

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«РЯЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ С.А. ЕСЕНИНА»

Утверждаю:  
Декан факультета истории  
и международных отношений  
О.И. Амурская  
«30» августа 2019 г.



**ПРОГРАММА ПРАКТИКИ**

**ВИД ПРАКТИКИ**

**ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ**

**ТИП ПРАКТИКИ**

*практика по получению профессиональных умений и опыта  
профессиональной деятельности*

Уровень основной профессиональной образовательной программы  
бакалавриат

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки: Реклама и связи с общественностью

Форма обучения: очная

Срок освоения ОПОП: 4 - нормативный

Курс, семестр, трудоемкость - 2 курс – IV семестр – 4 недели, 216 часов, 6 з.е.

Факультет истории и международных отношений

Кафедра рекламы и социокультурных коммуникаций

Рязань, 2019

## **1.ВИД (ТИП) ПРАКТИКИ**

Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности

## **2. ЦЕЛЬ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ**

Целями проведения производственной практики являются:

- закрепление теоретических знаний, полученных во время аудиторных занятий и учебной практики и приобретение практических навыков работы в практической деятельности, получение информации о рекламном бизнесе;
- способность к самоорганизации и самообразованию;
- приобретение навыков ведения рабочей документации рекламного отдела: подготовка писем, служебных и аналитических записок, отчетов;
- формирование умения устанавливать и поддерживать необходимые связи с рекламодателями, со средствами массовой информации и другими коммуникационными организациями;
- понимать правовую основу деятельности рекламного отдела, поэтому необходимо ознакомиться с правовыми актами, регулирующими деятельность конкретного рекламного отдела;
- ознакомление с функциями и задачами, которые ставятся перед маркетингово-рекламной службой;
- владение навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве;
- способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;
- способность под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия;
- приобщение практиканта к социальной среде предприятия (организации) с целью формирования общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций: ОК-2, ОК-8, ОПК-2, ПК-7, необходимых для работы в профессиональной сфере.

## **3.ФОРМЫ И СПОСОБЫ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ**

Практика проводится дискретно. Имеет стационарный; выездной характер.

## **4. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО УНИВЕРСИТЕТА**

Во время учебной практики происходит практическое знакомство с выбранным направлением подготовки, применение результатов

теоретического обучения, приобретение обучающимися умений и навыков практической работы по присваиваемой квалификации и избранному направлению профессиональной подготовки. В основе содержания учебной практики лежат знания, полученные обучающимися при изучении учебных дисциплин:

Учебные дисциплины:

Русский язык и культура речи

Иностранный язык

Психология

Культурология

Экономика

Информатика

Компьютерные технологии

Теория и практика массовой информации

Основы интегрированных коммуникаций

История рекламы

Основы рекламы

Современный русский язык

Введение в специальность

GR в политической рекламе

Учебные дисциплины раздела Дисциплины по выбору:

PR в рекламе

Имиджелогия

Основы деловой коммуникации

Проведение учебной практики позволит приобрести обучающимся первичный профессиональный опыт, позволит подготовить обучающегося к успешному прохождению производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности.

Практика реализуется в рамках базовой части Блока 2.

#### **4.1. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы**

Прохождение данной практики направлено на формирование у обучающихся общекультурных (ОК), профессиональных (ПК), общепрофессиональных (ОПК) компетенций:

№ п/п	Номер/ индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики		
			В результате прохождения практики обучающиеся должны:		
			Знать	Уметь	Владеть
1.	ОК-2	Способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции	способы получения и анализа информации, прогнозирования рекламной деятельности	Осуществлять сбор информации, анализировать научно-практическую информацию, прогнозировать эффективность рекламной деятельности	методикой анализа научно-практической информацией
2.	ОК-8	Способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности, способы повышения производительности труда	менять виды деятельности для повышения производительности труда, переключать внимание с одного рода деятельности на другой	методикой смена рода деятельности
3.	ОПК-2	Владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью	законодательство о рекламе и PR, основы рекламного администрирования, должностные обязанности	Создавать эффективную коммуникационную структуру организации, организовывать систему связей с общественностью в коллективе, применять правила делового этикета	теоретическими основами по принятию правовых решений
4.	ПК-7	Способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.	специфику межличностных отношений и этических норм общения, специфику ведения переговоров, особенности разных целевых аудиторий.	устанавливать и укреплять межкультурные связи, находить общий язык с разной аудиторией, вносить необходимые коррективы в ход мероприятий	навыками взаимодействия в поликультурной и полиэтничной среде

## 4.2. Карта компетенций практики

Карта компетенций практики					
В процессе прохождения данной практики обучающийся формирует и демонстрирует следующие компетенции:					
Общекультурные компетенции:					
компетенции		перечень компонентов	технологии формирования	форма оценочного средства	уровни освоения компетенции
индекс	формулировка				
ОК-2	Способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции	<u>Знать</u> способы получения и анализа информации, прогнозирования рекламной деятельности <u>Уметь</u> осуществлять сбор информации, анализировать научно-практическую информацию, прогнозировать эффективность рекламной деятельности <u>Владеть</u> методикой анализа научно-практической информацией	- Выполнение индивидуальных заданий - Самостоятельная работа	Отчет, собеседование	<b>Пороговый</b> Способы получения и анализа информации <b>Повышенный</b> Методикой анализа научно-практической информацией для формирования гражданской позиции
ОК-8	Способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	<u>Знать</u> методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности, способы повышения производительности труда <u>Уметь</u> менять виды деятельности для повышения производительности труда, переключать внимание с одного рода деятельности на другой <u>Владеть</u> методикой смена рода деятельности	- Выполнение индивидуальных заданий - Самостоятельная работа	Отчет, собеседование	<b>Пороговый</b> Комплекс упражнений для сидячей работы <b>Повышенный</b> Владеет навыками по выполнению упражнений
Общепрофессиональные компетенции:					

