

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
«31» августа 2020 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: заочная

Срок освоения ОПОП: 4 года 6 месяцев (нормативный)

Курс, семестр, трудоемкость - 3 курс –VI семестр – 8 недель, 432 часа, 12 з.е.

Факультет истории и международных отношений

Кафедра рекламы и социокультурных коммуникаций

Рязань, 2020

1.ВИД (ТИП) ПРАКТИКИ

Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности

1. ЦЕЛЬ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Целями проведения производственной практики являются:

1. овладение способностью руководить осуществлением профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта;
2. овладеть способностью планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия для коммерческих и некоммерческих организаций;
3. приобретение навыков ведения рабочей документации рекламного отдела: разработки договоров и контрактов на организацию и проведение рекламных кампаний;
4. понимать правовую основу деятельности рекламного отдела, знакомство с правовыми актами, регулирующими деятельность конкретного рекламного отдела;
5. способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью;
6. проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью;
7. владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами;
8. способность под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия;
9. способность под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы;
10. приобщение практиканта к социальной среде предприятия (организации) с целью формирования общекультурных (ОК-4, ОК-9) и общепрофессиональных (ОПК-4), (ПК-8) профессиональных компетенций, необходимых для работы в профессиональной сфере.

3. ФОРМЫ И СПОСОБЫ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Практика 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:

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

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

Социологические исследования в рекламе

Психология массовых коммуникаций

Основы маркетинга

Массовые коммуникации и медиапланирование

Стилистика и литературное редактирование

Технологии проведения политической рекламной кампании

Учебные дисциплины раздела Дисциплины по выбору:

PR в рекламе

Имиджелогия

Основы деловой коммуникации

Реклама в шоу-бизнесе

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-4	Способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности	государственную политику в области защиты населения от чрезвычайных ситуаций; закон о рекламе, рекламную политику организации	правильно применять административно-правовые нормы по защите населения от ЧС в своей деятельности, организовывать и вести протольно-деловые мероприятия	навыками анализа различных юридических фактов, административно-правовых норм и отношений.
2.	ОК-9	Готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий	этапы принятия управленческого решения, типы кризисных ситуаций, методы принятия рационального управленческого решения	выбирать методы принятия рационального управленческого решения, предотвращать и успешно преодолевать кризисные явления в процессе деятельности организации	навыками разработки и последовательной реализации программы развития коллектива Организации, навыками работы на базе современных методов.
3.	ОПК-4	Умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	способы проведения исследований, виды коммуникационных кампаний и мероприятий, этапы проведения рекламных и PR-кампаний	планировать, готовить и проводить коммуникационные кампании и мероприятия	навыками планирования и проведения кампаний и мероприятий
4.	ПК-8	Способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	виды и формы рекламы, организацию рекламных акций и кампаний, эффективность каналов распространения рекламы	составлять рекламные сообщения, выбирать носители рекламы с учетом финансовых возможностей организации и целесообразности, организовывать рекламные акции; оценивать их эффективность	способами оценки рекламных сообщений

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-4	Способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности	<p><u>Знать</u> государственную политику в области защиты населения от чрезвычайных ситуаций; закон о рекламе, рекламную политику организации</p> <p><u>Уметь</u> правильно применять административно-правовые нормы по защите населения от ЧС в своей деятельности, организовывать и вести протоколно-деловые мероприятия</p> <p><u>Владеть</u> навыками анализа различных юридических фактов, административно-правовых норм и отношений.</p>	<p>- Выполнение индивидуальных заданий</p> <p>- Самостоятельная работа</p>	Отчет, собеседование	<p>Пороговый Умеет использовать нормативные правовые документы в своей деятельности.</p> <p>Повышенный Умеет анализировать и использовать нормативные правовые документы в своей деятельности</p>
ОК-9	Готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий	<p><u>Знать</u> этапы принятия управленческого решения, типы кризисных ситуаций, методы принятия рационального управленческого решения</p> <p><u>Уметь</u> выбирать методы принятия рационального управленческого решения, предотвращать и успешно преодолевать кризисные явления в процессе деятельности организации</p> <p><u>Владеть</u> навыками разработки и последовательной реализации программы развития коллектива</p> <p>Организации, навыками работы на базе современных методов.</p>	<p>- Выполнение индивидуальных заданий</p> <p>- Самостоятельная работа</p>	Отчет, собеседование	<p>Пороговый Владеет навыками управления, обобщения и систематизации полученных данных.</p> <p>Повышенный Владеет навыками управления, обобщения и систематизации полученных данных, разработки соответствующих рекомендаций.</p>
Общепрофессиональные компетенции:					
ОПК-4	Умением планировать и	<u>Знать</u> способы проведения исследований,	Выполнение	Отчет,	Пороговый

	организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	<p>виды коммуникационных кампаний и мероприятий, этапы проведения рекламных и PR-кампаний</p> <p><u>Уметь</u> планировать, готовить и проводить коммуникационные кампании и мероприятия</p> <p><u>Владеть</u> навыками планирования и проведения кампаний и мероприятий</p>	<p>индивидуальных заданий</p> <p>- Самостоятельная работа</p>	собеседование	<p>Технологии проведения кампаний и мероприятий</p> <p>Повышенный</p> <p>Навыками планирования и проведения кампаний и мероприятий</p>
Профессиональные компетенции:					
ПК-8	Способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	<p><u>Знать</u> виды и формы рекламы, организацию рекламных акций и кампаний, эффективность каналов распространения рекламы</p> <p><u>Уметь</u> составлять рекламные сообщения, выбирать носители рекламы с учетом финансовых возможностей организации и целесообразности, организовывать рекламные акции; оценивать их эффективность</p> <p><u>Владеть</u> способами оценки рекламных сообщений</p>	<p>- Выполнение индивидуальных заданий</p> <p>- Самостоятельная работа</p>	Отчет, собеседование	<p>Пороговый</p> <p>Способен составлять рекламные сообщения</p> <p>Пороговый</p> <p>Способен составлять рекламные сообщения и оценивать их эффективность</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-4, ОК-9, ОК-6, ОПК – 4, ПК-8), 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 12 зачетных единиц, 8 недель, 432 часа, объем контактной работы – 6 ч. . 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 информации	Разбор и анализ 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.

Характеристика составляется руководителем практики от организации, учреждения. В ней дается оценка следующих аспектов:

- уровень теоретических знаний обучающегося,
- отметки о личностных качествах обучающегося, его отношении к делу,
- рекомендации по совершенствованию профессиональной подготовки обучающегося.

Характеристика подписывается руководителем практики от организации, и заверяется печатью организации, учреждения, в котором обучающийся прошел практику. Незаверенная характеристика кафедрой не принимается. *(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. -	2	ЭБС	-

	Москва: Юнити-Дана, 2015. - 239 с. - Режим доступа: URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114757 (Дата обращения: 14.05.2020).			
2	Китчен, Ф. Паблик рилейшнз [Электронный ресурс]: учебное пособие / Ф. Китчен; пер. Е.Э. Лалаян. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 454 с. - Режим доступа: URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114546 (Дата обращения: 14.05.2020).	2	ЭБС	-
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: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114432 (Дата обращения: 14.05.2020).	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: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454031 (Дата обращения: 14.05.2020).	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: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=259222 (Дата обращения:	2	ЭБС	-

	14.05.2020).			
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: 14.05.2020).	2	ЭБС	-
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: 14.05.2020).	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: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364091 (Дата обращения: 14.05.2020).	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: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436854 (Дата обращения: 14.05.2020).	2	ЭБС	-

