

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

(наименование института / факультета)



(подпись)

О.И. Амурская

(И.О. Фамилия)

« 31 » августа 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

ВИД ПРАКТИКИ – ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ

ТИП ПРАКТИКИ – ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКАЯ

Уровень основной профессиональной образовательной программы:
бакалавриат

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки: Реклама и связи с общественностью
в социокультурной сфере

Форма обучения: очная

Сроки освоения ОПОП: 4 года

Курс 2, семестр 4, трудоемкость 4 недели, 216 часов, 6 з. е.

Факультет (институт) истории и международных отношений

Кафедра рекламы и социокультурных коммуникаций

Рязань, 2020

1. ВИД (ТИП) ПРАКТИКИ – ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА; ТИП - ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКАЯ

2. ЦЕЛЬ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Целями проведения практики являются:

- 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, необходимых для работы в профессиональной сфере.

3. ФОРМЫ И СПОСОБЫ (при наличии) ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Практика проводится дискретно, с полным отрывом от учебных занятий в университете на срок, предусмотренный учебным планом.

Практика имеет стационарный, выездной характер.

4. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО УНИВЕРСИТЕТА

Во время производственной 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 производственной практики лежат знания, полученные обучающимися при изучении учебных дисциплин:

Учебные дисциплины:

Экономика

Психология

Правоведение

История

Иностранный язык

История мирового и отечественного искусства

Русский язык и культура речи

Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях

Физическая культура и спорт

Прикладная физическая культура (элективные дисциплины по физической культуре и спорту)

Введение в коммуникационные специальности

Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации

Теория и практика связей с общественностью

Теория и практика рекламы

История рекламы и PR

Социальная реклама

Философия

Культурология

Политология

Социология

Основы социального государства

Иностранный язык

История русского фольклора

Прикладная физическая культура (элективные дисциплины по физической культуре и спорту)

Теория и практика связей с общественностью

Теория и практика рекламы

Теория и практика медиакоммуникаций

Интегрированные коммуникации

Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе

GR в государственных структурах

Профессиональное деловое общение в рекламной и PR-деятельности
 Искусство в рекламных коммуникациях
 Антикризисный PR

Освоение практического учебного материала позволит подготовить обучающегося для успешного прохождения производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности:

Учебные дисциплины:

Политология
 Социология
 История зарубежной и русской литературы
 Теория и практика связей с общественностью
 Теория и практика медиакоммуникаций
 Интегрированные коммуникации
 Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе
 Технологии проведения политической рекламной кампании
 Разработка и технологии производства рекламного продукта
 Основы маркетинга
 Медиапланирование в рекламе и PR
 Брендинг в рекламе
 Конфликтология
 PR в рекламе
 Межкультурные коммуникации в рекламе и PR

Производственная практика, тип – Б2.О.01. Профессионально-творческая практика относится к обязательной части Блока 2.

Прохождение данной практики направлено на формирование у обучающихся универсальных (УК), общепрофессиональных (ОПК) и профессиональных (ПК) компетенций:

№ п/п	Код и содержание компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики		
			В результате прохождения практики обучающиеся должны:		
			Знать	Уметь	Владеть
1.	УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать	УК-3.1. Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе,	особенности психики, поведения, и деятельности личности на разных возрастных ступенях	использовать полученные знания на последующих этапах обучения,	системой психологических знаний для развития и становления

свою роль в команде	выбирает стиль руководства и общения, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели.	развития; закономерности функционирования психики в процессе онтогенеза; особенности формирования личности;	а также в профессиональной деятельности; использовать психологические знания для организации поведения и деятельности в социальной среде с учетом индивидуально-психологических особенностей личности; анализировать закономерности развития психических явлений и процессов в процессе онтогенеза, социального взаимодействия людей и деятельности;	личности в процессе обучения и воспитания; навыками социального взаимодействия с учетом их возрастных, личностных, социальных особенностей
	УК-3.2. Организует работу команды/ взаимодействует в команде, учитывая различия, особенности поведения и интересы других участников.	историю формирования психологических идей, особенности и закономерности психических функций;	прогнозировать изменения и динамику уровня развития и функционирования личности; управлять своими эмоциями; налаживать конструктивный диалог	навыками коммуникации и организации коллективной работы, управления эмоциями; методами взаимодействия в группе; навыками профессиональной рефлексии
	УК-3.3. Анализирует и оценивает результативность взаимодействия в команде, определяет последовательность шагов в решении возможных проблем для достижения заданного результата.	структуру личности; особенности конструктивного сотрудничества в команде, - психологические особенности коммуникационного процесса - особенности	работать в команде с учетом толерантного отношения к гетерогенным группам, - выражать мысли, эффективно отслеживая	навыками организации совместной деятельности в гетерогенных группах