ОПК-2	Владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью	<p><u>Знать</u> законодательство о рекламе и PR, основы рекламного администрирования, должностные обязанности</p> <p><u>Уметь</u> создавать эффективную коммуникационную структуру организации, организовывать систему связей с общественностью в коллективе, применять правила делового этикета</p> <p><u>Владеть</u> теоретическими основами по принятию правовых решений</p>	Выполнение индивидуальных заданий - Самостоятельная работа	Отчет, собеседование	<p><b>Пороговый</b> Способы работы с нормативно-правовыми актами регулируемыми рекламную деятельность</p> <p><b>Повышенный</b> Владеет знаниями по принятию правовых решений и навыками работы с нормативно-правовыми актами по регулируемыми рекламную деятельность</p>
<b>Профессиональные компетенции:</b>					
ПК-7	Способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятия.	<p><u>Знать</u> специфику межличностных отношений и этических норм общения, специфику ведения переговоров, особенности разных целевых аудиторий.</p> <p><u>Уметь</u> устанавливать и укреплять межкультурные связи, находить общий язык с разной аудиторией, вносить необходимые коррективы в ход мероприятий</p> <p><u>Владеть</u> навыками взаимодействия в поликультурной и полиэтничной среде</p>	- Выполнение индивидуальных заданий - Самостоятельная работа	Отчет, собеседование	<p><b>Пороговый</b> Разновидности коммуникации</p> <p><b>Повышенный</b> Навыками делового общения</p>

### 4.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по производственной практике (тип - практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности) (Приложение 1)

В качестве основного оценочного средства для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике, позволяющего оценить уровень сформированности компетенций, выступает отчет (ОК-2, ОК-8, ОК-6, ОПК – 2, ПК-7), в котором обучающиеся представляют информацию, подтверждающую наличие у студентов соответствующих компетенций.

В итоге предоставления студентами отчетов на кафедру руководителю практики проводится итоговая конференция, с целью оценить уровень сформированности компетенций.

## 5. ОБЪЕМ ПРАКТИКИ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ И ЕЕ ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ В НЕДЕЛЯХ

Общая трудоемкость практики составляет 6 зачетные единицы, 4 недели, 216 часов, объем контактной работы – 6 часов. Контактная работа обучающегося в период практики складывается из:

- участия в установочной и итоговой конференциях – 3 ч. (установочная – 1 ч.; итоговая – 2 ч.);
- прохождение инструктажа по охране труда и технике безопасности – 0,7 ч.;
- консультаций руководителей практики от Университета и от профильной организации (2,15 ч.);
- прохождения промежуточной аттестации (0,15 ч.).

## 6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

№ п/п	Этапы практики	Содержание этапов	Формы текущего контроля
1	Организационный	-производственный инструктаж (инструктаж по технике безопасности) - подготовка и оформление организационных документов по практике - знакомство и собеседование с представителями организации	Ведомость по технике безопасности
2	Основной этап	- выполнение учебных заданий - сбор, обработка и систематизация необходимого для отчета информации - консультации с руководителем практики в вузе	Проверка выполнения индивидуальных заданий
3	Аналитический этап	- обработка и анализ полученной	Разбор и анализ

		информации	собранных материалов и проведенных мероприятий.
4	Заключительный	- обработка полученных данных - подготовка отчета об итогах практики	Контроль выполнения и проверка отчетности по практике, собеседование

## 7. ФОРМЫ ОТЧЕТНОСТИ ПО ПРАКТИКЕ (Приложение 2)

В период прохождения производственной практики (тип - практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности) обучающийся поэтапно формирует пакет документов, необходимых для промежуточной аттестации по итогам практики. Данные документы в установленные сроки студент предоставляет на выпускающую кафедру. Зачет по практике приравнивается к зачетам по теоретическому обучению и учитывается при подведении итогов общей успеваемости обучающихся.

Предусмотрены следующие формы отчетности по производственной практике (тип - практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности):

- если практика проводится в СП Университета:

- индивидуальное задание;
- рабочий график (план) проведения практики;
- отчет;

- если практика проводится на базе профильных организаций:

- индивидуальное задание (согласованное с руководителем практики от профильной организации);
- совместный рабочий график (план) проведения практики;
- отчет;
- отзыв / характеристика с места прохождения практики.

