

Содержание

1	Учебная (ознакомительная) практика	
2	Производственная (профессионально-творческая) практика	
3	Производственная (преддипломная) практика	

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ (ОЗНАКОМИТЕЛЬНАЯ)

1. Общие положения

1.1. Цель и задачи ознакомительной практики

Учебная (ознакомительная) практика направлена на обеспечение непрерывности, последовательности и всесторонности овладения Обучающимися профессиональной деятельностью, позволяет им получить практические знания и навыки работы по профессии, содействует закреплению теоретических знаний

Учебная практика направлена на обеспечение непрерывности, последовательности и всесторонности овладения Обучающимися профессиональной деятельностью, позволяет им получить практические знания и навыки работы по профессии, содействует закреплению теоретических знаний

Цель практики:

- освоить компетенции, соответствующие виду профессиональной деятельности, закрепление и углубление знаний по профилирующим дисциплинам;
- формирование у обучающихся общего представления об организации работы на предприятиях (учреждениях, организациях);
- формирование навыков использования научного и методического аппарата, полученного при теоретическом обучении, для решения комплексных задач по постановке, организации и управлению рекламной практикой предприятия, оценке результатов рекламной деятельности и её оптимизации;
- приобретение начальных практических умений использования правил делового этикета при общении в коллективе, исследования услуг и структуры предприятия;
- овладение первичными умениями и навыками научно-исследовательской деятельности;
- выработка первичных практических навыков, по созданию медиа-коммуникационного продукта.

Задачи практики:

- изучить объект учебной практики и специфику его работы;
- знакомство студентов с основными открытыми источниками информации, необходимыми для проведения научных исследований;
- сформировать навыки поиска, критического анализа и синтеза информации, применения системного подхода для решения поставленных задач;
- развить навыки осуществления социального взаимодействия и реализации своей роли в команде;
- развить навыки осуществления деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах);
- знакомство студентов с различными видами организаций (объектами управления);
- представление в общем виде предмета и содержания профессиональной деятельности;
- ознакомить с основными документами, регламентирующими деятельность организации;
- принимать участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации;
- принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;
- владение навыками работы в отделах рекламы/связей с общественностью;
- формирование практических навыков самостоятельной работы, навыков самостоятельного формулирования выводов, полученных по результатам собственных

расчетов;

- развитие навыков презентации и защиты результатов выполняемой работы;
- освоение работы с разнообразными источниками информации, умение систематизировать и обобщать полученные в результате исследования выводы;
- ознакомление обучающихся с деятельностью отраслевых организаций /компаний/агентств в области коммуникаций;
- раскрыть сущность и охарактеризовать особенность организационной структуры, профессионально и отраслевой принадлежности коммуникационных предприятий и подразделений коммерческих и некоммерческих организаций;
- знакомство обучающихся со структурой рынка коммуникационных услуг и типами коммуникационных услуг;
- ознакомление обучающихся с особенностями профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью на начальной этапе карьеры;
- профессиональная ориентация студентов и оформление документации по практике (отчета).

1.2. Место учебной (ознакомительной) практики в структуре образовательной программы бакалавриата

Учебная практика относится к Блоку 2 «Практики» обязательной части образовательной программы и направлена на формирование универсальных, общепрофессиональных и профессиональной компетенций.

Основные навыки и умения, полученные в ходе прохождения учебной практики, должны быть использованы в дальнейшем при прохождении производственных практик, а также при изучении дисциплин.

Основные навыки, полученные в ходе прохождения учебной практики, могут быть использованы в дальнейшем при изучении блока дисциплин вариативного блока дисциплин, а также при прохождении производственной (проектно-технологической) практики.

Практика проводится в организациях, осуществляющей деятельность по профилю соответствующей образовательной программы, и/или в профильном структурном подразделении организации, предназначенном для проведения практической подготовки, на основании договора, заключаемого между образовательной организацией и профильной организацией.

1.3. Объем учебной практики

Сроки прохождения практики для обучающихся очной и заочной формы обучения устанавливаются в соответствии с Учебным планом и Календарным учебным графиком на соответствующий учебный год.

Учебная практика проводится на 2-м курсе, в 4 семестре.

Продолжительность практики - 6 недель (9 з.е., 243 астр. ч., 324 акад.ч.).

Форма контроля в соответствии с учебным планом – дифференцированный зачет.

