

**АВТНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ СОЦИАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ»**



УТВЕРЖДАЮ

Декан СПФ


_____ Т. В. Поштарева

«11» июня 2021 г.

**ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКАЯ ПРАКТИКА**

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) программы Реклама и связи с общественностью в
коммерческой сфере

Квалификация выпускника бакалавр

Форма обучения очная, заочная

Год начала подготовки – 2021

Разработана

д-р истор. наук, доцент, доцент
кафедры СГД


_____ Н. В. Овсянникова

Согласована

Заведующий кафедрой СГД


_____ Т. В. Поштарева

Рекомендована

на заседании кафедры СГД

от «11» июня 2021 г.

протокол № 11

зав. кафедрой  Т. В. Поштарева

Одобрена

на заседании учебно-

методической

комиссии СПФ

от «11» июня 2021 г.

протокол № 10

Председатель УМК


_____ Т. В. Поштарева

Ставрополь, 2021 г.

Содержание

1. Цели практики	3
2. Задачи практики	3
3. Место практики в структуре ОПОП	3
4. Способы, место и время проведения практики	4
5. Планируемые результаты обучения при прохождении практики	4
6. Структура и содержание практики	7
7. Формы отчетности по практике	10
8. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике	12
9. Учебно-методическое и информационное обеспечение практики	21
10. Материально-техническая база практики	22
11. Особенности прохождения практики лицами с ограниченными возможностями здоровья	22
Приложение к рабочей программе	23

1. ЦЕЛИ ПРАКТИКИ

Целями производственной (профессионально-творческой) практики у обучающихся направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью являются:

1. получение представления об особенностях коммуникационной деятельности специалистов в области рекламы и связей с общественностью;

2. формирование у обучающихся целостного представления о содержании, видах и формах профессиональной деятельности в области связей с общественностью;

3. формирование основ профессионального мышления у будущих квалифицированных специалистов в области рекламы и связей с общественностью.

Представленные выше цели практики, соотносятся с общими целями ОПОП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, в частности с:

- развитием у обучающихся личностных качеств, а также формированием универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО по данному направлению подготовки.

- развитием у обучающихся личностных качеств, способствующих их творческой активности, общекультурному росту и социальной мобильности: целеустремленности, организованности, трудолюбия, ответственности, самостоятельности, гражданственности, приверженности этическим ценностям, толерантности, настойчивости в достижении цели на основе принципов гуманистической школы.

- формированием универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО по данному направлению подготовки, позволяющих выпускнику успешно работать в избранной сфере деятельности и быть устойчивым на рынке труда в соответствии с потребностями рынка труда Ставропольского края, Северо-Кавказского и Южного федерального округов.

2. ЗАДАЧИ ПРАКТИКИ

Задачами производственной (профессионально-творческой) практики у обучающихся направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью являются:

1. познакомить с особенностями процессов подготовки, организации и проведения анкетирования и опросов мнения потребителей и общественного мнения и участия в них.

2. освоить приемы и формы деловой коммуникации, работы с информационными источниками и материалами.

3. применить на практике знания, умения и навыки, приобретенные в процессе обучения.

4. приобрести новые навыки участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными службами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; участие в формировании и поддержании корпоративной культуры.

5. приобрести новые навыки участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований.

6. сформировать навыки анализа и обобщения личного опыта и опыта работы специалистов в учреждениях в области связей с общественностью.

7. усвоить приемы, методы и способы обработки, представления и интерпретации результатов выполняемых практических заданий.

8. сформировать мотивацию на активную деятельность по развитию своего общекультурного и профессионального уровня.

9. сформировать умения и навыки профессионального поведения в процессе трудовой деятельности по избранному направлению профессиональной деятельности на предприятии / учреждении / организации.

Данные задачи практики, соотносятся с закрепленными в учебном плане видами профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники, освоившие программу бакалавриата по данному направлению подготовки. В частности с конкретными задачами маркетинговой деятельности (организация маркетинговых исследований в области СМИ и разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ) и организационной деятельности (участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проведение мероприятий по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценка эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью; создание эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечение внутренней и внешней коммуникации, планирование, подготовка и проведение коммуникационных кампаний и мероприятий), прописанными в ФГОС ВО по данному направлению подготовки.

3. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Производственная (профессионально-творческая) практика относится к Блоку 2 «Практики», виду – производственная практика (Б.2.П.7) ООП ВО по данному направлению подготовки и находится в логической и содержательно-методической связи с другими дисциплинами.

Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям, приобретенным в результате освоения предшествующих частей ООП и необходимым при освоении данной практики: студент должен:

- знать сущность, специфику и принципы организации, деятельности и управления рекламных служб и служб по связям с общественностью (пресс-центра, пресс-службы, отдела печати, средств массовой информации (СМИ), отдел по связям с общественностью, центра общественных связей и/или отдела рекламы фирмы и организации, коммуникационного агентства и др.), типичные и специфические функции информационно-коммуникативной деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта;

- уметь использовать различные информационные источники и способы информирования внешних и внутренних по отношению к организации субъектов, в сотрудничестве с другими структурно-функциональными подразделениями осуществлять работу по повышению культурного и профессионального уровня сотрудников организации/учреждения, вычленять из комплексного коммуникативного процесса отдельные коммуникативные акты, анализировать их по всем возможным критериям типологизации, собирать и систематизировать научно-практическую информацию по теме исследований в области связей с общественностью и рекламы;

- владеть навыками планирования, подготовки и проведения и коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований под контролем руководителя отдела/организации, проекта, традиционными и современными технологиями профессиональной рекламной деятельности и навыками их применения под контролем руководителя, методологией оценки ключевых объектов и субъектов интегрированных коммуникаций, навыком анализа информационного поведения различных субъектов информационного пространства, навыками научного анализа явлений, наблюдаемых в системе массовой информации.

Ниже приведены те теоретические дисциплины и практики, для которых прохождение данной практики необходимо как предшествующее и последующие:

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
Рекламная коммуникация	Копирайтинг
Теория, практика и коммуникационные стратегии связей с общественностью	Правовые основы рекламной деятельности и деятельности по связям с общественностью
Реклама в средствах массовой информации	Разработка и проведение рекламной кампании
Искусство деловой коммуникации	Политическая реклама
Информационно-коммуникационные технологии в рекламе и PR	Организация работы со средствами массовой информации
Психологические основы рекламы и связей с общественностью	Разработка рекламного продукта
Деловое общение и деловая коммуникация	Технологии производства рекламного продукта
Коммуникационный консалтинг	Преддипломная практика

4. СПОСОБЫ, МЕСТО И ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Способы проведения производственной практики (профессионально-творческой), в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью не установлены.