**1. Индивидуальное задание** для обучающегося, которое необходимо выполнить в период практики, разрабатывается руководителем практики от университета и выдается студенту перед началом практики. В индивидуальном задании... (*формулируется тема предполагаемого исследования, дается перечень подлежащих рассмотрению вопросов,*), конкретизируется содержание деятельности и планируемые результаты. Индивидуальное задание согласуется с руководителем практики от профильной организации. (**Приложение 2.1**)

**2. Рабочий график (план) проведения практики** составляется руководителем практики от факультета. В нем отражается перечень запланированных мероприятий, исходя из цели, задач практики и места ее прохождения. Устанавливаются сроки выполнения запланированных мероприятий с указанием конкретных дат. Рабочий график (план) проведения практики согласуется с руководителем практики от профильной организации. (**Приложение 2.2**)

### 3. Отчет об итогах практики.

Отчет о прохождении практики – это краткое описание всех видов работ, которые были выполнены студентом во время прохождения практики. В отчет также входят следующие пункты:

- описание места практики,
- описание процесса решения рабочих задач, поставленных в индивидуальном задании,
- трудности и проблемы практики, предложения по совершенствованию ее организации,
- степень удовлетворенности практикой.

Отчет предоставляется руководителю практики от организации, заверяется его подписью и печатью учреждения. Незаверенный отчет кафедрой не принимается.

Отчет об итогах практики выполняется самостоятельно каждым обучающимся в письменной форме на специальном бланке. *(Приложение 2.3)*

### 4. Отзыв обучающегося с места прохождения практики.

- отзыв составляется и подписывается руководителем профильной организации и заверяется печатью;
- содержит описание проделанной работы в соответствии с графиком и индивидуальным заданием;
- в отзыве содержится оценка уровня подготовки обучающегося, проявленного при выполнении заданий практики, а также его отношение к работе. *(Приложение 2.4)*

## 8. ИНФОРМАЦИОННЫЕ, ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ, НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ И НАУЧНО-ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ НА ПРАКТИКЕ

### 8.1 Основная литература

№ п/п	Автор (ы), наименование, место издания и издательство, год	Семестр	Количество экземпляров	
			В библиотеке	На кафедре
1	2	4	5	6
1	Марочкина, С.С. Введение в специальность: реклама [Электронный ресурс]: учебное пособие / С.С. Марочкина, Л.М. Дмитриева, Е.В. Азарова. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 239 с. - Режим доступа: URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=114757">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=114757</a> (Дата обращения: 14.05.2019).	2	ЭБС	-
2	Китчен, Ф. Паблик рилейшнз [Электронный ресурс]: учебное пособие / Ф. Китчен; пер. Е.Э. Лалаян. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 454 с. - Режим доступа:	2	ЭБС	-

	URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=114546">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=114546</a> (Дата обращения: 14.05.2019).			
3	Поляков, В.А. Основы рекламы [Электронный ресурс]: учебное пособие / В.А. Поляков, Г.А. Васильев. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 718 с. - Режим доступа: URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=114432">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=114432</a> (Дата обращения: 14.05.2019).	2	ЭБС	-

## 8.2 Дополнительная литература

№ п/п	Автор (ы), наименование, место издания и издательство, год	Семестр	Количество экземпляров	
			В библиотеке	На кафедре
1	2	4	5	6
1	Антипов, К.В. Основы рекламы [Электронный ресурс]: учебник / К.В. Антипов. - 3-е изд. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 326 с. - Режим доступа: URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=454031">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=454031</a> (Дата обращения: 14.05.2019).	2	ЭБС	-
2	Ковалевский, В. Организация рекламной деятельности [Электронный ресурс]: учебное пособие / В. Ковалевский, О. Калиева, Н. Лужнова; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Оренбургский государственный университет», Кафедра маркетинга, коммерции и рекламы. - Оренбург: ОГУ, 2012. - 122 с. - Режим доступа: URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=259222">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=259222</a> (Дата обращения: 14.05.2019).	2	ЭБС	-
3	Ломова, О.С. Деловое общение специалиста по рекламе [Электронный ресурс]: учебное пособие / О.С. Ломова; ред. Л.М. Дмитриевой. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 237 с. - Режим доступа: URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=114801">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=114801</a> (Дата обращения:	2	ЭБС	-

	14.05.2019).			
4	Панкратов, Ф.Г. Основы рекламы [Электронный ресурс]: учебник / Ф.Г. Панкратов, Ю.К. Баженов, В.Г. Шахурин. - 14-е изд., перераб. и доп. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 538 с. - Режим доступа: URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=454093">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=454093</a> (Дата обращения: 14.05.2019).	2	ЭБС	-
5	Теория и практика креативной деятельности [Электронный ресурс] / О.А. Карлова, Е.А. Ноздренко, И.А. Пантелеева, И.А. Карлов; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский Федеральный университет - Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2012. - 372 с. - Режим доступа: URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=364091">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=364091</a> (Дата обращения: 14.05.2019).	2	ЭБС	-
6	Титова, Л.Г. Технологии делового общения [Электронный ресурс]: учебное пособие / Л.Г. Титова. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 239 с. - Режим доступа: URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=436854">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=436854</a> (Дата обращения: 14.05.2019).	2	ЭБС	-

### 8.3 Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы, Интернет-ресурсы

1. «Контреклама» - Режим доступа: <http://www.Kontreklama.go.ru> (дата обращения: 14.05.2019).
2. «Креатив» - Режим доступа: <http://www.Chat.ru/cratiff/-index.htm> (дата обращения: 14.05.2019).
3. сайт Российской Ассоциации Рекламных Агентств - Режим доступа: <http://www.rara.ru> (дата обращения: 14.05.2018).
4. сайт журнала «Рекламные идеи» - Режим доступа: <http://www.advi.ru> (дата обращения: 14.05.2019).
5. «ТРИЗ –шанс» - Режим доступа: <http://www.triz-ri.ru> (дата обращения: 14.05.2019).