1.4. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении учебной практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Индекс	Результаты освоения ОП (содержание компетенции/ индикатора)	Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практике		
		знания	умения	навыки
Универсальные (УК)				

УК-1	<p>способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач:</p> <p>УК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие</p> <p>УК-1.2. Определяет и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи</p> <p>УК-1.3. Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов</p>	<p>Методологии поиска, критического анализа и синтеза информации, принципы системного подхода</p>	<p>Проводить поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач</p>	<p>Навыки поиска, критического анализа и синтеза информации, применения системного подхода для решения поставленных задач</p>
УК-3	<p>способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде:</p> <p>УК-3.1. Определяет свою роль в команде, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели</p> <p>УК-3.2. При реализации своей роли в команде учитывает особенности поведения других членов команды, осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды</p> <p>УК-3.3. Умеет работать в команде; принимать решения с соблюдением этических принципов их реализации; проявлять уважение к мнению и культуре других</p> <p>УК-3.4. Соблюдает установленные нормы и правила командной работы</p>	<p>принципов социального взаимодействия и реализации своей роли в команде</p>	<p>осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде</p>	<p>навыки осуществления социального взаимодействия и реализации своей роли в команде</p>
УК-4	<p>способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах):</p> <p>УК-4.2. Осуществляет устную и письменную деловую коммуникацию на русском и иностранном языках</p> <p>УК-4.3. Представляет свою точку зрения при деловом общении</p>	<p>Основы деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)</p>	<p>осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)</p>	<p>навыки осуществления деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)</p>

УК-5	способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах: УК-5.2. Учитывает при социальном и профессиональном общении историческое наследие и социокультурные традиции различных социальных групп, этносов и конфессий, включая мировые религии, философские и этические учения УК-5.3. Придерживается принципов недискриминационного взаимодействия при личном и массовом общении в целях выполнения профессиональных задач	Базовые принципы межкультурного взаимодействия	воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	Навык восприятия межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
УК-8	способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов: в части: УК-8.2. Создает и поддерживает в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества УК-8.3. Выявляет признаки, причины и условия возникновения чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов, нарушений техники безопасности на рабочем месте; оценивает вероятность возникновения потенциальной опасности и принимает меры по ее предупреждению	Принципы и методы создания и поддержки в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасных условий жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	создавать и поддерживать в повседневной профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	навыки создания и поддержки безопасных условий жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций
Общепрофессиональные (ОПК)				
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с	основные инструменты поиска информации о текущих	учитывать основные характеристики и целевой аудитории при	навыками организации процессов обслуживания потребителей

	запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности и	создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	на основе анализа рыночного спроса и потребностей общества
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности ОПК-7.1. Знает принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности 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	основные этические и правовые регуляторы разработанные профессиональным сообществом; особенности проявления возможных проблемных ситуаций правового и этического характера в профессиональной деятельности	использовать социальные регуляторы в своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	навыками оценки возможных эффектов, планирования и управления возможными последствиями и осуществлении профессиональной деятельности
профессиональные компетенции (ПК)				
ПК-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий ПК-1.1. Реализует планирование, подготовку и проведение коммуникационной кампании и мероприятий ПК-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии ПК-1.3. Готовит основные документы по сопровождению коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	теоретические аспекты планирования, подготовки и проведения коммуникационной кампании и мероприятия	планировать, готовить и проводить коммуникационные кампании и мероприятия	планирования, подготовки и проведения коммуникационной кампании и мероприятия
ПК-3	Способен реализовывать знания в области рекламы и связи с общественностью как сферы профессиональной деятельности ПК-3.1. Реализует современные	специфику профессиональной деятельности в области	правильно понимать поставленные руководителем задачи и	навыками защиты информации в рамках своей профессиональной

	информационно - коммуникационные технологии, в том числе интернет- технологии и специализированные программные продукты ПК-3.2. Владеет общими принципами формирования коммуникационного продукта	рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации	творчески подходить к их решению	ьной деятельности, осуществляемой в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации
--	---	--	----------------------------------	--

