слайд должен иметь заголовок;
- все слайды должны быть выдержаны в одном стиле;
- на каждом слайде должно быть не более трех иллюстраций;
- слайды должны быть пронумерованы с указанием общего количества слайдов;
- использовать встроенные эффекты анимации можно только, когда без этого не обойтись.

-списки на слайдах не должны включать более 5–7 элементов. Если элементов списка все-таки больше, их лучше расположить в две колонки. В таблицах не должно быть более четырех строк и четырех столбцов – в противном случае данные в таблице будут очень мелкими и трудно различимыми.

10. ПРОХОЖДЕНИЕ ПРАКТИКИ ИНВАЛИДАМИ И ЛИЦАМИ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Прохождение производственной практики обучающимися с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с Приказом Министерства образования и науки РФ от 9 ноября 2015 г. № 1309 «Об утверждении Порядка обеспечения условий доступности для инвалидов объектов и предоставляемых услуг в сфере образования, а также оказания им при этом необходимой помощи», «Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащённости образовательного процесса» Министерства образования и науки РФ от 08.04.2014г. № АК-44/05вн, «Положением об обучении студентов-инвалидов и студентов с ограниченными

возможностями здоровья в АНО ВО Институт современного образования и информационных технологий».

Предоставление специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, подбор и разработка учебных материалов для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья производится преподавателями с учетом их индивидуальных психофизиологических особенностей и специфики приема-передачи учебной информации.

С обучающимися по индивидуальному плану и индивидуальному графику проводятся индивидуальные занятия и консультации.

11. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ

При прохождении производственной практики (профессионально-творческой практики) используются следующие технологии:

- решение учебно-профессиональных задач на конкретном предприятии;
- проведение тренингов, «интеллектуальных разминок», «мозговых штурмов».

Лицензионное программно-информационное обеспечение	Microsoft Windows, Microsoft Office, Google Chrome, Kaspersky Endpoint Security.
Современные профессиональные базы данных	1. Консультант+ 2. Справочная правовая система «ГАРАНТ».
Информационные справочные системы	1. Электронная библиотечная система (ЭБС) ООО «Современные цифровые технологии» 2. https://elibrary.ru - Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (ресурсы открытого доступа) 3. https://www.rsl.ru - Российская Государственная Библиотека (ресурсы открытого доступа) 4. https://link.springer.com - Международная реферативная база данных научных изданий Springerlink (ресурсы открытого доступа) 5. https://zbmath.org - Международная реферативная база данных научных изданий zbMATH (ресурсы открытого доступа)

12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА, НЕОБХОДИМАЯ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Производственная практика проводится на предприятиях (организациях), осуществляющих деятельность по профилю образовательной программы высшего образования, на основании договоров, заключаемых между предприятием (организацией) и АНО ВО Институт современного образования и информационных технологий.

Перечень оборудованных учебных аудиторий и специальных помещений Института

№ 509 Лаборатория компьютерного дизайна, учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации - доска - стол преподавателя - кресло для преподавателя
--

- столы ученические
- кресла с регулируемой высотой
- класс ПК, объединённых в локальную сеть, с подключением к сети «Интернет»
- демонстрационное оборудование – проектор и компьютер
- учебно-наглядные пособия

Программное обеспечение:

Microsoft Windows (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019),
 Microsoft Office (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019),
 Google Chrome (Свободно распространяемое ПО),
 Kaspersky Endpoint Security (Договор №877/ЛН от 25.05.2016),
 Autodesk AutoCAD (Договор №110003277872 от 12.10.2020),
 Autodesk 3DSMAX (Договор №110003274857 от 12.10.2020),
 Acrobat Pro (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019),
 Adobe Photoshop (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019),
 Adobe Illustrator (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019),
 CorelDRAW Graphics Suite (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019),
 Creative Cloud for teams (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019),
 Справочно-правовая система «Гарант» (Договор №14-ПЛДЗ/2023 от 01 декабря 2022 года).

