

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 ПРАКТИКА

ТИП ПРАКТИКИ
ПРЕДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА

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 - 5 курс – IX семестр, 6 недель – 9 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

2. ЦЕЛЬ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Целями проведения преддипломной практики являются:

- закрепление теоретических и практических знаний, полученных студентами в процессе обучения, приобретение и совершенствование практических навыков и компетенций по избранному направлению подготовки для выполнения выпускной квалификационной работы;
- углубление полученных теоретических знаний по общепрофессиональным и специальным дисциплинам, приобретение необходимых практических умений и навыков по избранной специальности, использование результатов практики для подготовки выпускной квалификационной работы;
- закрепление теоретических знаний и практических навыков профессиональной деятельности в соответствии с профилем подготовки;
- формирование у студентов профессиональных качеств для рекламной и PR-деятельности;
- выявление степени подготовленности выпускника к самостоятельной профессиональной работе по специальности;
- специализация по определенному тематическому направлению;
- сбор и подготовка практических материалов для написания выпускной квалификационной работы;
- завершение работы над выпускной квалифицированной работой и оформление ее результатов.
- формирование обучающимися общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций: **ОК-5, ОПК-5, ПК-10, ПК-6, ПК-7, ПК-8.**

2. ФОРМЫ И СПОСОБЫ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Практика имеет стационарный; выездной характер.

4. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО УНИВЕРСИТЕТА

- Во время преддипломной практики студенты используют накопленные теоретические знания при реализации конкретных PR, и рекламных проектов;

- формулировать, обосновывать и реализовывать собственные проекты по решению поставленных задач;

- организовывать деловую коммуникацию с коллегами, клиентами, с широкой общественностью и органами власти; организовывать работу со СМИ;

- планировать и организовывать рекламные, пропагандистские и информационные кампании;

- обобщать полученные в ходе практики эмпирические данные, делать теоретические выводы.

В основе содержания преддипломной практики лежат знания, полученные обучающимися при изучении учебных дисциплин, включенных в следующие учебные циклы:

- базовой части;
- вариативной части;

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

Статистика

Разработка и технологии производства рекламного продукта

Организация и проведения кампаний в сфере связей с общественностью

Правовое регулирование в рекламной деятельности

Основы теории коммуникации

Организация работы отделов рекламы и PR

Маркетинговые исследования и ситуационный анализ

Учебные дисциплины раздела Дисциплины по выбору:

PR в рекламе

Имиджелогия

Основы деловой коммуникации

Реклама в шоу-бизнесе

Реклама и PR в политике

Выставочное дело

Практика реализуется в рамках вариативной части блока Б 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-5	Способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.	Роль и место массовой информации в системе современной коммуникации, практике связей с общественностью, эволюцию концепций, приемов и методов коммуникации.	Находить пути решения различных коммуникационных задач, возникающих в момент взаимодействия интересов различных социальных групп; логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь.	Навыками построения публичных выступлений; культурой мышления, способностями к обобщению, анализу, восприятию информации.
2.	ОПК-5	Умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия.	Составлять план, организовывать, проводить коммуникационные мероприятия	Основы становления и развития коммуникационных технологий PR и рекламы, использовать коммуникационные технологии в практике	Интерпретировать PR и рекламу как форму коммуникации.
3.	ПК-6	Способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры	Теоретические основы разработки правильных путей и средств в принятии	Создавать эффективную коммуникационную структуру организации,	Принципами освоения основных этических норм, регулирующих профессиональную деятельность в сфере информационных

		организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации.	необходимых решений в обеспечении внутренней и внешней коммуникации организации	использовать методы построения коммуникационной инфраструктуры организации, формы ее осуществления	технологий.
4.	ПК-7	Способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятия.	Организацию, подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические материалы	Основные принципы комплекса коммуникативных технологий, направленных на позиционирование и продвижение товара	Приемами продвижения рекламного продукта с помощью коммуникационных технологий на рекламном рынке.
5.	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	Принципы организации процесса подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и презентационные материалы традиционными и современными средствами.	Использовать методические средства разработки и производства рекламного продукта с графическими и текстовыми элементами, заниматься подготовкой презентаций для позиционирования рекламного продукта.	Приемами продвижения на рынке рекламного продукта с использованием коммуникативных мероприятий, презентаций и рекламирования.
6.	ПК-10	Способностью организовать и проводить социологические исследования	Различные методы эмпирического и теоретического исследования, методы изучения коммуникационной инфраструктуры, методы выявления тенденций воздействия на общество МК на общество	Рационально формировать стратегию научной и учебной работы, подбирать эмпирические и теоретические методы для решения научных и учебных задач, системно анализировать и прогнозировать реакции на функционирование МК в обществе	Навыками анализа литературы и источников, приемами анализа воздействия рекламы на общество