2. Содержание практики

№ п/п	Наименование тем программы по учебной практике	Содержание раздела (темы)	Кол-во академических часов, отводимых на каждый вид работ, и формы их выполнения		
			Кол-во академических часов всего	В том числе	
				Под руководством преподавателя / руководителя от предприятия	Самостоятельно
1.	Техника безопасности на рабочем месте	Изучение правил техники безопасности на рабочем месте.	9	4	5
2.	Ознакомление с организацией с элементами научно-исследовательской деятельности	Характер и основные виды деятельности организации. Ключевые цели предприятия (в т.ч. рыночные, финансовые, производственные, цели по персоналу и др.). Форма собственности. Организационно-правовая форма. Основные этапы развития. Список основных источников информации по выбранному объекту исследования (документы предприятия; рекламные проспекты, нормативные акты; книги, статьи в периодической печати; материалы Internet и др.). Совместная работа в команде предприятия. Осуществление деловой коммуникации с коллективом и клиентами предприятия в	54	6	48

		устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах). Основные принципы противодействия коррупции. Система общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития в контексте профессиональной деятельности. Изучение действующих в подразделениях нормативно-правовых актов по его функциональному назначению, режиму работы, структуре данной организации.			
3.	Внешняя среда организации	Основные факторы внешней среды, оказывающие существенное влияние на деятельность организации. Основные потребители продукции или услуг. Основные поставщики. Основные конкуренты. Основные проблемы и опасности для предприятия, вызываемые факторами внешней среды.	72	12	60
4.	Внутренняя среда организации	Организационная и производственная структура. Основная номенклатура продукции или услуг. Организационная структура предприятия. Описание предприятия, сферы деятельности, структуры компании, нормативной документации. Численность персонала. Исследования сегмента рынка, в котором функционирует предприятие, должностные инструкции специалистов по коммуникационным специальностям и особенности их работы в той или иной отрасли (по профилям или направлениям работы компании). Конкурентный	72	12	60

		<p>анализ сферы деятельности предприятия.</p> <p>Описание целевой аудитории (с применением географических, демографических, психографических и поведенческих критериев сегментирования).</p> <p>SWOT-анализ.</p> <p>Выявление культурных феноменов, наиболее значимых для создания текстов рекламы и PR и иных коммуникационных продуктов.</p> <p>Характеристика качества продукции (услуг). Уровень цен на продукцию или услуги.</p> <p>Сильные и слабые стороны деятельности организации.</p>			
5.	Требования, предъявляемые к профессиональным и личностным качествам специалиста по РиСО	<p>Общие качества (интуиция, чувство риска и прибыли, самообразование, новаторство и т.д.). Принципы, правила и методы организации работы специалиста по РиСО в различных отраслях.</p> <p>Должностные инструкции, правила техники безопасности, нормы социального взаимодействия.</p> <p>Руководство персоналом (психологические особенности индивидуальности сотрудника, социальные особенности коллектива, национальная культура, конфликтология, организация и координация работы сотрудников, определение сложности и объема работ, методы мотивации и т.д.). Умения и навыки делового общения, работа в команде и борьба со стрессами.</p>	54	8	46
6.	Организация делопроизводства	<p>Основные документы, регламентирующие деятельность организации.</p> <p>Список основных источников информации по выбранному объекту исследования (документы предприятия; рекламные проспекты,</p>	54	8	46

		нормативные акты; книги, статьи в периодической печати; материалы Internet и др.).			
7.	Отчетный этап	Сдача отчетной документации и подготовка к аттестации по результатам прохождения практики, аттестация по результатам прохождения практики.	9	-	9
ИТОГО			324		

3. Формы отчетности по практике

Текущий контроль успеваемости

№ п/п	Наименование разделов практики	Контролируемые компетенции (или их части)	Оценочные средства
1	Техника безопасности на рабочем месте	УК-8.2, УК-8.3,	Дневник практики (перечень выполненных работ).
2	Ознакомление с организацией с элементами научно-исследовательской деятельности	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-3, УК-4.2, УК-4.3, УК-5.2, УК-5.3, ОПК-7; ПК-1;	Дневник практики (перечень выполненных работ).
3	Внешняя среда организации	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-3, УК-4.2, УК-4.3, УК-5.2, УК-5.3, ОПК-4; ОПК-7;	Дневник практики (перечень выполненных работ).
4	Внутренняя среда организации	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-3, УК-4.2, УК-4.3, УК-5.2, УК-5.3, ОПК-4; ОПК-7; ПК-1;	Дневник практики (перечень выполненных работ).
5	Требования, предъявляемые к профессиональным и личностным качествам специалиста по РиСО	ОПК-4; ОПК-7; ПК-1; ПК-3	Дневник практики (перечень выполненных работ).
6	Организация делопроизводства	ОПК-7; ПК-1; ПК-3;	Дневник практики (перечень выполненных работ).
7	Отчетный этап	УК-4.2, УК-4.3, ОПК-4;	Дневник практики (перечень выполненных работ). Характеристика

Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета с оценкой и фиксирует уровень достижения планируемых результатов обучения по практике.