6. сайт наука о рекламе - Режим доступа: <http://www.advertology.ru/> (дата обращения: 14.05.2019).
7. «Черный PR» - Режим доступа: <http://www.black.Pr-online.ru> (дата обращения: 14.05.2019).
8. рекламный курьез - Режим доступа: <http://www.sbs.perv.ru> (дата обращения: 14.05.2019).
9. сайт по брэдингу - Режим доступа: <http://www.salespromotion.ru> (дата обращения: 14.05.2019).
10. информационно-справочная система - Режим доступа: <http://www.reklamainfo.ru> (дата обращения: 14.05.2019).
11. рекламный мир - Режим доступа: <http://www.adverus.ru/> (дата обращения: 14.05.2019).
12. рынок российской рекламы. Новости - Режим доступа: <http://www.sostav.ru> (дата обращения: 14.05.2019).
13. наружная реклама - Режим доступа: <http://www.outdoormedia.ru> (дата обращения: 14.05.2019).
14. Российская газета - Режим доступа: <http://rg.ru> (дата обращения: 14.05.2019).
15. Федеральное собрание РФ - Режим доступа: <http://www.gov.ru> (дата обращения: 14.05.2019).
16. Информационно-поисковая система: Консультант Плюс - Режим доступа: <http://www.consultant.ru> ([edu.consultant.ru](http://edu.consultant.ru)) (дата обращения: 14.05.2019).

## **9. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ПРАКТИКИ**

### **9.1 Информационные технологии**

При проведении практики используются следующие информационные технологии:

- использование сервисов электронной почты для обмена оперативной информацией;
- использование специализированных программных средств для решения научно-исследовательских и учебно-производственных задач в период прохождения практики;
- работа в электронных библиотечных системах;
- мультимедийные презентации проектов, отчетов по практике и др.).

### **9.2 Требования к программному обеспечению**

<b>Набор ПО в компьютерных классах</b>	
Название ПО	№ лицензии
Операционная система Windows Pro	договор №Tr000043844 от 22.09.15г
Антивирус Kaspersky Endpoint Security	договор №14/03/2018-0142 от 30/03/2018г
Офисное приложение LibreOffice	свободно распространяемое ПО
Архиватор 7-zip	свободно распространяемое ПО
Браузер изображений FastStoneImageViewer	свободно распространяемое ПО
PDF ридер FoxitReader	свободно распространяемое ПО
Медиа проигрыватель VLC media player	свободно распространяемое ПО
Запись дисков ImageBurn	свободно распространяемое ПО

DJVU браузер DjVu Browser Plug-in	свободно распространяемое ПО
<b>Набор ПО для кафедральных ноутбуков</b>	
Антивирус Kaspersky Endpoint Security	договор №14/03/2018-0142 от 30/03/2018г
Офисное приложение LibreOffice	свободно распространяемое ПО
Архиватор 7-zip	свободно распространяемое ПО
Браузер изображений FastStoneImageViewer	свободно распространяемое ПО
PDF ридер FoxitReader	свободно распространяемое ПО
Медиа проигрыватель VLC media player	свободно распространяемое ПО
Запись дисков ImageBurn	свободно распространяемое ПО
DJVU браузер DjVu Browser Plug-in	свободно распространяемое ПО

## 10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

Организация, на базе которой организуется и проводится учебная практика обучающихся, должна располагать материально-технической базой, обеспечивающей профессиональную подготовку к коммуникативному виду деятельности.

В качестве баз практики для получения первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности могут выступать организации, с которыми Рязанский государственный университет имени С.А. Есенина заключил соответствующие договоры на проведение практики (*См. Приложение 1.*)

В соответствии с поставленными задачами базами практики являются: федеральные государственные органы, органы власти субъектов Российской Федерации; органы местного самоуправления; государственные и муниципальные учреждения, предприятия и бюджетные организации; институты гражданского общества; общественные организации; некоммерческие организации; международные организации и международные органы управления; научно-исследовательские и образовательные организации и учреждения; коммерческие организации, деятельность которых связана с работой государственных и муниципальных учреждений.

Основным условием выбора организации для проведения учебной практики является возможность обучающегося получить определенные практические умения и навыки коммуникативной деятельности в сфере государственного и муниципального управления, сформировать соответствующие компетенции.

**Перечень баз практик:  
(учебной, производственной, научно-исследовательской, преддипломной)  
по направлению подготовки бакалавриата  
«Реклама и связи с общественностью»  
на 2019-2020 учебный год**

1. ООО «Мастер Медиа Групп» (Рязанский выпуск «Комсомольская правда).
2. ООО рекламное агентство «Гран Волга».
- 3.Пресс-служба Рязанского государственного университета имени С.А. Есенина.
- 4.ООО «АПР-Сити/ТВД».
5. ООО «Край».
- 6.ООО «Рязань-Этажи» (отдел маркетинга).
- 7.ООО «Интер Парк» (Арт-отдел).
- 8.ООО «Чарли - Ч».
- 9.ООО «РК de luxe».
- 10.ООО «Пикселле».
- 11.АО «Интеркомп» (пресс-центр).