Местами прохождения производственной практики (профессионально-творческой) могут выступать конкретные учреждения (организации), осуществляющие профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью, или имеющие в своей структуре отдел по рекламе и связям с общественностью, или предусматривающие должность специалиста по рекламе и (или) связям с общественностью в своей структуре.

Производственная практика (профессионально-творческая) может проводиться в:

- структурных подразделениях АНО ВО СКСИ, в частности местом проведения практики может выступать учебно-научное подразделение «Бизнес-инкубатор»;
- в учреждениях (организациях) в сфере рекламы и связей с общественностью;
- в структурных подразделениях учреждений (организаций), имеющих отделы по рекламе и связям с общественностью.

Профессионально-творческая практика проводится:

- в 6-м триместре для обучающихся очной формы обучения (4 недели, 216 часов);
- в 9-м триместре для обучающихся очной формы обучения (4 недели, 216 часов);
- в 9-м триместре для обучающихся заочной формы обучения (4 недели, 216 часов);
- в В-м триместре для обучающихся заочной формы обучения (4 недели, 216 часов);

Общее время практики составляет 8 недель, общий объем практики 432 академических часа (12 ЗЕТ).

5. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции	Результаты обучения
УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1. Использует инструменты и методы управления своим временем для достижения поставленных целей	Умеет выбирать наиболее эффективные способы управления временем Владеет навыками эффективного использования своего времени для достижения поставленных целей
	УК-6.2. Определяет задачи и траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни, предпринимает меры по её реализации	Умеет эффективно планировать и контролировать собственное время. Владеет навыками управления собственным временем.
ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1. создает востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского языка, особенностями иных знаковых систем	Умеет создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского языка, особенностями иных знаковых систем Владеет нормами русского языка, особенностями иных знаковых систем
ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. Выявляет запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	Умеет отвечать на потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности в ходе профессионально-творческой практики Владеет навыками мониторинга запросов общества и аудитории в профессиональной деятельности в ходе профессионально-творческой практики
	ОПК-4.2. Учитывает запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	Умеет учитывать потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности в ходе профессионально-творческой практики Владеет навыками прогнозирования потребностей общества и аудитории в профессиональной деятельности в ходе профессионально-творческой практики
ОПК- 6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение	Умеет отбирать необходимое техническое оборудование и программное обеспечение в ходе прохождения профессионально-ознакомительной практики Владеет навыками анализа технического оборудования и программного обеспечения, необходимого для осуществления профессиональной деятельности
	ОПК-6.2. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных	Умеет применять современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных

	продуктов	продуктов Владеет навыками технического обеспечения процессов создания коммуникационных продуктов в ходе прохождения профессионально-творческой практики
ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1. Применяет принципы социальной ответственности в профессиональной деятельности	Умеет применять принципы социальной ответственности в ходе профессионально-ознакомительной практики Владеет навыками регулирования профессиональной деятельности в контексте принципов социальной ответственности
	ОПК-7.2. Учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности	Умеет учитывать в профессиональной деятельности эффекты и последствия Владеет навыками анализа эффектов и последствий своей деятельности в ходе прохождения профессионально-творческой практики
ПК-1. Способен осуществлять организацию продвижения коммуникационного продукта	ПК-1.1. Организует маркетинговые исследования рынка коммуникационной продукции	Умеет выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на коммуникационную продукцию, существенные характеристики целевой аудитории потребителей Владеет навыками анализа на основании имеющихся данных ситуации на рынке коммуникационной продукции Имеет практический опыт организации маркетинговых исследований рынка коммуникационной продукции
	ПК-1.2. Разрабатывает маркетинговые стратегии для коммуникационной продукции	Умеет интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций Владеет навыками разработки концепции продвижения коммуникационной продукции, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий Имеет практический опыт разработки маркетинговых стратегий продвижения коммуникационной продукции
ПК-2. Способен управлять информационными ресурсами	ПК-2.1. Организует работы по созданию и редактированию контента	Умеет распределять работы по созданию и редактированию контента Владеет навыками координации работы по созданию и редактированию контента Имеет практический опыт организации работы по созданию и редактированию контента
	ПК-2.2. Управляет информацией из различных источников	Умеет работать с большими объемами информации Владеет навыками осуществления общей оценки значимости и

		приоритетности получаемой информации Имеет практический опыт управления информационными потоками
--	--	--

6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Общий объем практики составляет 6 зачетных единиц, 216 академических часов.

4 недели

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды учебной деятельности на практике, включая самостоятельную работу и объем (в часах)			Формы текущего контроля
		Установочная конференция	Инструктаж обучающихся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка	СР	
1.	<p><i>Подготовительный этап</i></p> <p>Установочная конференция</p> <p>Инструктаж обучающихся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка</p> <p>1. Инструктаж по основным разделам (этапам) практики.</p> <p>2. Выдача пакета документации для ознакомления и заполнения в период прохождения практики.</p> <p>3. Прохождение инструктажа обучающихся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка по месту прохождения практики.</p>	4	4		
2.	<p><i>Экспериментальный этап</i></p> <p>Общая характеристика учреждения и организации деятельности отделов по рекламе и связям с общественностью в данной организации, описание основных мероприятий, в которых принял участие студент</p> <p>1. Знакомство со спецификой учреждения.</p> <p>2. Знакомство с исторической, экономической и нормативно-правовой базой, регламентирующей деятельность специалиста по рекламе и связям с общественностью учреждения.</p> <p>3. Изучение организационной структуры организации.</p> <p>4. Использование студентом знаний о специфике деятельности в области рекламы и связям с общественностью, в частности участие студентов в:</p> <p>- анализе ситуации на рынке</p>			188	Проверка отчета, дневника, индивидуального задания