Промежуточная аттестация практики проводится путем оценки компетенций, которые освоил обучающийся в ходе прохождения практики, по модели STAR: Situation (Ситуация) — Task (Задача) — Action (Предпринятые действия) — Result (Результат). При использовании данной модели обучающемуся задаются вопросы, направленные на оценку сформированности компетенций, а обучающийся должен продемонстрировать полученные в ходе практики умения и навыки, описав ситуацию и предложив ее решение на примере

исследуемого объекта (профильной организации). По каждому направлению подготовки (в случае необходимости по каждой образовательной программе) формируется аттестационная комиссия, состоящая из трех членов: лиц, относящихся к профессорско-преподавательскому составу академии с участием ведущих специалистов - представителей работодателей и (или) их объединений в соответствующей области профессиональной деятельности.

В зависимости от области профессиональной деятельности, аттестация может включать в себя вопросы или тестовые задания для проверки теоретических знаний полученных при изучении программы (теоретическая часть) и в обязательном порядке должен включать в себя один или несколько видов аттестационных испытаний (практическая часть), направленных на оценку готовности обучающихся к реализации вида профессиональной деятельности:

- выполнение комплексного практического задания - для оценки готовности к выполнению вида профессиональной деятельности. Технология оценивания: сопоставление продемонстрированных параметров деятельности и/или характеристик продукта деятельности с заданными эталонами и стандартами по критериям;

- выполнение серии практических заданий - для оценки готовности к выполнению отдельных трудовых функций (профессиональных компетенций). Технология оценивания: сопоставление параметров продемонстрированной деятельности и/или характеристик продукта деятельности с заданными эталонами и стандартами по критериям.

4. Требования к отчету о прохождении практики

По итогам прохождения практики Обучающийся составляет письменный отчет о выполненной работе. Отчет должен включать в себя следующие разделы: введение, основная часть и выводы.

1. Во Введении Обучающийся определяет цель, место и время прохождения практики, а также последовательность этапов и мест прохождения практики с перечнем работ, выполненных в процессе практики.

2. Основная часть включает в себя следующие пункты:

- описание организации процесса учебной практики;
- нормативно-правовая база: краткая характеристика основных законов, регулирующих деятельность предприятий;
- описание выполненных работ по темам программы;
- описание практических задач, решенных обучающимися за время прохождения учебной практики.

3. Выводы: в данном разделе дается краткая характеристика знаний и навыков, полученных Обучающимся во время учебной практики.

Выполненный отчет предоставляется на кафедру для проверки правильности оформления, регистрации и рецензирования. Аттестация по практике проводится в соответствии с разработанным рейтингом оценки.

Отчет и дневник прохождения практики предоставляются для написания отзыва руководителю практики. Отчет о практике должен быть выполнен в машинописном виде по установленным стандартам оформления текстовой документации.

При формировании отчёта по практике следует соблюдать определённую последовательность расположения материала:

1. Титульный лист
2. Направление на практику с отзывом руководителя от организации
3. Содержание (перечень разделов и подразделов отчёта).
4. Введение.
5. Основная часть.
6. Заключение.

7. Список литературы.

8. Приложения.