--	--	--	--	--	--

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-5	Способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.	<p>Знать: Роль и место массовой информации в системе современной коммуникации, практике связей с общественностью, эволюцию концепций, приемов и методов коммуникации.</p> <p>Уметь: Находить пути решения различных коммуникационных задач, возникающих в момент взаимодействия интересов различных социальных групп; логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь.</p> <p>Владеть: Навыками построения публичных выступлений; культурой мышления, способностями к обобщению, анализу, восприятию</p>	<p>- Выполнение индивидуальных заданий</p> <p>- Самостоятельная работа</p>	Отчет, собеседование	<p>пороговый знать технологию коммуникации в устной и письменной формах</p> <p>повышенный владеть навыками коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия</p>

		информации.			
Общепрофессиональные компетенции:					
ОПК-5	Умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия.	ЗНАТЬ: Составлять план, организовывать, проводить коммуникационные мероприятия УМЕТЬ: Основы становления и развития коммуникативных технологий PR и рекламы, использовать коммуникативные технологии в практике ВЛАДЕТЬ: Интерпретировать PR и рекламу как форму коммуникации	Проблемные лекции, практические занятия, дискуссии, индивидуальные домашние задания.	Контрольная работа, собеседование, эссе.	Пороговый: осуществлять связи с общественностью в области рекламы Повышенный: установлением связей с деловыми партнерами.
Профессиональные компетенции:					
ПК-6	Способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации.	ЗНАТЬ: Теоретические основы разработки правильных путей и средств в принятии необходимых решений в обеспечении внутренней и внешней коммуникации организации УМЕТЬ: Создавать эффективную коммуникационную структуру организации, использовать методы построения коммуникационной инфраструктуры организации, формы ее осуществления ВЛАДЕТЬ: Принципами освоения основных	Проблемные лекции, практические занятия, дискуссии, презентации.	Собеседование Тестирование письменное, компьютерное Реферат Эссе Зачет	Пороговый: Осуществлять связи с общественностью в области рекламы Повышенный: Разрабатывать рекламную стратегию (политику) кампании.

		этических норм, регулирующих профессиональную деятельность в сфере информационных технологий.			
ПК-7	Способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятия.	<p>ЗНАТЬ: Организацию, подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические материалы</p> <p>УМЕТЬ: Основные принципы комплекса коммуникативных технологий, направленных на позиционирование и продвижение товара</p> <p>ВЛАДЕТЬ: Приемами продвижения рекламного продукта с помощью коммуникационных технологий на рекламном рынке.</p>	Проблемные лекции, практические занятия, презентации	Контрольная работа, собеседование, эссе, коллоквиум.	<p>Пороговый: знать должностные обязанности</p> <p>Повышенный: разрабатывать рекламную стратегию (политику) кампании.</p>
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>ЗНАТЬ: Принципы организации процесса подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и презентационные материалы традиционными и современными средствами.</p> <p>УМЕТЬ: Использовать</p>	Проблемные лекции, практические занятия, дискуссии, презентации.	Собеседование Тестирование письменное, компьютерное Реферат Эссе Зачет	<p>Пороговый: осуществлять процесс подготовки, разработки рекламного продукта.</p> <p>Повышенный: продвигать рекламный продукт на рынке с использованием навыков графической и презентационной работы.</p>