	<p>коммуникационной продукции, участником которого является предприятие – базы практики;</p> <ul style="list-style-type: none"> - подготовке, организации и проведении анкетирования и опросов мнения потребителей и общественного мнения; - мониторинге запросов общества и целевой аудитории предприятия – базы практики; - прогнозирования потребностей общества и целевой аудитории предприятия – базы практики; - участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий, а также распространении коммуникационных продуктов предприятия – базы практики. <p>5.Участие в рекламных и PR мероприятиях (в форме: наблюдения, или присутствия), в том числе:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выбор наиболее эффективных способов управления собственным временем; - отбор и применение необходимого технического оборудования, программного обеспечения, цифровых устройств, платформ и программного обеспечения в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью; - организация и координация работ по созданию и редактированию контента сайта или персональной страницы предприятия – базы практики; <p>Краткое описание в отчете и дневнике данных мероприятий.</p>				
3.	<p><i>Подготовка отчета по практике</i></p> <p>Заполнение отчета, дневника, индивидуального задания, в том числе:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществление общей оценки значимости и приоритетности полученной в ходе профессионально-творческой практики информации. 			20	Проверка отчета, дневника, индивидуального задания
	<i>Итого</i>	4	4	208	
	Всего	216			

4 недели

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды учебной деятельности на практике, включая самостоятельную работу и объем (в часах)			Формы текущего контроля
		Установочная конференция	Инструктаж обучающихся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка	СР	

4.	<p><i>Подготовительный этап</i> Установочная конференция Инструктаж обучающихся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Инструктаж по основным разделам (этапам) практики. 2. Выдача пакета документации для ознакомления и заполнения в период прохождения практики. 3. Прохождение инструктажа обучающихся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка по месту прохождения практики. 	4	4		
5.	<p><i>Экспериментальный этап</i> Общая характеристика учреждения и организации деятельности отделов по рекламе и связям с общественностью в данной организации, описание основных мероприятий, в которых принял участие студент</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Знакомство со спецификой учреждения. 2. Знакомство с исторической, экономической и нормативно-правовой базой, регламентирующей деятельность специалиста по рекламе и связям с общественностью учреждения. 3. Изучение организационной структуры организации. 4. Использование студентом знаний о специфике деятельности в области рекламы и связям с общественностью, в частности участие студентов в: <ul style="list-style-type: none"> - анализе ситуации на рынке коммуникационной продукции, участником которого является предприятие – базы практики; - редактировании медиатекстов / медиапродуктов / коммуникационных продуктов; - подготовке, организации и проведении анкетирования и опросов мнения потребителей и общественного мнения; - мониторинге запросов общества и целевой аудитории предприятия – базы практики; - прогнозирования потребностей общества и целевой аудитории предприятия – базы практики; - участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий, а также распространении коммуникационных продуктов предприятия – базы практики. 			188	Проверка отчета, дневника, индивидуального задания

	5.Участие в рекламных и PR мероприятиях (в форме: наблюдения, или присутствия), в том числе: - выбор наиболее эффективных способов управления собственным временем; - отбор и применение необходимого технического оборудования, программного обеспечения, цифровых устройств, платформ и программного обеспечения в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью; - интеграция различных средств продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций, в том числе формирование коммуникационных целей, маркетинговых стратегий и разработка общей концепции продвижения коммуникационной продукции предприятия – базы практики; - организация и координация работ по созданию и редактированию контента сайта или персональной страницы предприятия – базы практики; Краткое описание в отчете и дневнике данных мероприятий.				
6.	<i>Подготовка отчета по практике</i> Заполнение отчета, дневника, индивидуального задания, в том числе: - осуществление общей оценки значимости и приоритетности полученной в ходе профессионально-творческой практики информации.			20	Проверка отчета, дневника, индивидуального задания
	<i>Итого</i>	4	4	208	
	Всего	216			

7. ФОРМЫ ОТЧЕТНОСТИ ПО ПРАКТИКЕ

По результатам прохождения практики обучающийся представляет письменный отчет по практике и заполненный дневник по практике.

Общий объем отчета составляет 25-30 страниц машинописного текста. Отчет о прохождении производственной практики бакалавра в общем виде может включать следующие элементы:

1. Титульный лист (Приложение А).
2. Содержание.
3. Введение.
4. Индивидуальное задание.
5. Дневник по практике (Приложение Б).

ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ И СРОКАМ ВЫПОЛНЕНИЯ РАБОТЫ

Отчет по практике должен быть напечатан одним цветом (как правило, черным) на одной стороне стандартного листа писчей бумаги формата А4 (296x210 мм). При этом используется для титульного листа отчета кегль 12 п., для остальных листов может быть использован кегль 12 п., межстрочный интервал – полуторный, гарнитура шрифта – Times New Roman, выравнивание – по ширине. Абзацный отступ должен быть одинаковым во всем тексте работы и составлять 1 см или 1,25 см. Переносы слов в тексте работы не допускаются.

Страницы отчета с рисунками и приложениями должны быть пронумерованы сквозной нумерацией. Страницы работы следует нумеровать арабскими цифрами. Первой страницей является титульный лист. Номер страницы на титульном листе не проставляется. Номер страницы проставляют в правой нижней части листа без точки. Иллюстрации и таблицы, расположенные на отдельных листах, включают в общую нумерацию страниц работы.

Оформление таблиц.

Таблицу следует располагать в работе непосредственно после текста, в котором она упоминается впервые, или на следующей странице.

На все таблицы должны быть ссылки в работе. При ссылке следует писать слово «таблица» с указанием ее номера.

Название таблицы, при его наличии, должно отражать ее содержание, быть точным, кратким. Название таблицы следует помещать над таблицей по центру, без абзацного отступа в одну строку с ее номером через тире (например, Таблица 1 – Анализ маркетинговых исследований).

Оформление иллюстраций.

Иллюстрации (чертежи, графики, схемы, компьютерные распечатки, диаграммы, фотоснимки) следует располагать в работе непосредственно после текста, в котором они упоминаются впервые, или на следующей странице.

На все иллюстрации должны быть даны ссылки в работе.

Иллюстрации, за исключением иллюстрации приложений, следует нумеровать арабскими цифрами сквозной нумерацией. Допускается нумеровать иллюстрации в пределах главы. В этом случае номер иллюстрации состоит из номера главы и порядкового номера иллюстрации, разделенных точкой (например, Рисунок 1.1).

Если рисунок один, то он обозначается «Рисунок 1». Слово «рисунок» и его наименование располагают посередине строки.