№ 404, 511

Помещения для самостоятельной работы

- комплекты учебной мебели
- компьютерная техника с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду

Программное обеспечение:

Microsoft Windows (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019),
 Microsoft Office (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019),
 Google Chrome (Свободно распространяемое ПО),
 Kaspersky Endpoint Security (Договор №877/ЛН от 25.05.2016),
 Справочно-правовая система «Гарант» (Договор №14-ПЛДЗ/2023 от 01 декабря 2022 года).

№ 404

Библиотека, читальный зал с выходом в сеть Интернет

- комплекты учебной мебели;
- компьютерная техника с подключением к сети «Интернет», доступом в электронную информационно-образовательную среду и электронно-библиотечную систему.

Программное обеспечение:

Microsoft Windows (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019),
 Microsoft Office (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019),
 Google Chrome (Свободно распространяемое ПО),
 Kaspersky Endpoint Security (Договор №877/ЛН от 25.05.2016),
 Справочно-правовая система «Гарант» (Договор №14-ПЛДЗ/2023 от 01 декабря 2022 года).

№ 401

Актальный зал для проведения научно-студенческих конференций и мероприятий

- специализированные кресла для актовых залов
- сцена
- трибуна
- экран
- технические средства, служащие для представления информации большой аудитории
- компьютер

- демонстрационное оборудование и аудиосистема

- микрофоны

Программное обеспечение:

Microsoft Windows (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019),

Microsoft Office (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019),

Google Chrome (Свободно распространяемое ПО),

Kaspersky Endpoint Security (Договор №877/ЛН от 25.05.2016).

№ 515

Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования

- стеллажи

- учебное оборудование

НАПРАВЛЕНИЕ

Студент _____
 (ФИО студента)

Форма обучения _____

Курс _____ Группа _____

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направляется на Производственную (профессионально-творческую) практику.

 (вид практики)

 (организация, предприятие адрес)

Период практики с « » г. по « » г.

Руководитель практики от института Шаркова Ирина Викторовна, зав. кафедрой Рекламы и связей с общественностью, канд. филос. н., доцент

 (ФИО должность учебная степень звание)

Кафедра Рекламы и связей с общественностью

Телефон кафедры 8(495)-795-00-11

Ректор института В. Д. Серяков

 ФИО Подпись

М.П.

ОТМЕТКА ОРГАНИЗАЦИИ (ПРЕДПРИЯТИЯ)

Прибыл в организацию (на предприятие) « » г.

Выбыл из организации (с предприятия) « » г.

 (должность) _____
 (ФИО подпись)

М.П.

Образец договора на прохождение практики

ДОГОВОР № _____

о практической подготовке обучающихся, заключаемый между организацией, осуществляющей образовательную деятельность, и организацией, осуществляющей деятельность по профилю соответствующей образовательной программы

г. Москва

« ____ » _____ 20__ г.

Автономная некоммерческая организация высшего образования Институт современного образования и информационных технологий, в лице ректора Серякова Владимира Дмитриевича, действующего на основании Устава, именуемое в дальнейшем «Организация» с одной стороны, и

(наименование профильной организации)

в лице _____,
(должность, ФИО руководителя)

действующего (ей) на основании Устава, именуемое в дальнейшем «Профильная организация», с другой стороны, именуемые по отдельности «Сторона», а вместе - «Стороны», заключили настоящий Договор о нижеследующем:

1. Предмет Договора

1.1. Предметом настоящего Договора является организация практической подготовки обучающихся (далее — практическая подготовка).

1.2. Образовательная программа (программы), компоненты образовательной программы, при реализации которых организуется практическая подготовка, количество обучающихся, осваивающих соответствующие компоненты образовательной программы, сроки организации практической подготовки, согласуются Сторонами и являются неотъемлемой частью настоящего Договора (приложение № 1).

1.3. Реализация компонентов образовательной программы, согласованных Сторонами в приложении № 1 к настоящему Договору (далее — компоненты образовательной программы), осуществляется в помещениях Профильной организации, перечень которых согласуется Сторонами и является неотъемлемой частью настоящего Договора (приложение № 2).