При оформлении отчёта по практике необходимо соблюдать следующие требования:

- отчёт оформляется на одной стороне листа А4 (210x297 мм), белой бумаги с соблюдением следующих размеров полей: верхнее и нижнее - по 20 мм, левое поле – 30 мм, правое поле – 10 мм;
- таблицы и иллюстрации допускается представлять на листах формата А3 (297x420 мм);
- текст готовится к распечатке на одной стороне листа на компьютере;
- шрифт «Times New Roman» 14 pt, межстрочный интервал – полуторный;
- наименования разделов располагаются по центру строки без точки в конце и набираются прописными буквами без подчёркиваний;
- заголовки подразделов набираются с абзацного отступа строчными буквами (кроме первой) без точки в конце;
- после номера раздела и подраздела в тексте точка не ставится;
- не допускаются переносы в словах разделов и подразделов;
- расстояние между заголовками и текстом должен составлять два интервала;
- страницы следует нумеровать арабскими цифрами;
- номер проставляется внизу страницы по центру в пределах рабочего поля; на титульном листе, направлении, аттестационном листе и содержании номер страницы не ставится. Формулы следует выделять в отдельную строку, отделяя её от текста свободной строкой (сверху и снизу). Оформление формул производится при помощи любого редактора формул. Номера формул указываются арабскими цифрами в круглых скобках и имеют сквозную нумерацию;
- при оформлении таблиц и иллюстраций следует руководствоваться следующими правилами.

Все иллюстрации (кроме таблиц) в тексте работы называются **рисунками**, их представляют сразу же после упоминания или на следующей странице.

Выполняют рисунки черными чернилами (пастой) или тушью, если они не могут быть представлены с помощью компьютерной графики или в виде фотографий.

Под изображением рисунка приводится слово «Рисунок» с указанием после него через интервал цифры (номера) с точкой после цифры и далее (через интервал) указывается название рисунка с заглавной буквы. При этом номер и название располагаются на одной и той же строке.

Перед рисунком в тексте оставляют одну свободную строку. Рисунок должен быть расположен по центру страницы, в абзаце, содержащем рисунок, не должно быть заказано отступа или выступа первой строки. Выравнивание названия рисунка производится по левому краю. Нумерация рисунков в тексте должна быть сквозной.

Пример оформления рисунка:

Индекс потребительских цен в 2008-2010 гг.



Рисунок 1. Динамика индекса потребительских цен

Цифровой материал рекомендуется помещать в тексте в виде **таблиц**. Каждая из них должна иметь заголовок, точно отражающий её содержание и расположенный по центру. Помещается заголовок непосредственно над таблицей после слова Таблица, расположенного справа от таблицы (с указанием номера таблицы, без точки).

Располагаются таблицы в тексте сразу после первой ссылки на них или на следующей (за первой ссылкой) странице. Оформляются таблицы так, как показано на примере приведенной Таблицы 1 на стр. 10 (пример). При переносе части таблицы на другую страницу название помещают только над первой её частью, а над второй справа пишут «Продолжение таблицы» с указанием её номера. Допускается располагать таблицу вдоль длинной стороны листа. Графу «Номер по порядку» в таблице не делают.

Если повторяющийся в разных строках таблицы текст состоит из одного слова, то после его первого написания далее допускается заменять его кавычками. Если текст состоит из двух или более слов, то его можно заменять словами «то же», а далее заменять кавычками. Ставить кавычки вместо повторяющихся цифр не допускается.

Если таблица заимствована или рассчитана по данным статистического ежегодника или другого литературного источника, надо обязательно делать ссылку на первоисточник (см. пример Таблица 1).

Пример оформления таблицы

Таблица 1

Доля государственного долга в ВВП в развитых странах G-20 в 2007–2015 гг., %

Страны	2007 (факт)	2009 (факт)	2010 (оценка)	2011 (прогноз)	2015 (прогноз)
G-20 – развитые экономики	77,9	96,9	104,4	108,8	117,1
Япония	187,7	217,7	227,1	234,6	250,0
Италия	103,4	115,8	118,6	120,5	124,7
США	62,1	83,2	92,6	97,4	109,7
Франция	63,8	77,4	84,2	88,6	94,8
Великобритания	44,1	68,2	78,2	84,9	90,6

Источник: IMF World Economic Outlook. 2010. April. [Электронный ресурс]. – Электр. данн. – Режим доступа: <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/>

Если в тексте необходимо сослаться на таблицу, то следует указать номер таблицы и страницу, на которой она расположена.

Приложения помещают за списком литературы в порядке упоминания их в основном тексте. Каждое приложение следует начинать с новой страницы с указанием наверху справа слова «Приложение».

Приложения обозначаются заглавными буквами русского алфавита, начиная с А. После слова «Приложение» должна следовать буква, обозначающая его последовательность.