			традиционных и современных технологий профессиональной деятельности в области массовых коммуникаций.	реакцию аудитории на информационное сообщение, - использовать эффективные стратегии взаимодействия с массовой аудиторией	
2.	УК-8. Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций	УК -8.1. Идентифицирует и анализирует вредные и опасные факторы среды обитания; оценивает факторы риска её элементов (технических средств, технологических процессов, материалов, зданий и сооружений, природных и социальных явлений).	Основы и правила безопасности жизнедеятельности, цели и задачи науки, теоретические аспекты ЧС, поражающие факторы и правила поведения при ЧС; единую государственную систему предупреждения и ликвидации ЧС, сигнал оповещения о ЧС.	Адекватно реагировать на возникновение ЧС; определять и дифференцировать способы защиты населения, применять практические навыки обеспечения безопасности; использовать индивидуальные и коллективные средства защиты; оказывать первую помощь в очаге ЧС.	Навыками решения проблем обеспечения безопасности жизнедеятельности; техникой составления плана эвакуации из объекта экономики; навыками действий по сигналу оповещения о ЧС.
		УК -8.2. Оценивает степень потенциальной опасности; выявляет проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте; предлагает мероприятия по предотвращению чрезвычайных ситуаций; создает условия безопасной и комфортной среды и умеет обеспечивать личную безопасность и безопасность окружающих.	Классификацию опасных и вредных факторов среды обитания человека; способы защиты населения в ЧС; правила использования коллективных и индивидуальных средств защиты, правила оказания первой помощи.	Создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности на объектах экономики; определять виды ЧС, режимы функционирования единой государственной системы предупреждения и ликвидации ЧС; действовать по сигналу оповещения о ЧС.	Навыками использования коллективных и индивидуальных средств защиты; навыками оказания первой помощи в очаге ЧС
		УК-8.3. Использует методы защиты в чрезвычайных ситуациях,	Правовые и организационные основы безопасности	Определять и дифференцировать современную методическую	Навыками организации защиты персонала

		формирует культуру безопасного и ответственного поведения; разъясняет правила поведения при возникновении чрезвычайных ситуаций природного, техногенного и социального характера; оказывает первую помощь.	жизнедеятельности, обеспечение экологической безопасности	литературу по решению проблем безопасности жизнедеятельности; определять степень опасности угрожающих факторов для объектов экономики, предотвращать негативные последствия природной и социальной среды для объектов и памятников культурного наследия.	объекта от поражающих факторов ЧС в соответствии с законодательной базой; мерами безопасности в повседневной трудовой деятельности, не допускать нарушений производственной и технологической дисциплины, требований экологической безопасности, которые могут привести к чрезвычайным ситуациям на объекте.
3.	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. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ	Основы языковой и речевой культуры медиатекста, медиапродукта и (или) коммуникационного продукта: единицы русского языка (фонетики, словообразования, грамматики), грамматические категории, определяющие их свойства и особенности функционирования; правила русской орфографии и пунктуации в объёме, необходимом для создания медиатекста и медиапродукта.	Анализировать единицы фонетического уровня, лексического уровня, морфемы, части речи; определять способы деривации слов; характеризовать признаки языковых единиц в разных аспектах. Создавать медиатексты и медиапродукты, избегая орфографических и пунктуационных ошибок.	Навыками создания медиатекста и медиапродукта, избегая речевых ошибок разных уровней языка. Методами анализа языковых единиц и фактов в области фонетики, лексики, словообразования, грамматики, орфографии и пунктуации русского языка в синхроническом и диахроническом аспектах; навыком грамотного письма.
		ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных	Основы текстовой деятельности, понятие дискурса и дискурсивного анализа, методику и языковые алгоритмы создания	Создавать тексты рекламы и связей с общественностью в соответствии с нормами современного русского	Методами анализа текста; приёмами создания (синтеза) разного типа текстов рекламы

		коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	коммуникативных продуктов различных жанров.	литературного языка, избегая орфографических и пунктуационных ошибок.	и связей с общественностью; приёмами анализа структуры текстов рекламы, приёмами анализа лексических и грамматических особенностей текстов рекламы в соответствии с нормами русского языка и особенностями иных знаковых систем.
4.	ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса	Особенности формирования истории искусства, особенности развития общественных коммуникации в истории искусства, объективные закономерности исторического развития искусства	Анализировать исторические особенности формирования искусства, понимать, излагать и критически анализировать базовую информацию о развитии искусства, использовать теоретические знания на практике.	Принципами исследования общественного развития с учетом опыта развития искусства, навыками использования знаний в сфере искусства в практической деятельности
		ОПК-3.2. Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.	Основы использования средств художественной выразительности в развитии общественных коммуникаций, в создании текстов рекламы и связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов	Проводить исследования в сфере общественных коммуникаций с помощью художественных образов для создания на их основе текстов рекламы и связей с общественностью и иных коммуникационных	Принципами применения средств и методов художественной выразительности в создании и разработке текстов рекламы и связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов

				ых продуктов	
5.	ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности	основные правила формулирования и отбора дискуссионных тем, этику делового общения, методы аргументации	грамотно отбирать темы дебатов и дискуссий, аргументировать свою точку зрения, вести деловые переговоры	правилами обеспечивающими столкновение противоположных точек зрения
		ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом	организацию, подготовку к проведению PR-акций на основе структуры цивилизованной дискуссии, основы корпоративной культуры, теоретические основы разработки правильных путей и средств в принятии необходимых решений,	критически анализировать точки зрения оппонентов, организовывать систему связей с общественностью в коллективе, применять правила делового этикета	приемами дебатов и дискуссий в PR-деятельности
6.	ПК-3. Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК-3.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта	основы маркетинговых коммуникаций; виды, каналы распространения, производства, реализации составляющие рекламы	разрабатывать товарные, ценовые и коммуникативные стратегии; выбирать вид и канал распространения коммуникационного продукта	основными методами установления цен на товары и услуги; оценивания эффективности коммуникационного продукта
		ПК-3.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта	место и значение маркетинговых исследований на разных этапах планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий; способы определения эффективности коммуникаций фирмы.	использовать различные источники маркетинговой информации в процессе планирования и проведения коммуникационной деятельности; проводить исследования для выявления и уточнения целевой аудитории и определения эффективности коммуникаций.	навыками сбора, анализа и обобщения данных в процессе планирования и проведения коммуникационной деятельности; проведения маркетинговых исследований в форме опросов, наблюдения, фокусирования; использования полученных данных для планирования, подготовки и проведения

				коммуникационн ых кампаний и мероприятий, оценки их эффективности.
	ПК-3.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	формы налаживания обратных связей с целевой аудиторией; средства эффективности обратной связи с разными целевыми группами	использовать средства налаживания обратных связей с разными целевыми группами, мониторить эффективность результатов	технологиями мониторинга обратной связи с разными целевыми группами, оценки эффективности результатов
	ПК-3.4.Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде	инструменты трансляции миссии и философии, целей и задач деятельности целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде	использовать инструменты доведения миссии, целей задач, проводимой кампании целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде	технологиями трансляции миссии, целей, задач проводимой кампании до целевых групп общественности в оффлайн и онлайн среде

4.2. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике (Приложение 1)

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

Общая трудоемкость практики составляет 6 зачетных единиц, 4 недели, 216 часов.

6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

№ п/п	Этапы практики	Содержание деятельности обучающихся	Трудоемкость (в часах)		Формы текущего контроля
			Контакт ная работа	Иные формы	
1	организационный	1.1 инструктаж по охране	1 час		Ведомость по

		труда и технике безопасности			охране труда и технике безопасности
		1.2 подготовка и оформление организационных документов по практике	0,7 часа		
		1.3 знакомство и собеседование с представителями организации	2,15 часа		
2	основной	2.1 выполнение учебных заданий			Проверка выполнения индивидуальных заданий
		2.2 сбор, обработка и систематизация необходимого для отчета информации			
		2.3 консультации с руководителем практики в вузе			
3	заключительный этап	3.1 обработка полученных данных			Контроль выполнения и проверка отчетности по практике, собеседование
		3.2 подготовка отчета об итогах практики	2 часа		
		3.3 участие в итоговой конференции	0,15 часа		
Итого часов по практике:			6		

7. ФОРМЫ ОТЧЕТНОСТИ ПО ПРАКТИКЕ (Приложение 2)

В период прохождения производственной практики (тип – профессионально-творческая практика) 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 (*вид, тип*) практике:

- 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.