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ  
ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ  
ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ (ПРАКТИКА ПО  
ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)**

**ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ПРАКТИКЕ**

№ п/	Контролируемые этапы практики (результаты по разделам)	Код контролируемой компетенции (или её части)	Наименование оценочного средства
1.	Организационный (ознакомительный)	<b>ОК-2</b>	Зачет
2.	Основной этап	<b>ОК-2, ОК-8, ОПК-2, ПК-7</b>	Зачет
3.	Аналитический этап	<b>ОК-2, ОК-8, ОПК-2, ПК-7</b>	Зачет
	Заключительный	<b>ОК-2, ОК-8, ОПК-2, ПК-7</b>	Зачет

**ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОБУЧЕНИЯ ПО ПРАКТИКЕ**

Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	Элементы компетенции	Индекс элемента
<b>ОК-2</b>	Способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции	знать	
		способы получения информации	ОК-2 31
		способы анализа информации	ОК-2 32
		способы прогнозирования рекламной деятельности	ОК-2 33
		уметь	
		осуществлять сбор информации,	ОК-2 У1
		анализировать научно-практическую информацию,	ОК-2 У2
		прогнозировать эффективность рекламной деятельности	ОК-2 У3
		владеть	
методикой анализа научно-практической информацией	ОК2- В1		
<b>ОК-8</b>	Способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	знать	
		методы физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности,	ОК-8 31
		средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности,	ОК-8 32
		способы повышения производительности труда	ОК-8 33
		уметь	

		менять виды деятельности для повышения производительности труда,	ОК-8 У1
		переключать внимание с одного рода деятельности на другой	ОК-8 У2
		владеть	
		методикой смена рода деятельности	ОК-8 В1
<b>ОПК-2</b>	Владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью	знать	
		законодательство о рекламе и PR,	ОПК-2 З1
		основы рекламного администрирования,	ОПК-2 З2
		должностные обязанности	ОПК-2 З3
		уметь	
		создавать эффективную коммуникационную структуру организации,	ОПК-2 У1
		организовывать систему связей с общественностью в коллективе,	ОПК-2 У2
		применять правила делового этикета	ОПК-2 У3
		владеть	
		теоретическими основами по принятию правовых решений	ОПК-1 В1
<b>ПК-7</b>	Способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятия.	знать	
		специфику межличностных отношений и этических норм общения,	ПК-7 З1
		специфику ведения переговоров,	ПК-7 З2
		особенности разных целевых аудиторий.	ПК-7 З3
		уметь	
		устанавливать и укреплять межкультурные связи,	ПК-7 У1
		находить общий язык с разной аудиторией,	ПК-7 У2
		вносить необходимые коррективы в ход мероприятий	ПК-7 У3
		владеть	
		навыками взаимодействия в поликультурной и полиэтничной среде	ПК-7 В1

## **ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ПРАКТИКЕ (Зачет)**

Основной формой оценочного средства по практике/НИР является отчет. Структура и содержание отчета полностью соответствует структуре и содержанию индивидуального (типового) задания обучающегося по практике/НИР.

**ПРИМЕРНАЯ ФОРМА ОТЧЕТА КАК ОЦЕНОЧНОГО СРЕДСТВА  
РЕЗУЛЬТАТОВ ПРАКТИКИ / НИР**

№	Этапы и содержание работы по практике/НИР	Индекс оцениваемой компетенции и ее элементов
1	Организационный (производственный инструктаж (инструктаж по технике безопасности) - подготовка и оформление организационных документов по практике - знакомство и собеседование с представителями организации	ОК-2 31, 32, 33
2	Основной этап - выполнение учебных заданий - сбор, обработка и систематизация необходимого для отчета информации - консультации с руководителем практики в вузе	ОК-2 31, 32, 33, У1, У2, У3, В1; ОК-8 31, 32, 33, У1, У2, В1; ОПК-2 31, 32, 33, У1, У2, В1; ПК-7 31, 32, 33, У1, У2, У3, В1
3	Аналитический - обработка и анализ полученной информации	ОК-2 31, 32, 33, У1, У2, У3, В1; ОК-8 31, 32, 33, У1, У2, В1; ОПК-2 31, 32, 33, У1, У2, В1; ПК-7 31, 32, 33, У1, У2, У3, В1
4	Заключительный - обработка полученных данных - подготовка отчета об итогах практики	ОК-2 31, 32, 33, У1, У2, У3, В1; ОК-8 31, 32, 33, У1, У2, В1; ОПК-2 31, 32, 33, У1, У2, В1; ПК-7 31, 32, 33, У1, У2, У3, В1

## **ПОКАЗАТЕЛИ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ** **(Шкалы оценивания)**

**Результаты выполнения обучающимся заданий на практике / НИР  
оцениваются по шкале «зачтено» - «не зачтено»**

**«Зачтено»** - оценка соответствует повышенному уровню и выставляется обучающемуся, если он демонстрирует достаточно полные знания всех профессионально-прикладных и методических вопросов в объеме программы практики; полностью выполнил программу с незначительными отклонениями от качественных параметров; проявил себя ответственным и заинтересованным специалистом в будущей профессиональной деятельности; правильно применил теоретические положения при решении практических вопросов и научно-исследовательских задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.