Иллюстрации, при необходимости, могут иметь наименование и пояснительные данные (подрисуночный текст). Слово «Рисунок» и наименование помещают после пояснительных данных и располагают следующим образом:

Рисунок 1 – Название рисунка.

Оформление списка использованных источников.

Список использованной литературы должен быть выполнен в соответствии с правилами библиографического описания документов ГОСТ 7.1-2003 «Библиографическая запись. Библиографическое описание».

Использованные источники должны быть перечислены в следующем порядке:

- официальные и нормативные материалы;
- литературные источники на русском языке;
- литературные источники на иностранном языке;
- интернет-источники.

Использованные источники в рамках каждого их вида должны быть расположены в алфавитном порядке.

Оформление цитат и ссылок.

При использовании в работе материалов, заимствованных из литературных источников, цитировании различных авторов, необходимо делать соответствующие ссылки, а в конце работы помещать в список использованных источников. Не только цитаты, но и произвольное изложение заимствованных из литературы принципиальных положений, включается в отчет со ссылкой на источник. Наличие в тексте отчета ссылок, пусть даже многочисленных, подчёркивает научную добросовестность автора.

Цитаты (выдержки) из источников и литературы используются в тех случаях, когда свою мысль хотят подтвердить точной выдержкой по определенному вопросу. Цитаты должны быть текстуально точными и заключены в кавычки. Если в цитату берется часть текста, т.е. не с начала фразы или с пропусками внутри цитируемой части, то место пропуска обозначается отточиями (три точки). В тексте необходимо указать источник приводимых цитат. Ссылки на использованные источники следует приводить в квадратных скобках, в которых указывается порядковый номер источника в списке использованных источников (например: [5]). После номера источника через запятую возможно указание номера страницы, на которую ссылается автор работы.

Оформление приложений.

Приложение – это часть работы, которая имеет дополнительное, обычно справочное значение, но является необходимой для более полного освещения темы. По содержанию приложения могут быть очень разнообразны: копии подлинных документов, выдержки из отчетных материалов, отдельные положения из инструкций и правил и т.д. По форме они могут представлять собой текст, таблицы, графики, карты. В приложения нельзя включать список использованной литературы, вспомогательные указатели всех видов, справочные комментарии и примечания, которые являются не приложениями к основному тексту, а элементами справочно-сопроводительного аппарата работы, помогающими пользоваться её основным текстом. Приложения оформляются как продолжение отчета на последних её страницах.

В тексте работы на все приложения должны быть даны ссылки. Приложения располагают в порядке ссылок на них в тексте работы.

Каждое приложение следует начинать с новой страницы с указанием наверху посередине страницы слова «Приложение», его обозначения и степени.

Приложение должно иметь заголовок, который записывают симметрично относительно текста с прописной буквы отдельной строкой.

Приложения обозначают заглавными буквами русского алфавита, начиная с А, за исключением букв Ё, З, Й, О, Ч, Ъ, Ы, Ь. После слова «Приложение» следует буква, обозначающая его последовательность. Допускается обозначение приложений буквами латинского алфавита, за исключением букв I и O. В случае полного использования букв русского и латинского алфавитов допускается обозначать приложения арабскими цифрами. Если в документе одно приложение, оно обозначается «Приложение А».

Текст каждого приложения, при необходимости, может быть разделен на разделы, подразделы, пункты, подпункты, которые нумеруют в пределах каждого приложения. Перед номером ставится обозначение этого приложения.

Приложения должны иметь общую с остальной частью документа сквозную нумерацию страниц.

Отчет по практике сдается на кафедру для проверки преподавателем в сроки, установленные учебным графиком.

Если отчет выполнен в соответствии с изложенными требованиями, то он возвращается студенту с пометкой руководителя «допущен к защите». Если в отчете имеются неточности, ошибки, то руководитель на полях или в рецензии делает соответствующие замечания и возвращает студенту с пометкой «на доработку».

При защите студент кратко излагает основные положения работы, последовательность учетных операций, отвечает на вопросы руководителя. В результате защиты студент получает оценку по 5-ти бальной системе. Защищенные отчеты студентам не возвращаются.

По окончании практики студент защищает отчет о прохождении практики в сроки, установленные учебными планами и выпускающей кафедрой, и принимает участие в работе итоговой конференции, проводимой институтом.

Аттестация по итогам практики осуществляется на основе оценки решения обучающимся задач практики, отзыва руководителей практики об уровне его знаний и квалификации. По результатам аттестации выставляется дифференцированная оценка. Защиту отчета принимает руководитель практики от кафедры.

В случае недопущения отчета о прохождении практики к защите студент обязан доработать его в соответствии с замечаниями и после доработки повторно сдать отчет на проверку.

8. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРАКТИКЕ

1. Описание показателей и критериев оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Компетенции (уровни сформированности)	Результаты обучения	Показатель оценивания	Критерии оценивания
УК-6.1. Использует инструменты и методы управления своим временем для достижения поставленных целей	Умеет выбирать наиболее эффективные способы управления временем	Выбор наиболее эффективных способов управления временем в ходе прохождения профессионально-творческой практики	Обоснованность выбора определенных способов управления временем в ходе прохождения профессионально-ознакомительной практики и оформления выходной документации
	Владеет навыками эффективного использования своего времени для достижения поставленных целей	Пункт отчета, направленный на оценку сформированности владения навыками эффективного использования своего времени для достижения поставленных целей в ходе профессионально-ознакомительной практики	точность выполнения пункта отчета, направленного на оценку сформированности владения навыками эффективного использования своего времени для достижения поставленных целей в ходе профессионально-ознакомительной практики
УК-6.2. Определяет задачи и траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни,	Умеет эффективно планировать и контролировать собственное время	Умение эффективно планировать и контролировать собственное время в ходе прохождения профессионально-творческой практики	Обоснованность и планирования и контроля собственного времени в ходе прохождения профессионально-творческой практики и

