

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.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ
ВИД ПРАКТИКИ – ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ
ТИП ПРАКТИКИ – ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКАЯ**

Уровень основной профессиональной образовательной программы:
бакалавриат

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки: Реклама и связи с общественностью

Форма обучения: аочная

Сроки освоения ОПОП: 4,5 года

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

Факультет (институт) истории и международных отношений

Кафедра рекламы и социокультурных коммуникаций

Рязань, 2020

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

2. ЦЕЛЬ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Целями проведения практики являются:

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

3. ФОРМЫ И СПОСОБЫ (при наличии) ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

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

Практика имеет стационарный; выездной характер.

4. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО УНИВЕРСИТЕТА

Во время производственной практики происходит практическое знакомство с выбранным направлением подготовки, применение результатов теоретического обучения, приобретение обучающимися умений и навыков практической работы по присваиваемой квалификации и избранному направлению профессиональной подготовки. В основе содержания производственной практики лежат знания, полученные обучающимися при изучении учебных дисциплин:

Учебные дисциплины:

Экономика

Психология

Правоведение

История

Иностранный язык

История мирового и отечественного искусства

Русский язык и культура речи

Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях

Физическая культура и спорт

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

Введение в коммуникационные специальности

Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации

Теория и практика связей с общественностью

Теория и практика рекламы

История рекламы и PR

Социальная реклама

Философия

Культурология

Политология

Социология

Основы социального государства

Иностранный язык

История русского фольклора

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

Теория и практика связей с общественностью

Теория и практика рекламы

Теория и практика медиакоммуникаций

Интегрированные коммуникации

Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе

GR в государственных структурах

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

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

Учебные дисциплины:

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

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

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

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

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

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

		формирует культуру безопасного и ответственного поведения; разъясняет правила поведения при возникновении чрезвычайных ситуаций природного, техногенного и социального характера; оказывает первую помощь.	жизнедеятельности, обеспечение экологической безопасности	литературу по решению проблем безопасности жизнедеятельности; определять степень опасности угрожающих факторов для объектов экономики, предотвращать негативные последствия природной и социальной среды для объектов и памятников культурного наследия.	объекта от поражающих факторов ЧС в соответствии с законодательной базой; мерами безопасности в повседневной трудовой деятельности, не допускать нарушений производственной и технологической дисциплины, требований экологической безопасности, которые могут привести к чрезвычайным ситуациям на объекте.
3.	ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ	Основы языковой и речевой культуры медиатекста, медиапродукта и (или) коммуникационного продукта: единицы русского языка (фонетики, словообразования, грамматики), грамматические категории, определяющие их свойства и особенности функционирования; правила русской орфографии и пунктуации в объёме, необходимом для создания медиатекста и медиапродукта.	Анализировать единицы фонетического уровня, лексического уровня, морфемы, части речи; определять способы деривации слов; характеризовать признаки языковых единиц в разных аспектах. Создавать медиатексты и медиапродукты, избегая орфографических и пунктуационных ошибок.	Навыками создания медиатекста и медиапродукта, избегая речевых ошибок разных уровней языка. Методами анализа языковых единиц и фактов в области фонетики, лексики, словообразования, грамматики, орфографии и пунктуации русского языка в синхроническом и диахроническом аспектах; навыком грамотного письма.
		ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных	Основы текстовой деятельности, понятие дискурса и дискурсивного анализа, методику и языковые алгоритмы создания	Создавать тексты рекламы и связей с общественностью в соответствии с нормами современного русского	Методами анализа текста; приёмами создания (синтеза) разного типа текстов рекламы

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

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

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

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

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

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

6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

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

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

7. ФОРМЫ ОТЧЕТНОСТИ ПО ПРАКТИКЕ (Приложение 2)

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

Предусмотрены следующие формы отчетности по (вид, тип) практике:

- если практика проводится в СП Университета:

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

- если практика проводится на базе профильных организаций:

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

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

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

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

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

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

8.1 Основная литература

№ п/п	Автор(ы), наименование, место издания и издательство, год
1	Антипов, К.В. Основы рекламы [Электронный ресурс]: учебник / К.В. Антипов. - 3-е изд. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 326 с. - Режим доступа: URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454031 (дата обращения: 14.03.2020).
2	Марусева, И.В. Творческая реклама: приемы и методы ее создания (художественно-аналитическое исследование) [Электронный ресурс] монография / И.В. Марусева - Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2015. - 419 с. - Режим доступа: URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=276141 (дата обращения: 14.03.2020).