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

1. «Контрреклама» - Режим доступа: <http://www.Kontrreklama.go.ru> (дата обращения: 14.05.2020).
2. «Креатив» - Режим доступа: <http://www.Chat.ru/cratiff/-index.htm> (дата обращения: 14.05.2020).
3. сайт Российской Ассоциации Рекламных Агентств - Режим доступа: <http://www.rara.ru> (дата обращения: 14.05.2019).
4. сайт журнала «Рекламные идеи» - Режим доступа: <http://www.advi.ru> (дата обращения: 14.05.2020).
5. «ТРИЗ –шанс» - Режим доступа: <http://www.triz-ri.ru> (дата обращения: 14.05.2020).
6. сайт наука о рекламе - Режим доступа: <http://www.advertology.ru/> (дата обращения: 14.05.2020).
7. «Черный PR» - Режим доступа: <http://www.black.Pr-online.ru> (дата обращения: 14.05.2020).
8. рекламный курьер - Режим доступа: <http://www.sbs.perv.ru> (дата обращения: 14.05.2020).
9. сайт по брэндингу - Режим доступа: <http://www.salespromotion.ru> (дата обращения: 14.05.2020).
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: 14.05.2020).
12. рынок российской рекламы. Новости - Режим доступа: <http://www.sostav.ru> (дата обращения: 14.05.2020).
13. наружная реклама - Режим доступа: <http://www.outdoormedia.ru> (дата обращения: 14.05.2020).
14. Российская газета - Режим доступа: <http://rg.ru> (дата обращения: 14.05.2020).
15. Федеральное собрание РФ - Режим доступа: <http://www.gov.ru> (дата обращения: 14.05.2020).
16. Информационно-поисковая система: Консультант Плюс - Режим доступа: <http://www.consultant.ru> (edu.consultant.ru) (дата обращения: 14.05.2020).

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

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
Медиа проигрыватель VLC media player	свободно распространяемое ПО
Запись дисков ImageBurn	свободно распространяемое ПО
DJVU браузер DjVu Browser Plug-in	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
Набор ПО для кафедральных ноутбуков	
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 2018-2019 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)	ОК-2	Зачет
2.	Основной этап	ОК-2, ОК-8, ОПК-2, ПК-7	Зачет
3.	Аналитический этап	ОК-2, ОК-8, ОПК-2, ПК-7	Зачет
	Заключительный	ОК-2, ОК-8, ОПК-2, ПК-7	Зачет

ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОБУЧЕНИЯ ПО ПРАКТИКЕ

Индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	Элементы компетенции	Индекс элемента
ОК-4	Способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности	знать	
		государственную политику в области защиты населения от чрезвычайных ситуаций;	ОК-4 31
		закон о рекламе,	ОК-4 32
		рекламную политику организации	ОК-4 33
		уметь	
		правильно применять административно-правовые нормы по защите населения от ЧС в своей деятельности,	ОК-4 У1
		организовывать протокольно-деловые мероприятия	ОК-4 У2
		вести протокольно-деловые мероприятия	ОК-4 У3
		владеть	
		навыками анализа различных юридических фактов, административно-правовых норм и отношений.	ОК4- В1
ОК-9	Готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных	знать	
		этапы принятия управленческого решения,	ОК-9 31
		типы кризисных ситуаций,	ОК-9 32

	последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий	методы принятия рационального управленческого решения	ОК-9 33
		уметь	
		выбирать методы принятия рационального управленческого решения,	ОК-9 У1
		предотвращать кризисные явления в процессе деятельности организации	ОК-9 У2
		успешно преодолевать кризисные явления в процессе деятельности организации	ОК-9 У3
		владеть	
ОПК-4	Умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	знать	
		способы проведения исследований,	ОПК-4 31
		виды коммуникационных кампаний и мероприятий,	ОПК-4 32
		этапы проведения рекламных и PR- кампаний	ОПК-4 33
		уметь	
		планировать коммуникационные кампании и мероприятия	ОПК-4 У1
		готовить коммуникационные кампании и мероприятия	ОПК-4 У2
		проводить коммуникационные кампании и мероприятия	ОПК-4 У3
		владеть	
		навыками планирования и проведения кампаний и мероприятий	ОПК-4 В1
ПК-8	Способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	знать	
		виды и формы рекламы,	ПК-8 31
		организацию рекламных акций и кампаний,	ПК-8 32
		эффективность каналов распространения рекламы	ПК-8 33
		уметь	
		составлять рекламные сообщения,	ПК-8 У1
		выбирать носители рекламы с учетом финансовых возможностей организации и целесообразности,	ПК-8 У2
		организовывать рекламные акции; оценивать их эффективность	ПК-8 У3
		владеть	
		способами оценки рекламных сообщений	ПК-8 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.