предпринимает меры по её реализации	Владеет навыками управления собственным временем	Пункт отчета, направленный на оценку сформированности владения навыками управления собственным временем в ходе профессионально-творческой практики	оформления выходной документации точность выполнения пункта отчета, направленного на оценку сформированности владения навыками управления собственным временем в ходе профессионально-творческой практики
	ОПК-1.1. создает востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского языка, особенностями иных знаковых систем	Умеет создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского языка, особенностями иных знаковых систем	Использование умений создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского языка, особенностями иных знаковых систем в ходе профессионально-творческой практики
ОПК-4.1. Выявляет запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	Владеет нормами русского языка, особенностями иных знаковых систем	Пункт индивидуального задания, направленный на выявление владения навыками социального взаимодействия в ходе профессионально-творческой практики	точность выполнения пункта индивидуального задания, направленного на выявление владения навыками социального взаимодействия в ходе профессионально-творческой практики
	Умеет отвечать на потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности в ходе профессионально-творческой практики	Использование умений отвечать на потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности в ходе профессионально-творческой практики	Обоснованность использования умений отвечать на потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности в ходе профессионально-творческой практики
ОПК-4.1. Выявляет запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	Владеет навыками мониторинга запросов общества и аудитории в профессиональной деятельности в ходе профессионально-творческой практики	Пункт индивидуального задания, направленный на выявление владения навыками мониторинга запросов общества и аудитории в профессиональной деятельности в ходе профессионально-творческой практики	точность выполнения пункта индивидуального задания, направленного на выявление владения навыками мониторинга запросов общества и аудитории в профессиональной деятельности в ходе профессионально-творческой практики
	ОПК-4.2. Учитывает запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	Умеет учитывать потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности в ходе профессионально-творческой практики	Использование умений учитывать потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности в ходе профессионально-творческой практики
	Владеет навыками	Пункт индивидуального	точность выполнения

	прогнозирования потребностей общества и аудитории в профессиональной деятельности в ходе профессионально-творческой практики	задания, направленный на выявление владения навыками прогнозирования потребностей общества и аудитории в профессиональной деятельности в ходе профессионально-творческой практики	пункта индивидуального задания, направленного на выявление владения навыками прогнозирования потребностей общества и аудитории в профессиональной деятельности в ходе профессионально-творческой практики
ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение	Умеет отбирать необходимое техническое оборудование и программное обеспечение в ходе прохождения профессионально-творческой практики	Использование умений отбирать необходимое техническое оборудование и программное обеспечение в ходе прохождения профессионально-творческой практики	Обоснованность использования умений отбирать необходимое техническое оборудование и программное обеспечение в ходе прохождения профессионально-творческой практики
	Владеет навыками анализа тенденций развития медиакоммуникационных систем	Пункт отчета, направленный на оценку сформированности навыков анализа тенденций развития медиакоммуникационных систем в ходе профессионально-творческой практики	точность выполнения пункта отчета, направленного на оценку сформированности навыков анализа тенденций развития медиакоммуникационных систем в ходе профессионально-творческой практики
ОПК-6.2. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Умеет применять современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Применение современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов в ходе прохождения профессионально-творческой практики	Обоснованность использования умений применять современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов в ходе прохождения профессионально-творческой практики
	Владеет навыками технического обеспечения процессов создания коммуникационных продуктов в ходе прохождения профессионально-творческой практики	Пункт отчета, направленный на оценку сформированности навыков технического обеспечения процессов создания коммуникационных продуктов в ходе прохождения профессионально-творческой практики	точность выполнения пункта индивидуального задания, направленного на оценку сформированности навыков технического обеспечения процессов создания коммуникационных продуктов в ходе прохождения профессионально-творческой практики
ОПК-7.1.	Умеет применять принципы	Применение принципов	Обоснованность

Применяет принципы социальной ответственности в профессиональной деятельности	социальной ответственности в ходе профессионально-творческой практики	социальной ответственности в ходе прохождения профессионально-творческой практики	использования умений применять принципы социальной ответственности в ходе прохождения профессионально-творческой практики
	Владеет навыками регулирования профессиональной деятельности в контексте принципов социальной ответственности	Пункт отчета, направленный на оценку сформированности навыков регулирования профессиональной деятельности в контексте принципов социальной ответственности в ходе профессионально-творческой практики	точность выполнения пункта отчета, направленного на оценку сформированности навыков регулирования профессиональной деятельности в контексте принципов социальной ответственности в ходе профессионально-творческой практики
ОПК-7.2. Учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности	Умеет учитывать в профессиональной деятельности эффекты и последствия	Использование умений учитывать в профессиональной деятельности эффекты и последствия в ходе прохождения профессионально-творческой практики	Обоснованность использования умений учитывать в профессиональной деятельности эффекты и последствия в ходе прохождения профессионально-творческой практики
	Владеет навыками анализа эффектов и последствий своей деятельности в ходе прохождения профессионально-творческой практики	Пункт отчета, направленный на оценку сформированности навыков анализа эффектов и последствий своей деятельности в ходе профессионально-творческой практики	точность выполнения пункта отчета, направленного на оценку сформированности навыков анализа эффектов и последствий своей деятельности в ходе профессионально-творческой практики
ПК-1.1. Организовывает маркетинговые исследования рынка коммуникационной продукции	Умеет выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на коммуникационную продукцию, существенные характеристики целевой аудитории потребителей	Использование умений выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на коммуникационную продукцию, существенные характеристики целевой аудитории потребителей в ходе профессионально-творческой практики	Обоснованность использования умений выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на коммуникационную продукцию, существенные характеристики целевой аудитории потребителей в ходе профессионально-творческой практики
	Владеет навыками анализа на основании имеющихся данных ситуации на рынке коммуникационной продукции	Пункт отчета, направленный на оценку сформированности навыков анализа на основании имеющихся данных ситуации на рынке коммуникационной продукции	точность выполнения пункта отчета, направленного на оценку сформированности навыков анализа на основании имеющихся данных ситуации на рынке коммуникационной продукции