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

8.2. Дополнительная литература

№ п/п	Автор(ы), наименование, место издания и издательство, год
1	Антипов, К.В. Основы рекламы [Электронный ресурс]: учебник / К.В. Антипов. - 3-е изд. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 326 с. - Режим доступа: URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454031 (дата обращения: 14.03.2020).
2	Ковалевский, В. Организация рекламной деятельности [Электронный ресурс]: учебное пособие / В. Ковалевский, О. Калиева, Н. Лужнова; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Оренбургский государственный университет», Кафедра маркетинга, коммерции и рекламы. - Оренбург: ОГУ, 2012. - 122 с. - Режим доступа: URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=259222 (дата обращения: 14.03.2020).
3	Ломова, О.С. Деловое общение специалиста по рекламе [Электронный ресурс]: учебное пособие / О.С. Ломова; ред. Л.М. Дмитриевой. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 237 с. - Режим доступа: URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114801 (дата обращения: 14.03.2020).
4	Панкратов, Ф.Г. Основы рекламы [Электронный ресурс]: учебник / Ф.Г. Панкратов, Ю.К. Баженов, В.Г. Шахурин. - 14-е изд., перераб. и доп. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 538 с. - Режим доступа: URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454093 (дата обращения: 14.03.2020).
5	Теория и практика креативной деятельности [Электронный ресурс] / О.А. Карлова, Е.А. Ноздренко, И.А. 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: 14.03.2019).

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

1. BOOK.ru [Электронный ресурс]: электронная библиотека. – Доступ к полным текстам по паролю. – Режим доступа: <http://www.book.ru> (дата обращения: 14.03.2020).

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

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

1. eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]: научная электронная библиотека. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>, свободный (дата обращения: 14.03.2020).

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

8.5 Периодические издания

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

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

9.1 Информационные технологии

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

При проведении практики используются следующие информационные технологии:

- использование сервисов электронной почты для обмена оперативной информацией;
- дистанционное консультирование посредством университетской системы e-learn.rsu.edu.ru;
- проведение установочной и итоговой конференций;
- использование специализированных программных средств для решения научно-исследовательских и учебно-производственных задач в период прохождения практики;
- работа в электронных библиотечных системах;
- мультимедийные презентации проектов, отчетов по практике и др.

9.2 Требования к программному обеспечению

Стандартный набор ПО (в компьютерных классах):

Название ПО	№ лицензии
Операционная система WindowsPro	Договор №65/2019 от 02.10.2019
Антивирус Kaspersky Endpoint Security	Договор № 14-ЗК-2020 от 06.07.2020г.
Офисное приложение Libre Office	Свободно распространяемое ПО
Архиватор 7-zip	Свободно распространяемое ПО
Браузер изображений Fast Stone ImageViewer	Свободно распространяемое ПО
PDF ридер Foxit Reader	Свободно распространяемое ПО
Медиа проигрыватель VLC mediaplayer	Свободно распространяемое ПО
Запись дисков Image Burn	Свободно распространяемое ПО
DJVU браузер DjVuBrowser Plug-in	Свободно распространяемое ПО

Стандартный набор ПО (для кафедральных ноутбуков):

Название ПО	№ лицензии
Антивирус Kaspersky Endpoint Security	Договор № 14-ЗК-2020 от 06.07.2020г.
Офисное приложение Libre Office	Свободно распространяемое ПО
Архиватор 7-zip	Свободно распространяемое ПО
Браузер изображений Fast Stone ImageViewer	Свободно распространяемое ПО
PDF ридер Foxit Reader	Свободно распространяемое ПО
Медиа проигрыватель VLC mediaplayer	Свободно распространяемое ПО
Запись дисков Image Burn	Свободно распространяемое ПО
DJVU браузер DjVuBrowser Plug-in	Свободно распространяемое ПО