Разработанные Обучающимся документы, имеющие самостоятельное значение и подлежащие исполнению в соответствии с заданием и нормативно-закрепленными требованиями (бухгалтерские отчеты и балансовые документы, кадровые документы, графики работ, разделы финансовых, маркетинговых и производственных планов и т. п.), помещают в прилагаемую к текстовой части папку с соответствующей описью. При наличии аудио - или видеоматериалов и материалов в электронном виде их носители размещают в кармане этой же папки.

Наличие графического материала является необходимым условием её написания. Этот материал может быть представлен в виде схем, рисунков, таблиц, графиков и диаграмм, которые должны наглядно иллюстрировать и подтверждать основную часть работы. Графический материал может помещаться или в основном тексте, или (если он представлен в формате, большем, чем А4) выноситься в приложения к работе. Перечень графического материала устанавливается в задании на практику.

Рекомендуется представлять единый список литературы к работе в целом. Список обязательно должен быть пронумерован. Каждый источник упоминается в списке один раз, вне зависимости от того, как часто на него делается ссылка в тексте работы.

Наиболее удобным является алфавитное расположение материала, так как в этом случае произведения собираются в авторских комплексах. Произведения одного автора расставляются в списке по алфавиту заглавий.

Официальные документы ставятся в начале списка в определенном порядке: Конституции; Кодексы; Законы; Указы Президента; Постановления Правительства; другие нормативные акты (письма, приказы и т.д.). Внутри каждой группы документы располагаются в хронологическом порядке.

Литература на иностранных языках ставится в конце списка после литературы на русском языке, образуя дополнительный алфавитный ряд. Для каждого документа предусмотрены следующие элементы библиографической характеристики: фамилия автора, инициалы; название; подзаголовочные сведения (учебник, учебное пособие, словарь и т.д.); выходные сведения (место издания, издательство, год издания); количественная характеристика (общее количество страниц в книге).

Ссылки на источники и научную литературу, используемую в тексте, следует оформлять в соответствии с правилом оформления списка литературы **постранично**, т.е. внизу страницы с указанием ФИО автора, названия работы, издательства, года выпуска и страницы, с которой цитируется материал.

Выполненный отчет предоставляется на кафедру для проверки правильности оформления, регистрации и рецензирования.

5. Перечень учебной литературы и ресурсов сети «Интернет», необходимых для проведения практики

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для проведения практики

Основная литература:

1. Грибов, В.Д. Теория менеджмента [Электронный ресурс]: Учебное пособие / Грибов В.Д., Веснин В.Р. - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 357 с. (Высшее образование: Бакалавриат) - ЭБС Iprbookshop.ru. Режим доступа: <http://iprbookshop.ru/bookread2.php?book=547983>.
2. Кашкин, В. Б. Введение в теорию коммуникации : учебное пособие / В. Б. Кашкин. - 8-е изд., стер. - Москва: ФЛИНТА, 2022. - 224 с. - ЭБС Iprbookshop.ru. Режим доступа: <https://iprbookshop.ru/catalog/product/1875397>. - Текст: электронный.
3. Марочкина, С.С. Введение в специальность. Реклама: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Реклама» / С.С. Марочкина, Л.М. Дмитриева, Е.В. Азарова ; под ред. Л.М. Дмитриевой. - М. : ЮНИТИ-ДАНА,2017. - 239 с. - (Серия «Азбука рекламы»).- ЭБС Iprbookshop.ru. Режим доступа: <https://iprbookshop.ru/catalog/product/1028705>. - Текст: электронный.

Дополнительная литература:

1. Тихомирова, О.Г. Менеджмент организации: теория, история, практика: Учебное пособие / Тихомирова О. Г., Варламов Б. А. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 256 с. - (Высшее образование: Бакалавриат) - ЭБС Iprbookshop.ru. Режим доступа: <http://iprbookshop.ru/bookread2.php?book=509210>.
2. Зайцев, А.В. Информационные системы в профессиональной деятельности [Электронный ресурс]: Учебное пособие / А.В. Зайцев. - М.: РАП, 2013. - 180 с. ЭБС Iprbookshop.ru. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=517322>
3. Быкова, Т.А. Документационное обеспечение управления (делопроизводство): учебное пособие / Т.А. Быкова, Т.В. Кузнецова, Л.В. Санкина. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : ИНФРА-М, 2017. - 304 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). ЭБС Iprbookshop.ru. Режим доступа: <http://iprbookshop.ru/bookread2.php?book=762591>
4. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование: учебник / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин ; под общ. ред. проф. Ф. И. Шаркова. — Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. - 486 с. - ЭБС Iprbookshop.ru. Режим доступа: <https://iprbookshop.ru/catalog/product/1093675>. Текст: электронный.
5. Пивоваров, А. М. Деловые коммуникации: теория и практика : учебное пособие / А. М. Пивоваров. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2023. - 162 с. - (Высшее образование). — ЭБС Iprbookshop.ru. Режим доступа: <https://iprbookshop.ru/catalog/product/2037377>. Текст: электронный.