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)**

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)**

Отчет о прохождении практики должен содержать описание проделанной работы в соответствии с графиком и индивидуальным заданием, а также... (*даются разъяснения по структуре и содержанию отчета, требования к его оформлению*). **(Приложение 2.3)**

Отзыв/характеристика. Отзыв/характеристика составляется и подписывается руководителем профильной организации и заверяется печатью. В характеристике должны отражаться оценка уровня подготовки обучающегося, проявленного при выполнении заданий практики, а также его отношение к работе. **(Приложение 2.4)**

8. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И РЕСУРСОВ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

8.1 Основная литература

№ п/п	Автор(ы), наименование, место издания и издательство, год
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: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454031 (дата обращения: 14.03.2020).
2	Марусева, И.В. Творческая реклама: приемы и методы ее создания (художественно-аналитическое исследование) [Электронный ресурс] монография / И.В. Марусева - Москва;

	Берлин: Директ-Медиа, 2015. - 419 с. - Режим доступа: URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=276141 (дата обращения: 14.03.2020).
3	Рогожин, М.Ю. Теория и практика рекламной деятельности [Электронный ресурс]: учебное пособие / М.Ю. Рогожин. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2014. - 208 с. - Режим доступа: URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=253716 (дата обращения: 14.03.2020).

8.2. Дополнительная литература

№ п/п	Автор(ы), наименование, место издания и издательство, год
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: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454031 (дата обращения: 14.03.2020).
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: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=259222 (дата обращения: 14.03.2020).
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: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114801 (дата обращения: 14.03.2020).
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: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454093 (дата обращения: 14.03.2020).
5	Теория и практика креативной деятельности [Электронный ресурс] / О.А. Карлова, Е.А. Ноздренко, И.А. Пантелева, И.А. Карлов; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский Федеральный университет - Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2012. - 372 с. - Режим доступа: URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364091 (дата обращения: 14.03.2020).

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

1. BOOK.ru [Электронный ресурс]: электронная библиотека. – Доступ к полным текстам по паролю. – Режим доступа: <http://www.book.ru> (дата обращения: 14.03.2020).
2. East View [Электронный ресурс]: [база данных]. – Доступ к полным текстам статей научных журналов из сети РГУ имени С. А. Есенина. – Режим доступа: <https://dlib.eastview.com> (дата обращения: 14.03.2020).
3. Moodle [Электронный ресурс]: среда дистанционного обучения / Ряз. гос. ун-т. – Рязань, [Б.г.]. – Доступ после регистрации из сети РГУ имени С. А. Есенина, из любой точки, имеющей доступ к Интернету. – Режим доступа: <http://e-learn2.rsu.edu.ru/moodle2> (дата обращения: 14.03.2020).
4. Znanium.com [Электронный ресурс]: электронная библиотека. – Доступ к полным текстам по паролю. – Режим доступа: <http://znanium.com> (дата обращения: 10.01.2020).
5. Труды преподавателей [Электронный ресурс]: коллекция // Электронная библиотека Научной библиотеки РГУ имени С. А. Есенина. – Доступ к полным текстам по паролю. – Режим доступа: <http://dspace.rsu.edu.ru/xmlui/handle/123456789/3> (дата обращения: 14.03.2020).
6. Университетская библиотека ONLINE [Электронный ресурс]: электронная библиотека. – Доступ к полным текстам по паролю. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red (дата обращения: 14.03.2020).
7. Электронная библиотека диссертаций [Электронный ресурс]: официальный сайт / Рос. гос. б-ка. – Москва: Рос. гос. б-ка, 2003 - . – Доступ к полным текстам из комплексного читального зала НБ РГУ имени С. А. Есенина. – Режим доступа: <http://diss.rsl.ru> (дата обращения: 14.03.2020).

8.4 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины

1. eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]: научная электронная библиотека. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>, свободный (дата обращения: 14.03.2020).
2. Киберленинка [Электронный ресурс]: научная электронная библиотека. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/>, свободный (дата обращения: 14.03.2020).
3. СПС «Консультант-плюс» [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>, свободный (дата обращения: 14.03.2020).
4. РАСО Российская ассоциация по связям с общественностью [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.raso.ru/>, свободный (дата обращения: 14.03.2020).
5. Сайт по рекламе – URL: <http://www.adme.ru>, свободный (дата обращения: 14.03.2020).
6. Советник Популярный сайт о PR. [Электронный ресурс] - Режим доступа: www.sovetnik.ru/, свободный (дата обращения: 14.03.2020).

8.5 Периодические издания

1. Журнал Реклама. Теория и практика - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://grebennikon.ru/journal-8.html#volume2019-4/>, свободный (дата обращения: 14.03.2020).
2. Журнал PR в России - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.prjournal.ru/>свободный (дата обращения: 14.03.2019).
3. Журнал Эффективное антикризисное управление - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://info.e-c-m.ru/>, свободный (дата обращения: 14.03.2020).

9. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКОЙ) ПРАКТИКИ

9.1 Информационные технологии

В ходе прохождения производственной практики обучающиеся используют компьютерную технику и системы связи для создания, сбора, передачи, хранения и обработки необходимой информации.

При проведении практики используются следующие информационные технологии:

- использование сервисов электронной почты для обмена оперативной информацией;
- дистанционное консультирование посредством университетской системы e-learn.rsu.edu.ru;
- проведение установочной и итоговой конференций;
- 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

Набор ПО в компьютерных классах	
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
При реализации дисциплины с применением (частичным применением) дистанционных образовательных технологий используются: вебинарная платформа Zoom	договор б/н от 10.10.2020г.
набор веб-сервисов MS office365	бесплатное ПО для учебных заведений https://www.microsoft.com/ru-ru/education/products/office
система электронного обучения Moodle	свободно распространяемое ПО

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

10.1. Требования к аудиториям (помещениям, местам) для проведения занятий:

лекционные аудитории, оснащенные видеопроекционным оборудованием, средствами звуковоспроизведения и экраном, оборудованные учебной мебелью; библиотека, имеющая учебные места для студентов, оснащенные компьютерной техникой с доступом к базам данных и сети Интернет; компьютерный класс, мультимедийный курс лекций.

10.2. Требования к оборудованию рабочих мест преподавателя и обучающихся:

Видеопроектор, ноутбук, переносной экран. В компьютерном классе должны быть установлены средства MS Office: Word, Excel, PowerPoint и др.

11. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ПРАКТИКИ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Практика для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья проводится с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

Выбор мест прохождения практики для инвалидов и лиц с ОВЗ осуществляется с учетом их доступности для данной категории обучающихся.

12. Иные сведения и материалы

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ
ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРАКТИКЕ**

**ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА (ТИП – ПРОФЕССИОНАЛЬНО-
ТВОРЧЕСКАЯ)**

Вид промежуточной аттестации - зачет

Наименование оценочного средства - теоретические вопросы

**1. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ, ФОРМИРУЕМЫХ В ПРОЦЕССЕ
ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ, ИНДИКАТОРОВ ДОСТИЖЕНИЯ
КОМПЕТЕНЦИЙ, ЭЛЕМЕНТОВ КОМПЕТЕНЦИЙ**

№ п/п	Код и содержание компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики		
			В результате прохождения практики обучающиеся должны:		
			Знать	Уметь	Владеть
1.	УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1. Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, выбирает стиль руководства и общения, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели.	особенности психики, поведения, и деятельности личности на разных возрастных ступенях развития; закономерности функционирования психики в процессе онтогенеза; особенности формирования личности;	использовать полученные знания на последующих этапах обучения, а также в профессиональной деятельности; использовать психологические знания для организации поведения и деятельности в социальной среде с учетом индивидуально-психологических особенностей личности; анализировать закономерности развития	системой психологических знаний для развития и становления личности в процессе обучения и воспитания; навыками социального взаимодействия с учетом их возрастных, личностных, социальных особенностей

				психических явлений и процессов в процессе онтогенеза, социального взаимодействия людей и деятельности;	
		УК-3.2. Организует работу команды/ взаимодействует в команде, учитывая различия, особенности поведения и интересы других участников.	историю формирования психологических идей, особенности и закономерности психических функций;	прогнозировать изменения и динамику уровня развития и функционирования личности; управлять своими эмоциями; налаживать конструктивный диалог	навыками коммуникации и организации коллективной работы, управления эмоциями; методами взаимодействия в группе; навыками профессиональной рефлексии
		УК-3.3. Анализирует и оценивает результативность взаимодействия в команде, определяет последовательность шагов в решении возможных проблем для достижения заданного результата.	структуру личности, особенности конструктивного сотрудничества в команде, - психологические особенности коммуникационного процесса - особенности традиционных и современных технологий профессиональной деятельности в области массовых коммуникаций.	работать в команде с учетом толерантного отношения к гетерогенным группам, - выражать мысли, эффективно отслеживая реакцию аудитории на информационное сообщение, - использовать эффективные стратегии взаимодействия с массовой аудиторией	навыками организации совместной деятельности в гетерогенных группах
2.	УК-8. Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении	УК -8.1. Идентифицирует и анализирует вредные и опасные факторы среды обитания; оценивает факторы риска её элементов (технических средств,	Основы и правила безопасности жизнедеятельности, цели и задачи науки, теоретические аспекты ЧС, поражающие факторы и правила	Адекватно реагировать на возникновение ЧС; определять и дифференцировать способы защиты населения,	Навыками решения проблем обеспечения безопасности жизнедеятельности; техникой составления