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

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

лекционные аудитории, оснащенные видеопроекторным оборудованием, средствами звуковоспроизведения и экраном, оборудованные учебной

мебелью; библиотека, имеющая учебные места для студентов, оснащенные компьютерной техникой с доступом к базам данных и сети Интернет; компьютерный класс, мультимедийный курс лекций.

10.2. Требования к оборудованию рабочих мест преподавателя и обучающихся:

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

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

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

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

12. Иные сведения и материалы

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

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

Вид промежуточной аттестации - зачет

Наименование оценочного средства - теоретические вопросы

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

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

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

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

					объекте.
3.	ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ	Основы языковой и речевой культуры медиатекста, медиапродукта и (или) коммуникационного продукта: единицы разных уровней русского языка (фонетики, словообразования, грамматики), грамматические категории, определяющие их свойства и особенности функционирования; правила русской орфографии и пунктуации в объёме, необходимом для создания медиатекста и медиапродукта.	Анализировать единицы фонетического уровня, лексического уровня, морфемы, части речи; определять способы деривации слов; характеризовать признаки языковых единиц в разных аспектах. Создавать медиатексты и медиапродукты, избегая орфографических и пунктуационных ошибок.	Навыками создания медиатекста и медиапродукта, избегая речевых ошибок разных уровней языка. Методами анализа языковых единиц и фактов в области фонетики, лексики, словообразования, грамматики, орфографии и пунктуации русского языка в синхроническом и диахроническом аспектах; навыком грамотного письма.
		ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	Основы текстовой деятельности, понятие дискурса и дискурсивного анализа, методику и языковые алгоритмы создания коммуникативных продуктов различных жанров.	Создавать тексты рекламы и связей с общественностью в соответствии с нормами современного русского литературного языка, избегая орфографических и пунктуационных ошибок.	Методами анализа текста; приёмами создания (синтеза) разного типа текстов рекламы и связей с общественностью; приёмами анализа структуры текстов рекламы, приёмами анализа лексических и грамматических особенностей текстов рекламы в соответствии с нормами русского языка и особенностями иных знаковых

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

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

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

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

Теоретические вопросы к зачету

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

3. ПОКАЗАТЕЛИ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ (Шкалы оценивания)

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

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

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

«Хорошо» (4) / «зачтено» - оценка соответствует повышенному уровню и выставляется обучающемуся, если он демонстрирует достаточно полные знания всех профессионально-прикладных и методических вопросов в объеме программы практики; полностью выполнил программу с незначительными отклонениями от качественных параметров; проявил себя ответственным и заинтересованным специалистом в будущей профессиональной деятельности; правильно применил теоретические положения при решении практических вопросов и научно-исследовательских задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.

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

«Неудовлетворительно» (2) / «не зачтено» - оценка выставляется обучающемуся, который не достигает порогового уровня, демонстрирует низкое качество выполнения индивидуальных заданий, оформление документов по практике не соответствует требованиям; обучающийся владеет фрагментарными знаниями и не умеет применять их на практике / в научно-исследовательской деятельности. Представленные документы и результаты собеседования с обучающимся не свидетельствуют о сформированности у последнего предусмотренных программой практики компетенций.

ФОРМЫ ОТЧЕТНОСТИ ПО ПРАКТИКЕ

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

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

Факультет истории и международных отношений
Кафедра рекламы и социокультурных коммуникаций
Код, наименование направления и профиля подготовки - 42.04.01 Реклама и связи с
общественностью, Реклама и связи с общественностью в коммерческой и производственной сфере

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ

На _____ производственную (профессионально-творческую) практику студента

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

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

2. Место прохождения практики _____

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

Руководитель практики
от РГУ имени С.А.Есенина _____
Подпись

_____ расшифровка подписи

Задание принял к исполнению(студент) _____
Подпись

_____ расшифровка подписи

« ____ » _____ 20__ г.