**«Не зачтено»** - оценка выставляется обучающемуся, который не достигает порогового уровня, демонстрирует низкое качество выполнения индивидуальных заданий, оформление документов по практике / НИР не соответствует требованиям, обучающийся владеет фрагментарными знаниями и не умеет применять их на практике / научно-исследовательской деятельности. Представленные документы и результаты собеседования с обучающимся не свидетельствуют о сформированности у последнего предусмотренных программой практики компетенций.

**ФОРМЫ ОТЧЕТНОСТИ ПО ПРАКТИКЕ**

*Образец индивидуального задания на практику  
- если практика проводится на базе СП Университета*

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«РЯЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ С.А. ЕСЕНИНА»

Факультет истории и международных отношений  
Кафедра рекламы и социокультурных коммуникаций  
Код, наименование направления и профиля подготовки 42.03.01 Реклама и связи с  
общественностью

**ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ**

На \_\_\_\_\_ производственную \_\_\_\_\_ практику \_\_\_\_\_ студента

\_\_\_\_\_ (курс) \_\_\_\_\_ (группа) \_\_\_\_\_ (фамилия, имя, отчество) \_\_\_\_\_ (очной формы обучения)

1. Срок практики с \_\_\_\_\_ по \_\_\_\_\_ Срок сдачи студентом отчета \_\_\_\_\_
2. Место прохождения практики \_\_\_\_\_
3. Вид практики (тип) практики \_\_\_\_\_

№	Содержание работы	Форма отчетности
1	Оформление документации	Инструктаж по ТБ
2	Знакомство со структурой организации	Собеседование
3	Написание пресс-релиза	Пресс-релиз
4	Подготовка отчета по практике	Отчет по практике

Руководитель практики  
от РГУ имени С.А.Есенина \_\_\_\_\_  
Подпись

\_\_\_\_\_  
расшифровка подписи

Задание принял к исполнению(студент) \_\_\_\_\_  
Подпись

\_\_\_\_\_  
расшифровка подписи

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.

Образец индивидуального задания на практику  
- если практика проводится на базе профильных организаций

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«РЯЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ С.А. ЕСЕНИНА»

Факультет истории и международных отношений  
Кафедра рекламы и социокультурных коммуникаций  
Код, наименование направления и профиля подготовки 42.03.01 Реклама и связи с  
общественностью

**ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ**

На \_\_\_\_\_ производственную \_\_\_\_\_ практику \_\_\_\_\_ студента

\_\_\_\_\_ (курс) \_\_\_\_\_ (группа) \_\_\_\_\_ (фамилия, имя, отчество) \_\_\_\_\_ (очной формы обучения)

1. Срок практики с \_\_\_\_\_ по \_\_\_\_\_ Срок сдачи студентом отчета \_\_\_\_\_
2. Место прохождения практики \_\_\_\_\_
3. Вид практики (тип) практики \_\_\_\_\_

№	Содержание работы	Форма отчетности
1	Оформление документации	Инструктаж по ТБ
2	Знакомство со структурой организации	Собеседование
3	Изучение свойств продукта, составление рекламной концепции продукта	Собеседование
4	Подготовка отчета по практике	Отчет по практике

Содержание практики и планируемые результаты практики согласованы с руководителем практики от профильной организации.

Руководитель практики  
от РГУ имени С.А.Есенина \_\_\_\_\_  
Подпись \_\_\_\_\_ расшифровка подписи \_\_\_\_\_

Руководитель практики  
от профильной организации \_\_\_\_\_  
Подпись \_\_\_\_\_ расшифровка подписи \_\_\_\_\_

Задание принял к исполнению(студент) \_\_\_\_\_  
Подпись \_\_\_\_\_ расшифровка подписи \_\_\_\_\_

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.

Образец рабочего графика (плана) проведения практики  
- если практика проводится на базе СП Университета

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«РЯЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ С.А. ЕСЕНИНА»

Факультет истории и международных отношений  
Кафедра рекламы и социокультурных коммуникаций  
Код, наименование направления и профиля подготовки 42.03.01 Реклама и связи с  
общественностью

**РАБОЧИЙ ГРАФИК (ПЛАН) ПРОВЕДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ  
ПРАКТИКЕ (ПРАКТИКА ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ  
УМЕНИЙ И ОПЫТА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)**

(вид, тип практики)

Студента

(фамилия, имя, отчество)

\_\_\_\_\_ (курс) \_\_\_\_\_ (группа) \_\_\_\_\_ (очной формы обучения)

№	Этапы практики	Планируемые виды деятельности	Сроки выполнения	Отметка о выполнении
1	Организационный	<i>Участие в установочной конференции; ознакомление с рабочей программой практики; изучение методических рекомендаций по практике; согласование индивидуального задания с руководителем практики от университета и от профильной организации; прохождение инструктажа по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка.</i>		Выполнено (подпись руководителя практики от РГУ)
2	Основной	<i>Выполнение индивидуального задания, ежедневная работа по месту практики, мероприятия по сбору материала, заполнение дневника (отчета) по практике; наблюдение и анализ уроков учителя, уроков других студентов с методистом и т.п.</i>		Выполнено (подпись руководителя практики от РГУ)
3	Аналитический	<i>Обработка и анализ полученной информации</i>		Выполнено (подпись руководителя практики от РГУ)
4	Заключительный	<i>Подведение итогов и составление отчета: систематизация, анализ, обработка собранного в ходе практики материала, предоставление отчета, публичная защита отчета по практике на итоговой конференции.</i>		Выполнено (подпись руководителя практики от РГУ)