Справочная литература:

1. Кисляков, Г.В. Менеджмент: основные термины и понятия: словарь / Г.В. Кисляков, Н.А. Кислякова. - 2-е изд. - М. : ИНФРА-М, 2018. - 176 с. - (Библиотека малых словарей «ИНФРА-М»). - ЭБС Iprbookshop.ru. Режим доступа: <http://iprbookshop.ru/bookread2.php?book=929656>.
2. Маслова, В. М. Управление персоналом: толковый словарь / авт. -сост. В. М. Маслова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. — 131с. - ЭБС Iprbookshop.ru. Режим доступа: <https://iprbookshop.ru/catalog/product/1092968>

5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для проведения практики

1. Электронно-библиотечная система «IPRbooks» <http://www.iprbookshop.ru>.
2. Официальный сайт Министерства Финансов Российской Федерации <https://www.minfin.ru/>
3. Официальный сайт Федеральной налоговой службы Российской Федерации <https://www.nalog.ru/>
4. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики <http://www.gks.ru/>
5. Интернет-ежедельник, посвященный международным стандартам бухгалтерского учета, систем автоматизации, реформе стандартов бухучета в России. Статьи и информационные материалы, интернет-ресурсы. Доступны выпуски с 1998 г. Режим доступа: <http://www.consulting.ru>

6. Материально-техническое обеспечение учебной (ознакомительной) практики

Учебная (ознакомительная) практика проводится в организациях, оснащенных современным оборудованием и техническим средствами, использующие современные информационные технологии.

Рабочее место практиканта и оборудование должно соответствовать действующим санитарным пожарным нормам, а также требованиям техники безопасности.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ: (ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКАЯ)

1. Общие положения

1.1. Цель и задачи практики

Цель производственной (профессионально-творческой) практики по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, состоит в формировании и развитии профессиональных знаний, овладении необходимыми профессиональными компетенциями по избранному направлению подготовки на основе приобретения практического опыта, закрепления полученных знаний, компетенций и навыков практической деятельности, а также сбора, анализа и обобщения фактического материала, разработки оригинальных методических предложений и научных идей, получения навыков самостоятельной научно-практической работы и непосредственного участия в научно-производственной работе коллективов предприятий (организаций).

Производственная практика как составляющая учебного процесса нацелена на ознакомление Обучающихся с особенностями практической деятельности на предприятиях (организациях).

Цель производственной (профессионально-творческой) практики студентов - формирование профессиональных умений и навыков, приобретение практических навыков работы в профильной организации; приобретение опыта самостоятельной профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью в специальных коммуникационных структурах; выработка у студентов способности участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов, мероприятий.

Практика направлена на решение следующих задач:

- приобретение практических навыков работы с документацией;
- формирование основных профессиональных навыков в области сбора информации о состоянии исследуемого рынка;
- проведение библиографической работы с привлечением современных информационных технологий;
- поиск информации по полученному заданию, сбор и анализ данных, необходимых для проведения конкретных расчетов;
- сбор и анализ информации об организационной структуре коммуникационного агентства, компании, отдела (базы практики), отдела (базы практики);
- формулирование и разрешение задач, возникающих в ходе выполнения научно-исследовательской работы;
- выбор необходимых методов конкретного исследования;
- проведение статистических обследований, опросов, анкетирования и первичная обработка их результатов - применение современных информационных технологий при проведении научных исследований;
- способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации;
- осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью;
- проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок;
- оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью;
- владеть навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации и навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами;
- владеть навыками подготовки проектной документации (техикоэкономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор,

контракт);

- оценка внешних среды организации факторов рынка (для объекта продвижения);
- характеристика потребителей товаров/услуг компании;
- оценка текущей коммуникационной активности компании, выявление коммуникационных проблем предприятия;
- разработка проекта коммуникационной деятельности компании, включающего план рекламных и/или PR-мероприятий, и реализация проектных решений с помощью современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий;
- реализация проектных решений и оценка их эффективности.