		<p>методические средства разработки и производства рекламного продукта с графическими и текстовыми элементами, заниматься подготовкой презентаций для позиционирования рекламного продукта.</p> <p>ВЛАДЕТЬ: Приемами продвижения на рынке рекламного продукта с использованием коммуникативных мероприятий, презентаций и рекламирования.</p>			
ПК-10	Способностью организовать и проводить социологические исследования	<p>Знать: Различные методы эмпирического и теоретического исследования, методы изучения коммуникационной инфраструктуры</p> <p>методы выявления тенденций воздействия на общество МК на общество</p> <p>Уметь: Рационально формировать стратегию научной и учебной работы, подбирать эмпирические и теоретические методы для решения научных и учебных задач, системно анализировать и прогнозировать реакции на</p>	<p>- лекции и практические занятия;</p> <p>- изучение и конспектирование основной и дополнительной литературы;</p> <p>- разбор практических ситуаций на основе научных публикаций в научных журналах</p>	<p>- тестирование; собеседование;</p> <p>- опрос на семинаре</p>	<p>ПОРОГОВЫЙ Знание основных правил и методов социологического исследования, применять в практической деятельности основные методы социологического исследования</p> <p>ПОВЫШЕННЫЙ Знать специфику социологического обеспечения функционирования МК, проводить анкетирование и опросы мнения потребителей</p>

		функциониру ния МК в обществе Владеть: Навыками анализа литературы и источников, приемами анализа воздействия рекламы на общество			
--	--	--	--	--	--

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

В качестве основного оценочного средства для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике, позволяющего оценить уровень сформированности компетенций, выступает отчет (**ОК-5, ОПК - 5, ПК-6, ПК-7, ПК-8, ПК-10**), в котором обучающиеся представляют информацию, подтверждающую наличие у студентов соответствующих компетенций.

В ходе зачета преподаватель проводит собеседование с обучающимся, с целью оценить уровень сформированности компетенций. В качестве возможных вопросов для собеседования могут быть использованы следующие:

1. Описать формы участия (самостоятельно организовать) в организации и проведении конкретного PR-мероприятия (ОК-5);
2. Каковы принципы общения на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия? (ОК-5);
3. Описать подготовку данного мероприятия, проанализировать достоинства и недостатки его организации и проведения, сформулировать рекомендации (ОПК-5);
4. Дать характеристику методам (методики) накопления и обработки материала, необходимого для подготовки дипломного проекта (ОПК-5);
5. Каковы принципы организации деловой коммуникации с коллегами, клиентами, с широкой общественностью и органами власти? (ПК-6);
6. Описать формы организации работы со СМИ (ПК-6);
7. Каковы принципы планирования и организации рекламных, пропагандистских и информационных кампаний (ПК-7);
8. Перечислить методы консультирования персонала организации (ПК-7);
9. Назвать методы обобщения полученных в ходе практики эмпирических данных, делать теоретические выводы для подготовки и распространения рекламной продукции (ПК-8);
10. Определить методы сбора и подготовки практических материалов для написания выпускной квалификационной работы (ПК-8);

11. Какие существуют принципы работы с источниками информации и методов ее сбора (интервью, наблюдения, работы с документами) (ПК-10);
12. Какие существуют методы организации и проведения маркетинговых и социологических исследований (ПК-10).

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

Общая трудоемкость практики составляет 9 зачетных единиц, 6 недель, 324 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)

По итогам преддипломной практики обучающихся проводится зачет, на котором обучающиеся представляют и защищают свои отчеты о проделанной работе в период практики. Отчет готовится на основании проделанной работы и презентации.

Отчет обучающегося о прохождении практики – это один из документов, позволяющих оценить результаты преддипломной практики. Отчет должен быть сдан на выпускающую кафедру в установленные сроки – в течение 7 дней после окончания практики. Отчет об итогах практики выполняется самостоятельно каждым обучающимся в письменной форме.

В течение 14 дней после окончания практики организовывается и проводится итоговая конференция по практике, в качестве докладчиков, выступают обучающиеся, рекомендованные преподавателями-руководителями практики.

В тех случаях, когда программа практики не выполнена, получен отрицательный отзыв о работе практиканта на практике, не соблюден срок предоставления отчета, и других отчетных документов (индивидуальное задание, программа, отчет по практике и отзыв о прохождении практики). Обучающийся может быть направлен на практику повторно, в свободное от учебы время. Обучающиеся, не выполнившие программу практики без уважительной причины или получившие отрицательную оценку, могут быть отчислены из университета как имеющие академическую задолженность в порядке, предусмотренном Уставом вуза.

В ходе прохождения учебной практики обучающийся поэтапно формирует пакет документов, необходимых для прохождения промежуточной аттестации по итогам практики. Данный пакет должен включать:

1. индивидуальное задание на практику;
2. программу практики;
3. отчет студента о практике;
4. отзыв о прохождении практики от профильной организации; практики (См. Приложение 2).

1. Индивидуальное задание на практику.