Руководитель практики  
от РГУ имени С.А.Есенина \_\_\_\_\_

Подпись

расшифровка подписи

**Приложение 2.2.2**

*Образец совместного рабочего графика (плана) проведения практики  
- если практика проводится на базе профильных организаций*

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«РЯЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ С.А. ЕСЕНИНА»

Факультет истории и международных отношений  
Кафедра рекламы и социокультурных коммуникаций  
Код, наименование направления и профиля подготовки 42.03.01 Реклама и связи с  
общественностью

**СОВМЕСТНЫЙ РАБОЧИЙ ГРАФИК (ПЛАН) ПРОВЕДЕНИЯ  
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ (ПРАКТИКА ПО ПОЛУЧЕНИЮ  
ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ  
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)**

(вид, тип практики)

Студента

(фамилия, имя, отчество)

\_\_\_\_\_ (курс) \_\_\_\_\_ (группа) \_\_\_\_\_ (очной, заочной формы обучения)

№	Этапы практики	Планируемые виды деятельности	Сроки выполнения	Отметка о выполнении
1	Организационный	<i>Участие в установочной конференции; ознакомление с рабочей программой практики; изучение методических рекомендаций по практике; согласование индивидуального задания с руководителем практики от университета и от профильной организации; прохождение инструктажа по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка.</i>		<i>Инструктаж по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка прошел. (подпись студента)  Выполнено (подпись руководителя практики от РГУ, подпись руководителя практики от</i>

				профильной организации)
2	Основной	<i>Выполнение индивидуального задания, ежедневная работа по месту практики, мероприятия по сбору материала, заполнение дневника (отчета) по практике; наблюдение и анализ уроков учителя, уроков других студентов с методистом и т.п.</i>		Выполнено (подпись руководителя практики от РГУ, подпись руководителя практики от профильной организации)
3	Аналитический	<i>Обработка и анализ полученной информации</i>		Выполнено (подпись руководителя практики от РГУ, подпись руководителя практики от профильной)
4	Заключительный	<i>Подведение итогов и составление отчета: систематизация, анализ, обработка собранного в ходе практики материала, предоставление отчета, публичная защита отчета по практике на итоговой конференции.</i>		Выполнено (подпись руководителя практики от РГУ, подпись руководителя практики от профильной организации)

Руководитель практики  
от РГУ имени С.А.Есенина \_\_\_\_\_  
Подпись

\_\_\_\_\_ расшифровка подписи

Руководитель практики  
от профильной организации \_\_\_\_\_  
Подпись

\_\_\_\_\_ расшифровка подписи

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.

Образец титульного листа отчета практики  
- если практика проводится на базе СП Университета  
МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«РЯЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ С.А. ЕСЕНИНА»

Факультет истории и международных отношений  
Кафедра рекламы и социокультурных коммуникаций

## ОТЧЕТ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ТИП - ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ) ПРАКТИКЕ

Студент(ка) \_\_\_\_\_  
Ф.И.О.

Курс \_\_\_\_\_ Группа \_\_\_\_\_

Направление – 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью»

Место прохождения практики \_\_\_\_\_

Сроки прохождения практики

с «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. по «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Руководитель практики  
от РГУ имени С.А. Есенина

\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О. подпись)

\_\_\_\_\_  
(ЗАЧТЕНО/НЕ ЗАЧТЕНО)

*Образец титульного листа отчета практики*  
*- если практика проводится на базе профильных организаций*  
МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«РЯЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ С.А. ЕСЕНИНА»

Факультет истории и международных отношений  
Кафедра рекламы и социокультурных коммуникаций

## ОТЧЕТ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ТИП - ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ) ПРАКТИКЕ

Студент(ка) \_\_\_\_\_  
Ф.И.О.

Курс \_\_\_\_\_ Группа \_\_\_\_\_

Направление – 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью»

Место прохождения практики \_\_\_\_\_

**Сроки прохождения практики**

с «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. по «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**Руководитель практики  
от РГУ имени С.А. Есенина**

\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О. подпись)

\_\_\_\_\_  
(ЗАЧТЕНО/НЕ ЗАЧТЕНО)

**Руководитель практики  
от профильной организации, МП**

\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О. подпись)

\_\_\_\_\_  
(ЗАЧТЕНО/НЕ ЗАЧТЕНО)

Рязань, 2019

## 1. Введение.

- 1.1 Цели практики: закрепление теоретических знаний, полученных во время аудиторных занятий и учебной практики и приобретение навыков работы в практической деятельности, получение информации о рекламном бизнесе.

### 1.2 Задачи практики:

- закрепление теоретических знаний, полученных во время аудиторных занятий и учебной практики и приобретение навыков работы в практической деятельности, получение информации о рекламном бизнесе;
- способность к самоорганизации и самообразованию;
- приобретение навыков ведения рабочей документации рекламного отдела: подготовка писем, служебных и аналитических записок, отчетов;
- формирование умения устанавливать и поддерживать необходимые связи с рекламодателями, со средствами массовой информации и другими коммуникационными организациями;
- понимать правовую основу деятельности рекламного отдела, поэтому необходимо ознакомиться с правовыми актами, регулирующими деятельность конкретного рекламного отдела;
- ознакомление с функциями и задачами, которые ставятся перед маркетингово-рекламной службой;
- владение навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве;
- способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;
- способность под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия;
- приобщение практиканта к социальной среде предприятия (организации) с целью формирования общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций: ОК-2, ОК-8, ОПК-2, ПК-7, необходимых для работы в профессиональной сфере.