	Имеет практический опыт организации маркетинговых исследований рынка коммуникационной продукции	Пункт индивидуального задания, направленный на оценку сформированности опыта организации маркетинговых исследований рынка коммуникационной продукции	точность выполнения пункта индивидуального задания, направленного на оценку сформированности опыта организации маркетинговых исследований рынка коммуникационной продукции
ПК-1.2. Разрабатывает маркетинговые стратегии для коммуникационной продукции	Умеет интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций	Использование умений интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций в ходе профессионально-творческой практики	Обоснованность использования умений интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций в ходе профессионально-творческой практики
	Владеет навыками разработки концепции продвижения коммуникационной продукции, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий	Пункт индивидуального задания, направленный на оценку сформированности навыков разработки концепции продвижения коммуникационной продукции, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий	точность выполнения пункта индивидуального задания, направленного на оценку сформированности навыков разработки концепции продвижения коммуникационной продукции, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий
	Имеет практический опыт разработки маркетинговых стратегий продвижения коммуникационной продукции	Пункт индивидуального задания, направленный на оценку сформированности опыта разработки маркетинговых стратегий продвижения коммуникационной продукции	точность выполнения пункта индивидуального задания, направленного на оценку сформированности опыта разработки маркетинговых стратегий продвижения коммуникационной продукции
ПК-2.1. Организовывает работы по созданию и редактированию контента	Умеет распределять работы по созданию и редактированию контента	Использование умений распределять работы по созданию и редактированию контента в ходе профессионально-творческой практики	Обоснованность использования умений распределять работы по созданию и редактированию контента в ходе профессионально-творческой практики
	Владеет навыками координации работы по созданию и редактированию контента	Пункт индивидуального задания, направленный на оценку сформированности навыков координации работы по созданию и редактированию контента	точность выполнения пункта индивидуального задания, направленного на оценку сформированности навыков координации работы по созданию и редактированию контента

	Имеет практический опыт организации работы по созданию и редактированию контента	Пункт индивидуального задания, направленный на оценку сформированности опыта организации работы по созданию и редактированию контента	точность выполнения пункта индивидуального задания, направленного на оценку сформированности опыта организации работы по созданию и редактированию контента
ПК-2.2. Управляет информацией из различных источников	Умеет работать с большими объемами информации	Использование умений учитывать в работе с большими объемами информации в ходе профессионально-творческой практики	Обоснованность использования умений работать с большими объемами информации в ходе профессионально-творческой практики
	Владеет навыками осуществления общей оценки значимости и приоритетности получаемой информации	Пункт отчета, направленный на оценку сформированности навыков осуществления общей оценки значимости и приоритетности получаемой информации	точность выполнения пункта отчета, направленного на оценку сформированности навыков осуществления общей оценки значимости и приоритетности получаемой информации
	Имеет практический опыт управления информационными потоками	Пункт отчета, направленный на оценку сформированности опыта управления информационными потоками	точность выполнения пункта отчета, направленного на оценку сформированности опыта управления информационными потоками

2. Типовые контрольные задания, иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, описание шкал оценивания

4 недели

Период	Содержание задания	Формируемые компетенции	Источник информации
1-я неделя	<p>Дать общую характеристику учреждения и организации деятельности отделов по рекламе и связям с общественностью на предприятии – базе практики, в том числе:</p> <p>1.Познакомиться со спецификой учреждения.</p> <p>2.Проанализировать историческую, экономическую и нормативно-правовую базу, регламентирующую деятельность предприятия – базы практики и специалиста по рекламе и связям с общественностью учреждения.</p> <p>3. Изучить организационной структуры предприятия – базы практики.</p> <p>Заполнить дневник, отразить в индивидуальном задании. Кратко описать в отчете и дневнике данные мероприятия.</p>	УК-6, ОПК-7	Юридический отдел, отдел кадров, экономические службы Администрация учреждения (организации) – базы практики, отделы по рекламе и связям с общественностью
2-я неделя	<p>4. Использовать накопленные знания, умения и навыки о специфике деятельности в области рекламы и связям с общественностью в ходе реализации следующих профессиональных операций:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализе ситуации на рынке коммуникационной продукции, участником которого является предприятие – базы практики; - подготовке, организации и проведении анкетирования и опросов мнения потребителей и общественного мнения; - мониторинге запросов общества и целевой аудитории 	УК-6, ОПК-4	Администрация учреждения (организации) – базы практики, отделы по рекламе и связям с общественностью

	<p>предприятия – базы практики;</p> <p>- прогнозирования потребностей общества и целевой аудитории предприятия – базы практики;</p> <p>Заполнить дневник, отразить в индивидуальном задании.</p> <p>Кратко описать в отчете и дневнике данные мероприятия.</p>		
3-я неделя	<p>4. Использовать накопленные знания, умения и навыки о специфике деятельности в области рекламы и связям с общественностью в ходе реализации следующих профессиональных операций:</p> <p>- участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий, а также распространении коммуникационных продуктов предприятия – базы практики.</p> <p>Заполнить дневник, отразить в индивидуальном задании.</p> <p>Кратко описать в отчете и дневнике данные мероприятия.</p>	УК-6, ПК-1.1	
4-я неделя	<p>5. Участвовать в рекламных и PR мероприятиях предприятия – базы практики (в форме: наблюдения, или присутствия), в том числе:</p> <p>- выбор наиболее эффективных способов управления собственным временем;</p> <p>- отбор и применение необходимого технического оборудования, программного обеспечения, цифровых устройств, платформ и программного обеспечения в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью;</p> <p>- организация и координация работ по созданию и редактированию контента сайта или персональной страницы предприятия – базы практики.</p> <p>Заполнить дневник, отразить в индивидуальном задании.</p> <p>Кратко описать в отчете и дневнике данные мероприятия.</p>	УК-6, ОПК-6, ПК-2.1	
	Оформления отчета по практике		

4 недели

Период	Содержание задания	Формируемые компетенции	Источник информации
1-я неделя	<p>Дать общую характеристику учреждения и организации деятельности отделов по рекламе и связям с общественностью на предприятии – базе практики, в том числе:</p> <p>1. Познакомиться со спецификой учреждения.</p> <p>2. Проанализировать историческую, экономическую и нормативно-правовую базу, регламентирующую деятельность предприятия – базы практики и специалиста по рекламе и связям с общественностью учреждения.</p> <p>3. Изучить организационной структуры предприятия – базы практики.</p> <p>Заполнить дневник, отразить в индивидуальном задании.</p> <p>Кратко описать в отчете и дневнике данные мероприятия.</p>	УК-6, ОПК-7	Юридический отдел, отдел кадров, экономические службы Администрация учреждения (организации) – базы практики, отделы по рекламе и связям с общественностью
2-я неделя	<p>4. Использовать накопленные знания, умения и навыки о специфике деятельности в области рекламы и связям с общественностью в ходе реализации следующих профессиональных операций:</p> <p>анализе ситуации на рынке коммуникационной продукции, участником которого является предприятие – базы практики;</p> <p>- редактировании медиатекстов / медиапродуктов / коммуникационных продуктов;</p> <p>- подготовке, организации и проведении анкетирования и опросов мнения потребителей и общественного мнения;</p> <p>- мониторинге запросов общества и целевой аудитории предприятия – базы практики;</p> <p>- прогнозирования потребностей общества и целевой аудитории предприятия – базы практики;</p> <p>- участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры предприятия – базы практики, обеспечении</p>	УК-6, ОПК-1.1, ОПК-4	Администрация учреждения (организации) – базы практики, отделы по рекламе и связям с общественностью