2. Права и обязанности Сторон

2.1. Организация обязана:

2.1.1 не позднее, чем за 10 рабочих дней до начала практической подготовки по каждому компоненту образовательной программы представить в Профильную организацию поименные списки обучающихся, осваивающих соответствующие компоненты образовательной программы посредством практической подготовки;

2.1.2. назначить руководителя по практической подготовке от Организации, который:

- обеспечивает организацию образовательной деятельности в форме практической подготовки при реализации компонентов образовательной программы;
- организует участие обучающихся в выполнении определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью;
- оказывает методическую помощь обучающимся при выполнении определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью;
- несет ответственность совместно с ответственным работником Профильной организации за реализацию компонентов образовательной программы в форме практической подготовки, за жизнь и здоровье обучающихся и работников Организации, соблюдение ими правил противопожарной безопасности, правил охраны

труда, техники безопасности и санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов;

2.1.3. при смене руководителя по практической подготовке в трехдневный срок сообщить об этом Профильной организации;

2.1.4. установить виды учебной деятельности, практики и иные компоненты образовательной программы, осваиваемые обучающимися в форме практической подготовки, включая место, продолжительность и период их реализации;

2.1.5. направить обучающихся в Профильную организацию для освоения компонентов образовательной программы в форме практической подготовки;

2.1.6. оплатить работу ответственного лица Профильной организации по руководству практикой в соответствии с нормами оплаты труда, установленными в Организации.

2.2. Профильная организация обязана:

2.2.1. создать условия для реализации компонентов образовательной программы в форме практической подготовки, предоставить оборудование и технические средства обучения в объеме, позволяющем выполнять определенные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью обучающихся;

2.2.2. назначить ответственное лицо, соответствующее требованиям трудового законодательства Российской Федерации о допуске к педагогической деятельности, из числа работников Профильной организации, которое обеспечивает организацию реализации компонентов образовательной программы в форме практической подготовки со стороны Профильной организации;

2.2.3. при смене лица, указанного в пункте 2.2.2, в трехдневный срок сообщить об этом Организации;

2.2.4. обеспечить безопасные условия реализации компонентов образовательной программы в форме практической подготовки, выполнение правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности и санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов;

2.2.5. проводить оценку условий труда на рабочих местах, используемых при реализации компонентов образовательной программы в форме практической подготовки, и сообщать руководителю Организации об условиях труда и требованиях охраны труда на рабочем месте;

2.2.6. ознакомить обучающихся с правилами внутреннего трудового распорядка Профильной организации,

(указываются иные локальные нормативные акты Профильной организации)

2.2.7. провести инструктаж обучающихся по охране труда и технике безопасности и осуществлять надзор за соблюдением обучающимися правил техники безопасности;

2.2.8. предоставить обучающимся и руководителю по практической подготовке от Организации возможность пользоваться помещениями Профильной организации, согласованными Сторонами (приложение № 2 к настоящему Договору), а также находящимися в них оборудованием и техническими средствами обучения;

2.2.9. обо всех случаях нарушения обучающимися правил внутреннего трудового распорядка, охраны труда и техники безопасности в трехдневный срок сообщить руководителю по практической подготовке от Организации;

2.3. Организация имеет право:

2.3.1. осуществлять контроль соответствия условий реализации компонентов образовательной программы в форме практической подготовки требованиям настоящего Договора;

2.3.2. запрашивать информацию об организации практической подготовки, в том числе о качестве и объеме выполненных обучающимися работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью;

2.4. Профильная организация имеет право:

2.4.1. требовать от обучающихся соблюдения правил внутреннего трудового распорядка, охраны труда и техники безопасности, режима конфиденциальности, принятого в Профильной организации, предпринимать необходимые действия, направленные на предотвращение ситуации, способствующей разглашению конфиденциальной информации;

2.4.2. в случае установления факта нарушения обучающимися своих обязанностей в период организации практической подготовки, режима конфиденциальности приостановить реализацию компонентов образовательной программы в форме практической подготовки в отношении конкретного обучающегося;

3. Срок действия договора

3.1. Настоящий Договор вступает в силу после его подписания и действует до полного исполнения Сторонами обязательств.