ПО ПРАКТИКЕ (Зачет)

№	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-4 31, 32, 33
2	Основной этап - выполнение учебных заданий - сбор, обработка и систематизация необходимого для отчета информации - консультации с руководителем практики в вузе	ОК-4 31, 32, 33, У1, У2, У3, В1; ОК-9 31, 32, 33, У1, У2, У3, В1; ОПК-4 31, 32, 33, У1, У2, У3, В1; ПК-8 31, 32, 33, У1, У2, У3, В1
3	Аналитический - обработка и анализ полученной информации	ОК-4 31, 32, 33, У1, У2, У3, В1; ОК-9 31, 32, 33, У1, У2, У3, В1; ОПК-4 31, 32, 33, У1, У2, У3, В1; ПК-8 31, 32, 33, У1, У2, У3, В1
4	Заключительный - обработка полученных данных - подготовка отчета об итогах практики	ОК-4 31, 32, 33, У1, У2, У3, В1; ОК-9 31, 32, 33, У1, У2, У3, В1; ОПК-4 31, 32, 33, У1, У2, У3, В1; ПК-8 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

Приложение 2.1.1

*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

_____ (фамилия, имя, отчество)
_____ (курс) _____ (группа) _____ (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 анонса	Анонс
4	Написание статьи	Статья
5	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.

Приложение 2.1.2

*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 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ

На _____ производственную _____ практику _____ студента

_____ (фамилия, имя, отчество)
_____ (курс) _____ (группа) _____ (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	Разработка рекламного 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.

Приложение 2.2.1

*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 42.03.01 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 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

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 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)</i> Выполнено (подпись руководителя практики от РГУ, подпись руководителя практики от 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	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.

Приложение 2.3

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)

Рязань, 2019

Приложение 2.3.2

Образец титульного листа отчета практики
- если практика проводится на базе профильных организаций
МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ

Факультет истории и международных отношений
Кафедра художественно-эстетического образования и рекламы

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)

(ЗАЧЕНО/НЕ ЗАЧЕНО)

Руководитель практики
от профильной организации, МП

(Ф.И.О. подпись)

(ЗАЧЕНО/НЕ ЗАЧЕНО)

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:

- овладение способностью руководить осуществлением профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта;
- овладеть способностью планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия для коммерческих и некоммерческих организаций;
- приобретение навыков ведения рабочей документации рекламного отдела: разработки договоров и контрактов на организацию и проведение рекламных кампаний;
- понимать правовую основу деятельности рекламного отдела, знакомство с правовыми актами, регулирующими деятельность конкретного рекламного отдела;
- способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью;
- проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью;
- владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами;
- способность под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия;
- способность под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы;
- приобщение практиканта к социальной среде предприятия (организации) с целью формирования общекультурных (ОК-4, ОК-9) и общепрофессиональных (ОПК-4), (ПК-8) профессиональных компетенций, 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;

- 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; планирование, подготовка и реализация этапов рекламных и PR-кампаний 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; определять показатели рекламной и PR-политики:

- ATL, BTL и PR- мероприятия (цели и затраты, график мероприятий);

- Формирование имиджа компании и её товаров/услуг;

- Методы оценки эффективности рекламных мероприятий и результаты контроля

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 знакомился и работал в период практики, которые он описывает в своем отчете по практике, разместить таблицы,

схемы, рисунки, диаграммы; представить фотоотчет и другие иллюстративные материалы.

« » _____ 2018 г.

Подпись студента

Приложение 2.4

**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)