	<p>внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными службами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; участие в формировании и поддержании корпоративной культуры предприятия – базы практики;</p> <ul style="list-style-type: none"> - применение традиционных и современных технологий профессиональной рекламной и PR-деятельности (создание рекламного / коммуникационного продукта, позиционирование и продвижение продукта / персоны / организации, работа с индивидуальным / корпоративным имиджем); <p>Заполнить дневник, отразить в индивидуальном задании. Кратко описать в отчете и дневнике данные мероприятия.</p>		
3-я неделя	<p>4. Использовать накопленные знания, умения и навыки о специфике деятельности в области рекламы и связям с общественностью в ходе реализации следующих профессиональных операций:</p> <ul style="list-style-type: none"> - участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами предприятия – базы практики на основе результатов исследований. <p>Заполнить дневник, отразить в индивидуальном задании. Кратко описать в отчете и дневнике данные мероприятия.</p>	УК-6, ПК-1.2	
4-я неделя	<p>5. Участие в рекламных и PR мероприятиях предприятия – базы практики (в форме: наблюдения, или присутствия), в том числе:</p> <ul style="list-style-type: none"> выбор наиболее эффективных способов управления собственным временем; - отбор и применение необходимого технического оборудования, программного обеспечения, цифровых устройств, платформ и программного обеспечения в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью; - интеграция различных средств продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций, в том числе формирование коммуникационных целей, маркетинговых стратегий и разработка общей концепции продвижения коммуникационной продукции предприятия – базы практики; - организация и координация работ по созданию и редактированию контента сайта или персональной страницы предприятия – базы практики. - осуществление общих функций управления в структуре деятельности рекламных служб и служб по связям с общественностью предприятия – базы практики; - организация процесса создания рекламного / коммуникационного продукта на предприятии – базе практики; - участие в процессе выпуска рекламного / коммуникационного продукта предприятия – базы практики с применением современных информационных и коммуникационных технологий. <p>Выполнение индивидуального задания (на усмотрение руководителя практики, создание рекламного / коммуникационного продукт / проекта с использованием традиционных и современных технологий профессиональной рекламной и PR-деятельности на базе материалов предприятия).</p> <p>Заполнить дневник, отразить в индивидуальном задании. Кратко описать в отчете и дневнике данные мероприятия.</p>	УК-6, ОПК-6, ПК-2.2	
	Оформления отчета по практике		

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций
Оценка знаний, умений, навыков, характеризующая этапы формирования компетенций по практике, проводится в форме текущей и промежуточной аттестации. Текущий контроль успеваемости предполагает

оценку руководителем практики от института или профильной организации каждого этапа практики с отметкой в рабочем графике проведения практики «выполнено» / «не выполнено».

Промежуточная аттестация по практике проводится с целью выявления соответствия уровня теоретических знаний, практических умений и навыков требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью в форме зачета с оценкой (дифференцированного зачета).

Оценивание знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности определены следующей процедурой. Процедура проведения дифференцированного зачета. Оценивание результатов практики происходит в два этапа. 1. Проверка правильности составления отчета по формальным признакам и наличия отзыва-характеристики. 2. Оценивание уровня сформированности компетенций на основе защиты отчета о практике, осуществляемой в форме собеседования.

Критерии и шкала оценки отчета по практике.

Оценка	Характеристики отчета по практике студента
Отлично	<ul style="list-style-type: none"> – соответствие содержания отчета программе прохождения практики – отчет собран в полном объеме; – структурированность (четкость, нумерация страниц, подробное оглавление отчета); – индивидуальное задание раскрыто полностью; – не нарушены сроки сдачи отчета.
Хорошо	<ul style="list-style-type: none"> – соответствие содержания отчета программе прохождения практики – отчет собран в полном объеме; – не везде прослеживается структурированность (четкость, нумерация страниц, подробное оглавление отчета); – оформление отчета не в полной мере соответствует требованиям ; – индивидуальное задание раскрыто полностью; – не нарушены сроки сдачи отчета.
Удовлетворительно	<ul style="list-style-type: none"> – соответствие содержания отчета программе прохождения практики - отчет собран в полном объеме; – не везде прослеживается структурированность (четкость, нумерация страниц, подробное оглавление отчета); – в оформлении отчета прослеживается небрежность; – индивидуальное задание раскрыто не полностью; – нарушены сроки сдачи отчета.
Неудовлетворительно	<ul style="list-style-type: none"> – соответствие содержания отчета программе прохождения практики – отчет собран не в полном объеме; – нарушена структурированность (четкость, нумерация страниц, подробное оглавление отчета); – в оформлении отчета прослеживается небрежность; – индивидуальное задание не раскрыто; – нарушены сроки сдачи отчета.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

а) учебная литература:

1. Васильев, Г. А. Основы рекламы [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлениям 080100 «Экономика», 080300 «Коммерция», 080500 «Менеджмент» / Г. А. Васильев, В. А. Поляков. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 718 с. — 5-238-01059-1. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/81816.html>

2. Грачев, А. С. PR-служба компании : практическое пособие / А. С. Грачев, С. А. Грачева, Е. Г. Спирина. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 159 с. — ISBN 978-5-394-03568-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/87616.html> (дата обращения: 30.11.2020). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

3. Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 197 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-08991-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/438207> (дата обращения: 30.11.2020).