4. Заключительные положения

4.1. Все споры, возникающие между Сторонами по настоящему Договору, разрешаются Сторонами в порядке, установленном законодательством Российской Федерации.

4.2. Изменение настоящего Договора осуществляется по соглашению Сторон в письменной форме в виде дополнительных соглашений к настоящему Договору, которые являются его неотъемлемой частью.

4.3. Настоящий Договор составлен в двух экземплярах, по одному для каждой из Сторон. Все экземпляры имеют одинаковую юридическую силу.

5. Адреса, реквизиты и подписи Сторон

ОРГАНИЗАЦИЯ:

АНО ВО Институт современного образования и информационных технологий

Юридический адрес: 109439, г. Москва, вн.тер.г. муниципальный округ Кузьминки, пр-кт Волгоградский, д. 138, к. 3

Адрес местонахождения: 105318, г. Москва, улица Ибрагимова, дом 31, корпус 1.

ИНН 9721225663

КПП 772101001

р/с № 40703810938360029035

в ПАО СБЕРБАНК г. Москвы

к/с 30101810400000000225

БИК 044525225

Телефон (495) 795-00-10 (11)

e-mail:

Ректор _____ /В.Д. Серяков/

М.П.

ПРОФИЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ:

Адрес:

ИНН:

ОГРН:

ОКПО:

р/с

в

БИК

к/с

Телефон

e-mail:

Генеральный директор _____ / _____ /

М.П.

Приложение №1
к Договору о практической подготовке обучающихся

№ _____ от «__» _____ 202__ г.

Для организации практической подготовки Организация направляет в Профильную организацию обучающихся по следующим основным образовательным программам:

№ п/п	Образовательная программа	Количество обучающихся, осваивающих соответствующие компоненты образовательной программы	Компоненты образовательной программы, при реализации которых организуется практическая подготовка	Сроки организации практической подготовки
1.				

СОГЛАСОВАНО

СОГЛАСОВАНО

ОРГАНИЗАЦИЯ:

АНО ВО Институт современного образования и информационных технологий

Юридический адрес: 109439, г. Москва, вн.тер.г. муниципальный округ Кузьминки, пр-кт Волгоградский, д. 138, к. 3

Адрес местонахождения: 105318, г. Москва, улица Ибрагимова, дом 31, корпус 1.

ИНН 9721225663

КПП 772101001

р/с № 40703810938360029035

в ПАО СБЕРБАНК г. Москвы

к/с 30101810400000000225

БИК 044525225

Телефон (495) 795-00-10 (11)

e-mail:

Ректор _____ /В.Д. Серяков/

М.П.

ПРОФИЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ:

Адрес:

ИНН:

ОГРН:

ОКПО:

р/с

в

БИК

к/с

Телефон

e-mail:

Генеральный директор _____ / _____ /

М.П.

Приложение №2
к Договору о практической подготовке обучающихся

№ _____ от «__» _____ 202_ г.

Перечень помещений, в которых осуществляется реализация компонентов образовательной программы:

Наименование помещений Организации, организующей практическую подготовку обучающихся	Наименование помещений Профильной организации, организующей практическую подготовку обучающихся

СОГЛАСОВАНО

СОГЛАСОВАНО

ОРГАНИЗАЦИЯ:

АНО ВО Институт современного образования и информационных технологий

Юридический адрес: 109439, г. Москва, вн.тер.г. муниципальный округ Кузьминки, пр-кт Волгоградский, д. 138, к. 3

Адрес местонахождения: 105318, г. Москва, улица Ибрагимова, дом 31, корпус 1.