Индивидуальное задание по практике – это персональное задание прохождения практики. Задание составляется обучающимся до выхода на практику. В него входит описание задач, которые обучающийся планирует решить во время практики. Задачи индивидуального задания практики должны соответствовать общим задачам практики согласно программе практики. Если у обучающегося возникают затруднения в оформлении индивидуального задания практики, он имеет право обратиться за консультацией к руководителю практики или преподавателю, который осуществляет руководство его выпускной квалификационной. При выходе на практику практикант должен предоставить данное задание для ознакомления руководителю практики принимающей организации.

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 должен содержать описание проделанной работы в соответствии с графиком и индивидуальным заданием, *(Приложение 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 о прохождении обучающимся практики с места прохождения (См. Приложение 2).

Отзыв 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.

Отзыв подписывается руководителем практики от организации, и заверяется печатью организации, учреждения, в котором обучающийся прошел практику. Незаверенная характеристика кафедрой не принимается.

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	Используется при изучении разделов	Семестр	Количество экземпляров	
				В библиотеке	На кафедре
1	2	3	4	5	6
1.	Мокий, В. С. Методология научных исследований. Трансдисциплинарные подходы и методы : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / В. С. Мокий, Т. А. Лукьянова. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 160 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Модуль). — Режим доступа: https://biblio-online.ru/book/52148653-1BC1-4CA0-A7A4-E5AFEBF5E662/metodologiya-nauchnyh-issledovaniy-transdisciplinarnye-podhody-i-metody (дата обращения: 08.06.2020).	1-2	1	ЭБС	-

8.2. Дополнительная литература

№ п/п	Автор (ы), наименование, место издания и издательство, год	Используется при изучении разделов	Семестр	Количество экземпляров	
				В библиотеке	На кафедре
1	2	3	4	5	6
1.	Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 233 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — Режим доступа: https://biblio-online.ru/book/47AF62A3-0EAE-4871-83A8-2C1DCEBF9036/reklamnaya-deyatelnost . (дата обращения: 08.06.2020).	1-2	1	ЭБС	-
2.	Куклина, Е. Н. Основы учебно-исследовательской деятельности : учебное пособие для СПО / Е. Н. Куклина, М. А. Мазниченко, И. А. Мушкина. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 235 с. — (Серия : Профессиональное образование). Режим доступа: https://biblio-online.ru/book/E79FFFF9-C786-4CEE-B695-7812309253D8/osnovy-uchebno-issledovatel'skoy-deyatelnosti (дата обращения: 08.06.2020).	1-2	1	ЭБС	-

3.	Лебедев, С. А. Методология научного познания : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / С. А. Лебедев. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 153 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс) Режим доступа: https://bibli-online.ru/book/AF6C5207-BBAE-482B-B11B-F4325332A5EF/metodologiya-nauchnogo-poznaniya (дата обращения: 08.06.2020).	1-2	1	ЭБС	-

8.3. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

1. Российская Ассоциация Рекламных Агентств [Электронный ресурс] - Режим доступа 12.06.2020 г. <http://www.rara.ru>
2. Журнал «Рекламные идеи» [Электронный ресурс] – Режим доступа 12.06.2020 г.: <http://www.advi.ru>
3. Журнал для дизайнеров «Как» [Электронный ресурс] -Режим доступа 12.06.2020 г.: [kak.ru](http://www.kak.ru)
4. Наука о рекламе [Электронный ресурс]–Режим доступа 12.06.2020 г.: <http://www.advertology.ru>
5. Российский журнал AdAge [Электронный ресурс] - Режим доступа 12.06.2020 г.: <http://www.adage.ru>
6. Брендинг [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.salespromotion.ru> 12.06.2020 г.:
7. Рекламирование [Электронный ресурс]–Режим доступа 12.06.2020 г.: <http://www.advertising.ru>
8. Информационно-справочная система [Электронный ресурс]–Режим доступа 12.06.2020 г.: <http://www.reklamainfo.ru> -
9. Рекламный мир [Электронный ресурс]–Режим доступа 12.06.2020 г.: <http://www.adverus.ru>
10. Рынок российской рекламы. Новости [Электронный ресурс]– Режим доступа 12.06.2020 г.: <http://www.sostav.ru>
11. Наружная реклама [Электронный ресурс]– Режим доступа: 12.06.2020 г. <http://www.sostav.ru>
12. Наружная реклама [Электронный ресурс]– Режим доступа: 12.06.2020 г. <http://www.outdoormedia.ru>