чрезвычайных ситуаций	технологических процессов, материалов, зданий и сооружений, природных и социальных явлений).	поведения при ЧС; единую государственную систему предупреждения и ликвидации ЧС, сигнал оповещения о ЧС.	применять практические навыки обеспечения безопасности; использовать индивидуальные и коллективные средства защиты; оказывать первую помощь в очаге ЧС.	плана эвакуации из объекта экономики; навыками действий по сигналу оповещения о ЧС.
	УК -8.2. Оценивает степень потенциальной опасности; выявляет проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте; предлагает мероприятия по предотвращению чрезвычайных ситуаций; создает условия безопасной и комфортной среды и умеет обеспечивать личную безопасность и безопасность окружающих.	Классификацию опасных и вредных факторов среды обитания человека; способы защиты населения в ЧС; правила использования коллективных и индивидуальных средств защиты, правила оказания первой помощи.	Создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности на объектах экономики; определять виды ЧС, режимы функционирования единой государственной системы предупреждения и ликвидации ЧС; действовать по сигналу оповещения о ЧС.	Навыками использования коллективных и индивидуальных средств защиты; навыками оказания первой помощи в очаге ЧС
	УК-8.3. Использует методы защиты в чрезвычайных ситуациях, формирует культуру безопасного и ответственного поведения; разъясняет правила поведения при возникновении чрезвычайных ситуаций природного, техногенного и социального характера; оказывает первую помощь.	Правовые и организационные основы безопасности жизнедеятельности, обеспечение экологической безопасности	Определять и дифференцировать современную методическую литературу по решению проблем безопасности жизнедеятельности; определять степень опасности угрожающих факторов для объектов экономики, предотвращать негативные последствия природной и социальной среды для объектов и памятников культурного наследия.	Навыками организации защиты персонала объекта от поражающих факторов ЧС в соответствии с законодательной базой, мерами безопасности в повседневной трудовой деятельности, не допускать нарушений производственной и технологической дисциплины, требований экологической безопасности, которые могут привести к чрезвычайным ситуациям на

					объекте.
3.	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. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ	Основы языковой и речевой культуры медиатекста, медиапродукта и (или) коммуникационного продукта: единицы разных уровней русского языка (фонетики, словообразования, грамматики), грамматические категории, определяющие их свойства и особенности функционирования; правила русской орфографии и пунктуации в объёме, необходимом для создания медиатекста и медиапродукта.	Анализировать единицы фонетического уровня, лексического уровня, морфемы, части речи; определять способы деривации слов; характеризовать признаки языковых единиц в разных аспектах. Создавать медиатексты и медиапродукты, избегая орфографических и пунктуационных ошибок.	Навыками создания медиатекста и медиапродукта, избегая речевых ошибок разных уровней языка. Методами анализа языковых единиц и фактов в области фонетики, лексики, словообразования, грамматики, орфографии и пунктуации русского языка в синхроническом и диахроническом аспектах; навыком грамотного письма.
		ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	Основы текстовой деятельности, понятие дискурса и дискурсивного анализа, методику и языковые алгоритмы создания коммуникативных продуктов различных жанров.	Создавать тексты рекламы и связей с общественностью в соответствии с нормами современного русского литературного языка, избегая орфографических и пунктуационных ошибок.	Методами анализа текста; приёмами создания (синтеза) разного типа текстов рекламы и связей с общественностью; приёмами анализа структуры текстов рекламы, приёмами анализа лексических и грамматических особенностей текстов рекламы в соответствии с нормами русского языка и особенностями иных знаковых

					систем.
4.	ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса	Особенности формирования истории искусства, особенности развития общественных коммуникации в истории искусства, объективные закономерности исторического развития искусства	Анализировать исторические особенности формирования искусства, понимать, излагать и критически анализировать базовую информацию о развитии искусства, использовать теоретические знания на практике.	Принципами исследования общественного развития с учетом опыта развития искусства, навыками использования знаний в сфере искусства в практической деятельности
		ОПК-3.2. Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.	Основы использования средств художественной выразительности в развитии общественных коммуникаций, в создании текстов рекламы и связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов	Проводить исследования в сфере общественных коммуникаций с помощью художественных образов для создания на их основе текстов рекламы и связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов	Принципами применения средств и методов художественной выразительности в создании и разработке текстов рекламы и связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов
5.	ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности	основные правила формулирования и отбора дискуссионных тем, этику делового общения, методы аргументации	грамотно отбирать темы дебатов и дискуссий, аргументировать свою точку зрения, вести деловые переговоры	правилами обеспечивающими столкновение противоположных точек зрения
		ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами	организацию, подготовку к проведению PR-акций на основе структуры цивилизованной дискуссии, основы корпоративной культуры,	критически анализировать точки зрения оппонентов, организовывать систему связей с общественностью в коллективе, применять	приемами дебатов и дискуссий в PR-деятельности

		социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом	теоретические основы разработки правильных путей и средств в принятии необходимых решений,	правила делового этикета	
6.	ПК-3. Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК-3.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта	основы маркетинговых коммуникаций; виды, каналы распространения, производства, реализации составляющие рекламы	разрабатывать товарные, ценовые и коммуникативные стратегии; выбирать вид и канал распространения коммуникационного продукта	основными методами установления цен на товары и услуги; оценивания эффективности коммуникационного продукта
		ПК-3.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта	место и значение маркетинговых исследований на разных этапах планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий; способы определения эффективности коммуникаций фирмы.	использовать различные источники маркетинговой информации в процессе планирования и проведения коммуникационной деятельности; проводить исследования для выявления и уточнения целевой аудитории и определения эффективности коммуникаций.	навыками сбора, анализа и обобщения данных в процессе планирования и проведения коммуникационной деятельности; проведения маркетинговых исследований в форме опросов, наблюдения, фокусирования; использования полученных данных для планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий, оценки их эффективности.
		ПК-3.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	формы налаживания обратных связей с целевой аудиторией; средства эффективности обратной связи с разными целевыми группами	использовать средства налаживания обратных связей с разными целевыми группами, мониторить эффективность результатов	технологиями мониторинга обратной связи с разными целевыми группами, оценки эффективности результатов
		ПК-3.4. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде	инструменты трансляции миссии и философии, целей и задач деятельности целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде	использовать инструменты доведения миссии, целей задач, проводимой кампании целевым группам	технологиями трансляции миссии, целей, задач проводимой кампании до целевых групп общественности в оффлайн и

				общественности в оффлайн и онлайн среде	онлайн среде
--	--	--	--	---	--------------

2. ТИПОВОЙ КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ (ЗАЧЕТ)

Теоретические вопросы к зачету

1. Этапы планирования рекламной кампании
2. Этапы планирования PR-кампании
3. Охарактеризуйте классификацию приемов и средств стимулирования сбыта, ориентированных на потребителя
4. Охарактеризуйте классификацию приемов и средств стимулирования сбыта, ориентированных на собственный персонал
5. Дайте определение слогану и назовите требования к его разработке
6. Охарактеризуйте задачи рекламного агентства и классификацию рекламных агентств
7. Охарактеризуйте кадровый состав рекламного агентства
8. Назовите комплекс физических упражнений для специалиста по рекламе и связям с общественностью.
9. Рекламное обращение: основные этапы процесса разработки производства.
10. Социальные и этические аспекты рекламы.
11. Принципы, классификация и основные направления услуг в области связей с общественностью.
12. Понятие общественности и аудитория. Типология групп общественности.
13. Понятие установки в формировании общественного мнения.
14. Создание стереотипов как функция связей с общественностью.
15. Убеждение, внушение, подражание, заражение и другие формы влияния на общественное мнение.
16. Имидж и репутация организации.
17. Пресс-конференция: виды, функции.
18. Брифинг. Пресс - тур.
19. Пресс-релиз как тип текста, его содержание, структура, подготовка и особенности распространения.
20. Презентация: характер, цели, виды. Технология и особенности проведения презентации. Этапы проведения презентации.
21. Оценка эффективности рекламной и PR-кампании.
22. Кризисный PR.

3. ПОКАЗАТЕЛИ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ (Шкалы оценивания)

Результаты выполнения обучающимся заданий на практике / НИР оцениваются по шкале «зачтено» - «не зачтено», на дифференцированном зачете - по пятибалльной шкале (*выбрать необходимое*).

В основе оценивания лежат критерии порогового и повышенного уровня характеристик компетенций или их составляющих частей, формируемых в процессе проведения практики.

«Отлично» (5) / «зачтено» – оценка соответствует повышенному уровню и выставляется обучающемуся, если он своевременно и качественно выполнил весь объем работы, требуемый программой практики, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических и (или) научно-исследовательских задач, демонстрирует готовность решать практические задачи повышенной сложности; при защите отчета по практике развернуто аргументирует выдвигаемые положения, приводит убедительные примеры и делает обоснованные выводы.