ИНН 9721225663

КПП 772101001

р/с № 40703810938360029035

в ПАО СБЕРБАНК г. Москвы

к/с 30101810400000000225

БИК 044525225

Телефон (495) 795-00-10 (11)

e-mail:

Ректор _____ /В.Д. Серяков/

М.П.

ПРОФИЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ:

Адрес:

ИНН:

ОГРН:

ОКПО:

р/с

в

БИК

к/с

Телефон

e-mail:

Генеральный директор _____ / _____ /

М.П.

Образец Индивидуального задания, содержания и планируемых результатов

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ИНСТИТУТ СОВРЕМЕННОГО
ОБРАЗОВАНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

Индивидуальное задание, содержание, планируемые результаты

(Ф.И.О, обучающегося полностью)

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Направленность (профиль): реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Вид практики: производственная практика

Тип практики: профессионально-творческая практика

Наименование предприятия (организации) места прохождения практики:

Наименование структурного подразделения: _____

Сроки прохождения практики: с « ____ » _____ 20 ____ г., по « ____ » _____ 20 ____ г.

№	Индивидуальные задания, раскрывающие содержание практики	Планируемые результаты практики (сформированные компетенции)	Отметка о выполнении
1	Пройти инструктаж по технике безопасности, пожарной безопасности и охране труда на рабочем месте	УК-1; УК-2; УК-3; УК-6; УК-10; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-2; ПК-4	Выполнено
2	В ходе работы ознакомиться с общими принципами и направлениями работы ООО « ____ »	УК-1; УК-2; УК-3; УК-6; УК-10; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-2; ПК-4	Выполнено
3	Ознакомиться со спецификой составления документации по коммуникационным программам в ООО « ____ »	УК-1; УК-2; УК-3; УК-6; УК-10; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-2; ПК-4	Выполнено
4	Ознакомиться с показателями эффективности коммуникационной деятельности	УК-1; УК-2; УК-3; УК-6; УК-10; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-2; ПК-4	Выполнено
5	Ознакомиться с технологией ...	УК-1; УК-2; УК-3; УК-6; УК-10; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-2; ПК-4	Выполнено
6	Ознакомиться со спецификой выбора коммуникационных инструментов при формировании имиджа организации заказчика	УК-1; УК-2; УК-3; УК-6; УК-10; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-2; ПК-4	Выполнено

Руководитель практики от Института _____ Шаркова Ирина Викторовна

Руководитель практики от Организации _____

М.П.

*Образец Совместного рабочего графика (плана) проведения
производственной практики (профессионально-творческой практики)*

**СОВМЕСТНЫЙ РАБОЧИЙ ГРАФИК (ПЛАН)
проведения производственной практики
(профессионально-творческой практики)**

_____ (ФИО обучающегося)

студент (ка) _____ курса _____
(наименование кафедры)

_____ (фамилия, имя, отчество)

№ п/п	Содержание общих и индивидуальных заданий в соответствии с программой практики	Срок выполнения	Отметка о выполнении
1.	Пройти инструктаж по технике безопасности, пожарной безопасности и охране труда на рабочем месте	15.06.2021 (образец)	Выполнено
2.	В ходе работы ознакомиться с общими принципами и направлениями работы ООО « »		Выполнено
3.	Ознакомиться со спецификой составления документации по коммуникационным программам ...		Выполнено
4.	Ознакомиться с показателями эффективности коммуникационной деятельности ...		Выполнено
5.	Ознакомиться с технологией		Выполнено
6.	Ознакомиться со спецификой выбора коммуникационных инструментов при формировании имиджа ...		Выполнено

Прохождение инструктажа по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка подтверждаю:

Студент _____ (_____) (подпись, фамилия, инициалы)

Руководитель практики от института _____ (Шаркова И.В.) (подпись, фамилия, инициалы)

«СОГЛАСОВАНО»

Руководитель практики от организации _____ (_____) (подпись, фамилия, инициалы)