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

1. Актуально о моде и стиле – URL: [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://privately.ru/> (дата обращения 10.05.2020)
2. Биографический словарь – URL: [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://dic.academic.ru/contents.nsf/biograf2/> (дата обращения 10.05.2020)
3. Большой энциклопедический словарь – URL: [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://dic.academic.ru/contents.nsf/enc3p/> (дата обращения 10.05.2020)
4. Отрасли имиджологии (статьи). – URL: [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://imageology.ru/content/view/21/1/> (дата обращения 10.05.2020)
5. Официальный сайт научно-практического журнала. «Корпоративная имиджология» – URL: [Электронный ресурс] - Режим доступа: http://www.ci-journal.ru/article/70/200701polit_image (дата обращения 10.05.2020)
6. Профессиональный PR-портал SOVETNIK.RU. – URL: [Электронный ресурс] - Режим доступа: - <http://sovetnik.ru/> (дата обращения 10.05.2020)
7. Статьи по имиджологии – URL [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.mia-donna.ru/statyi-po-teme/imidgelogija/> (дата обращения 10.05.2020)
8. Стиль и имидж. – URL: [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://easy-style.ru/imglogic.shtml> (дата обращения 10.05.2020)

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 преддипломная 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, рекламные и PR-агентства.

Основным условием выбора организации для проведения преддипломной практики является возможность обучающегося получить определенные практические умения и навыки, направленные

на анализ конкретных PR-задач, способов их решения и оценку ожидаемых результатов, редактирование, реферирование, рецензирование текстов, использование различных методов анализа информации в сфере своей профессиональной деятельности и применения их в выпускной квалификационной работе.

**Перечень баз преддипломной практики:
по направлению подготовки бакалавриата
«Реклама и связи с общественностью»
на 2019-2020 учебный год**

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

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

ВИД ПРАКТИКИ - Производственная

ТИП ПРАКТИКИ – научно-исследовательская работа

**ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО НИР ДЛЯ
ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ**

№ п/п	Контролируемые этапы практики (результаты по разделам)	Код контролируемой компетенции (или её части)	Наименование оценочного средства
1.	Организационный (ознакомительный). Ознакомление с индивидуальным заданием Ознакомление со структурой организации, принципами ее работы, направлениями ее деятельности, планом исследовательского задания	Ок-5;ОПК-5;ПК-6;ПК-7; ПК-8; ПК-10	Зачет
2.	Основной этап. Составление библиографического списка	Ок-5;ОПК-5;ПК-6;ПК-7; ПК-8; ПК-10	Зачет
3.	Аналитический этап.. Систематизация полученных данных	Ок-5;ОПК-5;ПК-6;ПК-7; ПК-8; ПК-10	Зачет
4.	Заключительный этап. Написание и оформление отчета Сдача отчетной документации на кафедру	Ок-5;ОПК-5;ПК-6;ПК-7; ПК-8; ПК-10	Зачет

ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОБУЧЕНИЯ ПО ПРАКТИКЕ

Индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	Элементы компетенции	Индекс элемента
ОК 5	Способность к	ЗНАТЬ	

	коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.	Роль и место массовой информации в системе современной коммуникации, практике связей с общественностью,	ОК5 31
		Роль и место массовой информации в практике связей с общественностью	ОК5 32
		Эволюцию концепций, приемов и методов коммуникации.	ОК5 33
		Уметь	
		Находить пути решения различных коммуникационных задач	ОК5 У1
		Пути решения задач возникающих в момент взаимодействия интересов различных социальных групп	ОК5 У2
		Решать задачи логически верно, аргументировано и ясно	ОК5 У3
		Владеть:	
		Навыками построения публичных выступлений; культурой мышления, способностями к обобщению, анализу, восприятию информации.	ОК5 В1
ОПК 5	Умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия.	ЗНАТЬ	
		Составлять план	ОПК5 31
		Организовывать, коммуникационные мероприятия	ОПК5 32
		Проводить коммуникационные мероприятия	ОПК5 33
		УМЕТЬ	
		Основы становления и развития коммуникативных технологий PR на практике	ОПК5 У1
		Основы становления и развития коммуникативных технологий рекламы	ОПК5 У2
		Использовать коммуникативные технологии на практике	ОПК5 У3
		ВЛАДЕТЬ	
Интерпретировать PR и рекламу как форму коммуникации	ОПК5 В3		
ПК 6	Способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации.	ЗНАТЬ	
		Теоретические основы разработки правильных путей в принятии необходимых решений	ПК6 31
		Теоретические основы разработки средств в принятии необходимых решений	ПК6 31
		Методы обеспечения внутренней и внешней коммуникации организации	ПК6 31
		УМЕТЬ	