«Хорошо» (4) / «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.

«Удовлетворительно» (3) / «зачтено» - оценка соответствует пороговому уровню и выставляется обучающемуся, если он выполнил программу практики, однако часть заданий вызвала затруднения, не проявил глубоких знаний теории и умения применять ее на практике и в научно-исследовательской деятельности, допускал ошибки в планировании и решении задач практики, отчет носит описательный характер, без элементов анализа и обобщения.

«Неудовлетворительно» (2) / «не зачтено» - оценка выставляется обучающемуся, который не достигает порогового уровня, демонстрирует низкое качество выполнения индивидуальных заданий, оформление документов по практике не соответствует требованиям; обучающийся владеет фрагментарными знаниями и не умеет применять их на практике / в 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 - 42.04.01 Реклама и связи с
общественностью, Реклама и связи с общественностью в коммерческой и производственной сфере

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ

На _____ производственную (профессионально-творческую) практику студента

_____ (курс) _____ (группа) _____ (фамилия, имя, отчество)
(очной, заочной формы обучения)

1. Срок практики с _____ по _____ Срок сдачи студентом отчета _____

2. Место прохождения 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 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 - 42.04.01 Реклама и связи с
общественностью, Реклама и связи с общественностью в коммерческой и производственной сфере

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ

На _____ производственную _____ (профессионально-творческую) _____ практику _____ студента

_____ (фамилия, имя, отчество)
_____ (курс) _____ (группа) _____ (очной, заочной формы обучения)

1. Срок практики с _____ по _____ Срок сдачи студентом отчета _____

2. Место прохождения 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

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 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 - 42.04.01 Реклама и связи с
общественностью, Реклама и связи с общественностью в коммерческой и производственной сфере

**РАБОЧИЙ ГРАФИК (ПЛАН) ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ
(ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ, ТИП – ПРОФЕССИОНАЛЬНО-
ТВОРЧЕСКАЯ ПРАКТИКА)**

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>		Выполнено (подпись руководителя практики от РГУ)
2	Основной	<i>Выполнение индивидуального задания; ежедневная работа по месту практики, связанная с освоением трудовых функций; мероприятия по сбору материала, разработка проекта и т.п.</i>		Выполнено (подпись руководителя практики от РГУ)
3	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

Образец совместного рабочего графика (плана) проведения 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
Код, наименование направления и профиля подготовки - 42.04.01 Реклама и связи с
общественностью, Реклама и связи с общественностью в коммерческой и производственной сфере

СОВМЕСТНЫЙ РАБОЧИЙ ГРАФИК (ПЛАН) ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

(ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ, ТИП – ПРОФЕССИОНАЛЬНО-
ТВОРЧЕСКАЯ ПРАКТИКА)

Студента _____
(фамилия, имя, отчество)
_____ (курс) _____ (группа) _____ (очной, заочной формы обучения)

№	Этапы практики	Планируемые виды деятельности	Сроки выполнения	Отметка о выполнении
1	Организационный	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.		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 профильной организации)
2	Основной	<i>Выполнение индивидуального задания; ежедневная работа по месту практики, связанная с освоением трудовых функций; мероприятия по сбору материала, разработка проекта и т.п.</i>		Выполнено (подпись руководителя практики от РГУ, подпись руководителя практики от профильной организации)
3	Заключительны й	<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 по практике
- 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 ПРАКТИКЕ (ТИП – ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКАЯ ПРАКТИКА)

Студент(ка) _____
Ф.И.О.

Курс _____ Группа _____

Направление _____

Направленность (профиль) _____

Место прохождения практики _____

Сроки прохождения практики

с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.

Руководитель практики

(Ф.И.О. подпись)

Рязань, 20__

Образец титульного листа отчета по практике
- если практика проводится на базе профильных организаций
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ 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 ПРАКТИКЕ (ТИП – ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКАЯ ПРАКТИКА)

Студент(ка) _____
Ф.И.О.

Курс _____ Группа _____

Направление _____

Направленность (профиль) _____

Место прохождения практики _____

Сроки прохождения практики

с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.

Руководитель практики

(Ф.И.О. подпись)

Руководитель практики
от профильной организации

(Ф.И.О. подпись)

Рязань, 20__

Образец отзыва с места прохождения практики

ОТЗЫВ

о прохождении производственной (тип – профессионально-творческая практика) 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 _____
 (зачет/дифференцированный зачет: отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно)

Подпись руководителя профильной организации _____
 (Ф.И.О. с указанием занимаемой должности)

МП
 Адрес организации: _____