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ИНСТИТУТ СОВРЕМЕННОГО
ОБРАЗОВАНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

**ДНЕВНИК
прохождения производственной практики
(профессионально-творческой практики)**

_____ (фамилия, имя, отчество, группа)

Направление подготовки/профиль 42.03.01 Реклама и связи с общественностью/
Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Срок прохождения практики с « » по « » г. _____

Руководитель практики от Института канд. филос. н., доцент, зав. кафедрой Рекламы и
связей с общественностью Шаркова Ирина Викторовна

№ п/п	Дата	Краткое содержание выполненной работы	Структурное подразделение организации
1.		Прошел(а) инструктаж по технике безопасности	Отдел охраны труда
2.		Ознакомилась с организационной структурой ООО « <u> </u> ».	Администрация
3.		Изучила нормативно-правовую документацию, регламентирующую жизнедеятельность ООО « <u> </u> ».	Отдел кадров
...		Изучение структуры предприятия	
...		...	
...		...	
...		Оформление отчета по практике	

Руководитель практики от Института: _____ / _____ /
(подпись, фамилия, имя, отчество)

Студент _____ Ф.И.О.
(подпись)

Руководитель практики от организации _____
(должность, подпись, Ф.И.О.)

МП

В дневнике практики студент дает краткое описание проделанной им во время практики работы с указанием даты или периода и структурного подразделения организации, где осуществлялся указанный этап работы.

Записи оформляются от первого лица и могут начинаться со слов: ознакомился, изучил, провел анализ (диагностику и т.д.), оформлял, участвовал и т.п.

*Образец Отзыва-Характеристики
(оформляется на бланке организации, с подписью и печатью)*

Заведующей кафедрой Рекламы и связей с
общественностью

_____ (полное название кафедры)

_____ Шарковой И.В.

(ФИО зав. кафедры)

_____ От Максаковой О.Л.

(ФИО руководителя практики от организации)

ОТЗЫВ-ХАРАКТЕРИСТИКА

Ф.И.О. обучающегося _____

Проходил(а) практику в _____

_____ (полное название организации)

с «___» _____ 20___ г. по «___» _____ 20___ г. в должности

За время прохождения практики _____

В период прохождения практики у студента сформированы следующие компетенции:

универсальные: УК-1, УК-2, УК;-3, УК-6, УК-10

общепрофессиональные: ОПК-1, ОПК-2, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6, ОПК-7.

профессиональные: ПК-2, ПК-4

Оценка руководителя практики от организации _____

Руководитель практики от организации _____ (Ф.И.О)

М.П.

(подпись)

Образец титульного листа отчета

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ИНСТИТУТ СОВРЕМЕННОГО
ОБРАЗОВАНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

Кафедра	Рекламы и связей с общественностью
Направление/профиль	42.03.01 Реклама и связи с общественностью/ Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

О Т Ч Е Т
о прохождении производственной практики
(профессионально-творческой практики)

Студент _____ курса _____
(ФИО)

Место прохождения практики: _____
ООО « »

Срок прохождения практики: _____
с « » по « » г.

Дата сдачи отчета _____
« » г.

Руководитель практики
от Института _____
Шаркова Ирина Викторовна, канд. филос. н.,
доцент, зав. кафедрой Рекламы и связей с
общественностью,

(ФИО, подпись)

Руководитель практики
от Организации _____
(ФИО, подпись)

Москва 20__

Содержание отчета

5. Общая характеристика организации, где проходила практика:
 - организационно-правовая форма;
 - сфера деятельности;
 - характер услуг, работ;
 - общая характеристика деятельности;
 - организационная структура;
 - функции организации.
6. Содержание выполненных практикантом работ (по заданию практики).
7. Самоанализ выполнения задания по практике (какие задания были легкими, а какие вызвали затруднения, какие знания, умения и навыки приобретены, какие компетенции сформированы в период прохождения практики).
8. Приложения (вкладываются материалы, демонстрирующие итоги выполнения каждого пункта задания по практике).