		Создавать эффективную коммуникационную структуру организации формы ее осуществления	ПК6 У1
		Использовать методы построения коммуникационной инфраструктуры организации,	ПК6 У2
		Использовать методы осуществления коммуникационной инфраструктуры организации	ПК6 У3
		Владеть	
		Принципами освоения основных этических норм, регулирующих профессиональную деятельность в сфере информационных технологий	ПК6 В1
ПК 7	Способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятия	Знать	
		Организацию, подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические материалы	ПК7 31
		Подготовку к выпуску, рекламной продукции, включая текстовые и графические материалы	ПК7 32
		Производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические материалы	ПК7 33
		уметь	
		Работать с информационными источниками и материалами	ПК7 У1
		Разрабатывать план проведения маркетинговых исследований	ПК7 У2
		Анализировать полученные эмпирические данные	ПК7 У3
		Владеть	
		Приемами продвижения рекламного продукта с помощью коммуникационных технологий на рекламном рынке.	ПК7 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	
		ВЛАДЕТЬ:	
		Принципы организации процесса подготовки к выпуску рекламной продукции	ПК8 31
		Принципы распространения, включая текстовые	ПК8 32
		Принципы распространения презентационных материалов традиционными и современными средствами.	ПК8 33
		уметь	
Использовать методические	ПК8 У3		

		средства разработки и производства рекламного продукта	
		Использовать методические средства с графическими и текстовыми элементами,	ПК8 У3
		Заниматься подготовкой презентаций для позиционирования рекламного продукта.	ПК8 У3
		Владеть	
		Приемами продвижения на рынке рекламного продукта с использованием коммуникативных мероприятий, презентаций и рекламирования.	ПК8 В1
ПК 10	Способностью организовать и проводить социологические исследования	Знать	
		Различные методы эмпирического и теоретического исследования	ПК10 31
		Методы изучения коммуникационной инфраструктуры	ПК10 32
		Методы изучения коммуникационной инфраструктуры методы выявления тенденций воздействия на общество МК на общество	ПК10 33
		Уметь	
		Рационально формировать стратегию научной и учебной работы	ПК10 У1
		Подбирать эмпирические и теоретические методы для решения научных и учебных задач	ПК10 У2
		Системно анализировать и прогнозировать реакции на функционирования МК в обществе	ПК10 У3
		Владеть	
		Навыками анализа литературы и источников, приемами анализа воздействия рекламы на общество	ПК10 В1

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ПРАКТИКЕ (ЗАЧЕТ)

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

ПРИМЕРНАЯ ФОРМА ОТЧЕТА КАК ОЦЕНОЧНОГО СРЕДСТВА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРАКТИКИ

№	*Этапы и содержание работы по практике	Индекс оцениваемой компетенции и ее элементов
1	Ознакомление с индивидуальным заданием	Ок-5;ОПК-5;ПК-6;ПК-7; ПК-8; ПК-10
2	Ознакомление со структурой организации, принципами ее работы, направлениями ее деятельности, планом исследовательского задания	Ок-5;ОПК-5;ПК-6;ПК-7; ПК-8; ПК-10
3	Составление библиографического списка	Ок-5;ОПК-5;ПК-6;ПК-7; ПК-8; ПК-10
4	Систематизация полученных данных	Ок-5;ОПК-5;ПК-6;ПК-7; ПК-8; ПК-10
5	Написание и оформление отчета	Ок-5;ОПК-5;ПК-6;ПК-7; ПК-8; ПК-10
6	Сдача отчетной документации на кафедру	Ок-5;ОПК-5;ПК-6;ПК-7; ПК-8; ПК-10

ПОКАЗАТЕЛИ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ (Шкалы оценивания)

Результаты выполнения обучающимся заданий по преддипломной практике оцениваются по шкале «зачтено» - «не зачтено». В основе оценивания лежат критерии порогового и повышенного уровня характеристик компетенций или их составляющих частей, формируемых в процессе проведения практики.