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

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

Факультет истории и международных отношений
Кафедра рекламы и социокультурных коммуникаций
Код, наименование направления и профиля подготовки - 42.04.01 Реклама и связи с
общественностью, Реклама и связи с общественностью в коммерческой и производственной сфере

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ

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

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

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

2. Место прохождения практики _____

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

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

Руководитель практики
от РГУ имени С.А.Есенина _____
Подпись

_____ расшифровка подписи

Руководитель практики
от профильной организации _____
Подпись

_____ расшифровка подписи

Задание принял к исполнению(студент) _____
Подпись

_____ расшифровка подписи

« ____ » _____ 20 ____ г.

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

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

Факультет истории и международных отношений
Кафедра рекламы и социокультурных коммуникаций
Код, наименование направления и профиля подготовки - 42.04.01 Реклама и связи с
общественностью, Реклама и связи с общественностью в коммерческой и производственной сфере

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

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

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

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

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

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

Факультет истории и международных отношений
Кафедра рекламы и социокультурных коммуникаций
Код, наименование направления и профиля подготовки - 42.04.01 Реклама и связи с
общественностью, Реклама и связи с общественностью в коммерческой и производственной сфере

СОВМЕСТНЫЙ РАБОЧИЙ ГРАФИК (ПЛАН) ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

(ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ, ТИП – ПРОФЕССИОНАЛЬНО-
ТВОРЧЕСКАЯ ПРАКТИКА)

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

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

				(подпись руководителя практики от РГУ, подпись руководителя практики от профильной организации)
2	Основной	<i>Выполнение индивидуального задания; ежедневная работа по месту практики, связанная с освоением трудовых функций; мероприятия по сбору материала, разработка проекта и т.п.</i>		Выполнено (подпись руководителя практики от РГУ, подпись руководителя практики от профильной организации)
3	Заключительны й	<i>Подведение итогов и составление отчета: систематизация, анализ, обработка собранного в ходе практики материала, предоставление отчета, публичная защита отчета по практике на итоговой конференции.</i>		Выполнено (подпись руководителя практики от РГУ, подпись руководителя практики от профильной организации)

Руководитель практики
от РГУ имени С.А.Есенина _____
Подпись

_____ расшифровка подписи

Руководитель практики
от профильной организации _____
Подпись

_____ расшифровка подписи

« ____ » _____ 20 ____ г.

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

Факультет истории и международных отношений

Кафедра рекламы и социокультурных коммуникаций

ОТЧЕТ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ (ТИП – ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКАЯ ПРАКТИКА)

Студент(ка) _____
Ф.И.О.

Курс _____ Группа _____

Направление _____

Направленность (профиль) _____

Место прохождения практики _____

Сроки прохождения практики

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

Руководитель практики

(Ф.И.О. подпись)

Рязань, 20__

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

Факультет истории и международных отношений

Кафедра рекламы и социокультурных коммуникаций

ОТЧЕТ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ (ТИП – ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКАЯ ПРАКТИКА)

Студент(ка) _____
Ф.И.О.

Курс _____ Группа _____

Направление _____

Направленность (профиль) _____

Место прохождения практики _____

Сроки прохождения практики

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

Руководитель практики

(Ф.И.О. подпись)

**Руководитель практики
от профильной организации**

(Ф.И.О. подпись)

Рязань, 20__

Образец отзыва с места прохождения практики

ОТЗЫВ

о прохождении производственной (тип – профессионально-творческая практика) практики

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

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

Изучил вопросы / выполнял следующие виды работ:

1. _____
2. _____
3. _____
- п... _____

Приобрел навыки (обобщенно отражающие планируемые результаты практики):

1. _____
2. _____
3. _____
- п... _____

Проявил следующие профессиональные и личностные качества:

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

Замечания (если имеются):

Практика может быть оценена на _____
 (зачет/дифференцированный зачет: отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно)

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

МП

Адрес организации: _____