4. Есикова, И. В. Подготовка и успешное проведение рекламных кампаний / И. В. Есикова. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 160 с. — ISBN 978-5-394-01653-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL:

<http://www.iprbookshop.ru/75208.html> (дата обращения: 30.11.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

5. Карпова, Г. Г. Реклама и связи с общественностью [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие / Г. Г. Карпова, Г. Р. Шамьенова, А. Ю. Егорова. — Электрон. текстовые данные. — Саратов : Саратовский государственный технический университет имени Ю.А. Гагарина, ЭБС АСВ, 2016. — 308 с. — 978-5-7433-3018-8. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/80116.html>

6. Кузнецова, Е. В. Связи с общественностью [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие / Е. В. Кузнецова. — Электрон. текстовые данные. — Саратов : Вузовское образование, 2017. — 125 с. — 978-5-906172-26-6. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/61081.html>

б) программное обеспечение, информационно-справочные системы и ресурсы сети «Интернет»: Microsoft Windows, Microsoft Office Professional Plus 2019, Консультант плюс, Microsoft Office 2007 Standard.

База данных Scopus - <http://elsevierscience.ru/products/scopus/>

Международная реферативная база журналов и статей Web of Science - <https://www.clarivate.ru/products/web-of-science/>

АНО ВО СКСИ - ИС: Библиотека

Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» — <http://www.consultant.ru/>

Поисковые системы

<https://www.yandex.ru/>

<https://www.rambler.ru/>

<https://accounts.google.com/>

<https://www.yahoo.com/>

Бесплатная электронная библиотека онлайн «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» - <http://www.window.edu.ru>

Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов - <http://school-collection.edu.ru/>

Электронная библиотека «Все учебники» - <http://www.vse-ychebniki.ru/>

Электронно-библиотечная система «IPRBooks» - <http://www.iprbookshop.ru/>

Научная электронная библиотека - <http://www.elibrary.ru/>

Портал открытых данных – <https://data.gov.ru/>

Научная электронная библиотека «Киберленинка» - <http://cyberleninka.ru/>

Федеральный центр информационно- образовательных ресурсов - <http://fcior.edu.ru/>

Свободная энциклопедия «Википедия»- <https://ru.wikipedia.org>

Национальная Электронная Библиотека (НЭБ)-<https://нэб.рф>

Образовательный портал GeekBrains с доступом к онлайн-обучению (Learning Management System) и к курсам по четырем направлениям: программирование, дизайн, управление и маркетинг - <https://university.geekbrains.ru/>

Деловое информационное пространство РБК - www.rbk.ru

Международная Ассоциация по связям с общественностью (IPRA) - <https://www.ipra.org/>

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА ПРАКТИКИ

Для проведения практики необходимы: организации, учреждения и предприятия, а также учебно-научные подразделения Института, оснащенные компьютерным оборудованием в объемах, достаточных для достижения целей практики. В случае проведения практики на базе АНО ВО СКСИ - учебно-научное подразделение «Бизнес-инкубатор».

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

11. ОСОБЕННОСТИ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ ЛИЦАМИ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, услуги ассистента (тьютора), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Прохождение практики обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано совместно с другими обучающимися, а также в отдельных группах.

Прохождение практики обучающимися с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

В целях доступности получения высшего образования по образовательной программе лицами с ограниченными возможностями здоровья при прохождении практики обеспечивается:

1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

– присутствие тьютора, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),

– письменные задания, а также инструкции о порядке их выполнения оформляются увеличенным шрифтом,

– специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы (имеющие крупный шрифт или аудиофайлы),

– индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс,

– при необходимости студенту для выполнения задания предоставляется увеличивающее устройство;

2) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

– присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),

– обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающемуся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

– обеспечивается надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации;

3) для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата:

– письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются тьютору;

– по желанию студента задания могут выполняться в устной форме.

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ СОЦИАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ»

_____ факультет
Кафедра _____

ДНЕВНИК

_____ ПРАКТИКИ

_____ тип практики

Студента/Аспиранта _____

Специальности/Направления подготовки _____

Продолжительность практики _____

Место проведения практики _____

Договор № _____ от « _____ » _____ 20__ по « _____ » _____ 20__ г.

Руководитель практики от организации _____

_____ (должность, Ф.И.О. подпись)

Руководитель практики от института _____

_____ (должность, Ф.И.О. подпись)

Ставрополь, 20__ г.

2. Ежедневная работа

День практики	Дата	Содержание работы	Отметка руководителя практики о выполнении
1			
2			
3			
4			
5			

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ СОЦИАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ»
_____ факультет
Кафедра _____

ОТЧЕТ ПО _____
ПРАКТИКЕ

Выполнил(а):
Фамилия Имя Отчество
Студент(кА) /аспирант ___ го курса
Специальности/направления подготовки

Группы _____

Руководитель практики от организации

Подпись, фамилия и инициалы, должность

Руководитель практики от института:

Подпись, фамилия и инициалы, должность

Оценка по практике:

Оценка подпись
« ____ » _____ 20 ____ г.


Ставрополь, 20 ____ г.

**Дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины
«Профессионально-творческая практика»
направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль) программы: Реклама и связи с общественностью в
коммерческой сфере
на 2020/2021, 2021/2022, 2022/23 уч.г.**

Внесенные изменения на 2023/2024
учебный год



УТВЕРЖДАЮ
Декан социально-психологического
факультета


Т.В. Поштарева
«19» мая 2023 г.

В рабочую программу вносятся следующие изменения:

8.3. Программное обеспечение

Microsoft Windows, Microsoft Office Professional Plus 2019, Google Chrome, Яндекс Браузер, Яндекс 360, Антивирус

8.4. Профессиональные базы данных

База данных психологов, работающих на территории РФ - <http://www.psychology-guide.ru>

База данных психологических методик - https://hr-portal.ru/psy_tools?ysclid=I6yr3dpf27651016965

8.5. Информационные справочные системы

1С: Библиотека - <https://www.sksi.ru/environment/eor/library/>


Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» - <http://www.consultant.ru/>


Поисковые системы

Поисковая система Google - <https://www.yandex.ru/>


Поисковая система Yandex - <https://www.rambler.ru/>

Поисковая система Yahoo - <https://www.yahoo.com/>

Рабочая программа пересмотрена и рекомендована на заседании кафедры социально-гуманитарных дисциплин от «19» мая 2023 г. протокол № 9
зав. кафедрой  Е.В. Смирнова

Рабочая программа пересмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии СПФ «19» мая 2023 г. протокол № 9
Председатель УМК  Т.В. Поштарева

СОГЛАСОВАНО:

Зав. выпускающей кафедрой социально-гуманитарных наук  Е.В. Смирнова
«19» мая 2023 г. протокол № 9