## 2. Отчет о выполнении конкретных заданий.

2.1 Описание должности, в которой проходила практика (*функции и обязанности*) .....

2.2 Общая характеристика предприятия, учреждения, в котором проходила практика (*полное название компании, направления деятельности, миссия компании, раскрываются нормативно-правовые основы функционирования*

*объекта прохождения практики, историческая справка и этапы развития компании,)*.....

2.3 Организационная структура компании (*схема*) .....

2.4 Характеристика деятельности отдела PR и рекламы (*отдела маркетинга, пресс-центра*), организации виды деятельности .....

2.5 Партнеры организации и группы общественности, СМИ, с которыми взаимодействует компания (*перечислить*) .....

2.6 Конкуренты организации (*перечислить*) .....

2.7 Организация внутрикорпоративных коммуникаций (*доска объявлений, плазменный экран, сайт, наличие корпоративной культуры, внутренней электронной почты, специальных программ для взаимодействия (например, Viber)*) .....

2.8 Средства рекламы PR, используемые в продвижении товаров/услуг компании .....

2.9 Мероприятия по стимулированию сбыта, направленные на конечного потребителя, на сотрудников, партнеров (*на потребителя – ценовые скидки – сезонные, специальные, организация выставок для популяризации продукта; проведение выставок с целью выявления новых потенциальных покупателей, поддержания контактов с клиентами, представление новых продуктов, увеличение продаж уже существующим заказчикам, программы стимулирования, рассчитанные на определенный временной период, с тем, с учетом того, что многим потребителям было выгодно приобрести продукт в назначенный период времени; на партнеров - совместная реклама, которая создаст заинтересованность партнера в получаемой прибыли, бесплатное обучение, использование средств внешнего PR-работа со СМИ с целью усиления формирования благоприятного имиджа компании, опровержения нежелательных слухов, популяризация рекламных продуктов; сотрудникам - дополнительный отпуск, премия*).....

### 3. Практическая часть.

- Содержание раздела определяется в зависимости от места прохождения учебной практики, по согласованию с руководителем практики от кафедры. ознакомиться с общими принципами деятельности по рекламе и связям с общественностью в организации (учреждении), в которой проходят практику;

- ознакомиться с законодательной и нормативной базой деятельности служб (организаций, специалистов) по рекламе и связям с общественностью;

- оказывать помощь PR-менеджерам в их работе;

- самостоятельно выполнять некоторые виды рекламной работы;

- узнать: практические приемы и методы работы PR-специалистов; основы деловой коммуникации работников рекламы; этические нормы рекламной деятельности; основные правовые нормы, регулирующие рекламную деятельность;

- научиться: использовать полученные теоретические знания в практической деятельности; общим приемам профессиональной коммуникации; работать с информационными источниками и материалами; работать с использованием оргтехники; первичными навыкам организации и проведения специальных мероприятий, презентаций, PR-акций, контактов со СМИ; составлять отчеты о проделанной работе.

#### Заключение.

В заключении практикант делает общие выводы по итогам практики, отмечает чем конкретно помогла практика, дает самооценку своих выполненных функций и тд., трудности и проблемы практики, предложения по совершенствованию ее организации, степень удовлетворенности практикой.

#### Приложения.

В приложение обучающийся может включить копии служебных документов, с которыми он ознакомился и работал в период практики, которые он описывает в своем отчете по практике, разместит таблицы, схемы, рисунки, диаграммы; представить фотоотчет и другие иллюстративные материалы.

« » \_\_\_\_\_ 2018 г.

Подпись студента

**ОТЗЫВ**  
**о прохождении производственной практики**

\_\_\_\_\_ (Ф.И.О. студента)  
в период с \_\_\_\_\_ по \_\_\_\_\_ проходил (вид, тип) практику в \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ (название организации)  
За время прохождения практики \_\_\_\_\_ исполнял обязанности:  
\_\_\_\_\_ (Ф.И.О. студента)

Изучил вопросы / выполнял следующие виды работ:

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
- п... \_\_\_\_\_

Приобрел навыки (обобщенно отражающие планируемые результаты практики):

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
- п... \_\_\_\_\_

Проявил следующие профессиональные и личностные качества:

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

*(добросовестное отношение к делу, дисциплинированность, ответственность, самостоятельность в решении поставленных задач, своевременность и точность выполнения указаний руководителя практики, инициативность, коммуникабельность, творческий подход, организаторские умения и навыки, стремление к овладению новыми знаниями, умениями, а также приемами профессиональной деятельности, способность своевременно реагировать на замечания руководства и устранять недостатки в работе.)*

Замечания (если имеются):

Практика может быть оценена на \_\_\_\_\_  
(оценка отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно)

Подпись руководителя профильной организации \_\_\_\_\_  
(Ф.И.О. с указанием занимаемой должности, печать)

МП

Адрес организации: \_\_\_\_\_  
(юридический адрес)