«зачтено» – оценка соответствует повышенному уровню и выставляется обучающемуся, если он своевременно и качественно выполнил весь объем работы, требуемый программой преддипломной практики; умело применил полученные знания во время прохождения преддипломной практики, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических и научно-исследовательских задач.

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

ФОРМЫ ОТЧЕТНОСТИ ПО ПРЕДДИПЛОМНОЙ 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 учебную, производственную (преддипломную) практику студента

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

1. Тема задания на практику (для НИР и преддипломной практики) _____
2. Срок практики с _____ по _____ Срок сдачи студентом отчета _____
3. Место прохождения практики _____
4. Вид практики (тип) практики _____

Содержание работы	Форма отчетности
Составление библиографического списка	Отчет
Систематизация полученных данных	
Анализ полученных данных	
Написание и оформление отчета	

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 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
Код, наименование направления и профиля подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ

На учебную, производственную (преддипломную) практику студента

(фамилия, имя, отчество)

_____ (курс) _____ (группа) _____ (очной, заочной формы обучения)

1. Тема задания на практику (для НИР и преддипломной практики) _____

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

3. Место прохождения практики _____

№	Содержание работы	Форма отчетности
1		
2		
3		
...		
...		
...		
...		
...		
...		

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 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

РАБОЧИЙ ГРАФИК (ПЛАН) ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

(_____)

(вид, тип практики)

Студента

(фамилия, имя, отчество)

_____ (курс) _____ (группа) _____ (очной, заочной формы обучения)

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

(_____)

(вид, тип практики)

Студента

_____ (фамилия, имя, отчество)

_____ (курс) _____ (группа) _____ (очной, заочной формы
обучения)

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

				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.

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

Код, наименование направления и профиля подготовки 42.03.01 Реклама и связи с
общественностью

ОТЧЕТ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКЕ

Студент(ка) _____
Ф.И.О.

Курс _____ Группа _____

Направление _____

Направленность (профиль) _____

Место прохождения практики _____

Сроки прохождения практики

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

Руководитель практики
от РГУ имени С.А. Есенина

Бартенева Т.Н.
(Ф.И.О. подпись)

(оценка)

Руководитель практики
от профильной организации

(Ф.И.О. подпись)

(оценка)

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

Код, наименование направления и профиля подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

ОТЧЕТ ПО (вид, тип) ПРАКТИКЕ

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)

1. Введение.

1.1 Цели практики: закрепление теоретических и практических знаний, полученных студентами в процессе обучения, приобретение и совершенствование практических навыков и компетенций по избранному направлению подготовки для выполнения выпускной квалификационной работы

1.2 Задачи практики:

- углубление полученных теоретических знаний по общепрофессиональным и специальным дисциплинам, приобретение необходимых практических умений и навыков по избранной специальности, использование результатов практики для подготовки выпускной квалификационной работы;
- закрепление теоретических знаний и практических навыков профессиональной деятельности в соответствии с профилем подготовки;
- формирование у студентов профессиональных качеств для рекламной и PR-деятельности;
- выявление степени подготовленности выпускника к самостоятельной профессиональной работе по специальности;
- специализация по определенному тематическому направлению;
- сбор и подготовка практических материалов для написания выпускной квалификационной работы;
- завершение работы над выпускной квалифицированной работой и оформление ее результатов.

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 производственной (преддипломной) 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, 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 приобретать 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 производственной (преддипломной) практики, по согласованию с руководителем практики от кафедры. В разделе рассматриваются конкретные практические механизмы осуществления какого-либо участка рекламной и PR- деятельности. Проведение анализа по выбранной теме ВКР, наработка собственных предложений и проверка их эффективности. Сбор и изучение практических материалов по выбранной теме ВКР. Здесь в этом разделе надо написать какой материал собран: как собиралась библиография – где, в каких библиотеках собирался теоретический материал и электронные сайты. Сюда надо поместить весь библиографический список, оформленный в алфавитном порядке. Кроме того сюда надо поместить тот практический материал, который собран для второй или для третьей главы (у кого как). Сюда же вставляется материал с рекомендациями по поводу деятельности фирмы, которые вы разработали и вставляете в конец последней главы. Все это вставляется в готовом виде, только с необходимыми пояснениями, поскольку это отчет о практике.

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, которые используются в ВКР.

Образец отзыва с места прохождения практики

**ОТЗЫВ
о прохождении (вид, тип) 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: _____