1.2. Место производственной практики в структуре образовательной программы бакалавриата

Производственная практика относится к Блоку 2 «Практики» обязательной части образовательной программы и направлена на формирование профессиональной компетенции.

Основные навыки и умения, полученные в ходе прохождения производственной практики по получению профессиональных навыков и опыта профессиональной деятельности, должны быть использованы в дальнейшем при прохождении преддипломной практики и подготовки к государственной итоговой аттестации.

Основные навыки, полученные в ходе прохождения производственной: технологической (проектно-технологической) практики, могут быть использованы в дальнейшем при подготовке выпускной квалификационной работы.

Практика проводится в организациях, осуществляющей деятельность по профилю соответствующей образовательной программы, и/или в профильном структурном подразделении организации, предназначенном для проведения практической подготовки, на основании договора, заключаемого между образовательной организацией и профильной организацией.

1.3. Объем производственной практики: (профессионально-творческой)

Сроки прохождения практики для обучающихся очной формы обучения устанавливаются в соответствии с Учебным планом и Календарным учебным графиком на соответствующий учебный год

Производственная практика проводится на 4-м курсе, в 8 семестре (очная форма обучения)

Продолжительность практики - 12 недель (18 зачетных единиц, 648 академических часа или 486 астрономических часа)

1.4. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении производственной практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Индекс	Результаты освоения ОП (содержание компетенции/ индикатора)	Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практике		
		знания	умения	навыки
Универсальные (УК)				
УК-1	способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач: в части УК-1.1. Анализирует задачу,	Методологию и поиска, критический анализ и синтеза информации	Проводить поиск, критический анализ и синтез информации, применять	Навыки поиска, критического анализа и синтеза информации, применения системного

	выделяя ее базовые составляющие УК-1.2. Определяет и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи УК-1.3. Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов	и, принципы системного подхода	системный подход для решения поставленных задач	подхода для решения поставленных задач
УК-2	способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений: УК-2.1. Формулирует проблему, решение которой напрямую связано с достижением поставленной цели УК-2.2. Определяет целевые этапы и основные направления работы, выбирает оптимальные способы решения поставленных задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений УК-2.3. В рамках поставленных задач определяет имеющиеся ресурсы и ограничения, действующие правовые нормы	Принципов выбора оптимальных способов решения задач и достижения поставленных целей, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	навыки определения круга задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
УК-3	способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде: УК-3.1. Определяет свою роль в команде, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели УК-3.2. При реализации своей роли в команде учитывает особенности поведения других членов команды, осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды УК-3.3. Умеет работать в команде; принимать решения с	принципов социального взаимодействия и реализации своей роли в команде	осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	навыки осуществления социального взаимодействия и реализации своей роли в команде
УК-4	соблюдением этических принципов их реализации; проявлять уважение к мнению и культуре других УК-3.4 Соблюдает установленные нормы и правила командной	Основы деловой коммуникации в устной и письменной	осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на	навыки осуществления деловой коммуникации в устной и письменной

	<p>работы способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах): в части</p> <p>УК-4.2. Осуществляет устную и письменную деловую коммуникацию на русском и иностранном языках</p> <p>УК-4.3. Представляет свою точку зрения при деловом общении</p>	<p>формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)</p>	<p>государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)</p>	<p>формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)</p>
УК-5	<p>способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах: в части</p> <p>УК-5.2. Учитывает при социальном и профессиональном общении историческое наследие и социокультурные традиции различных социальных групп, этносов и конфессий, включая мировые религии, философские и этические учения</p> <p>УК-5.3. Придерживается принципов недискриминационного взаимодействия при личном и массовом общении в целях выполнения профессиональных задач</p>	<p>Базовые принципы межкультурного взаимодействия</p>	<p>воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</p>	<p>Навык восприятия межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</p>
УК-6	<p>способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни в части:</p> <p>УК-6.1. Использует инструменты и методы управления временем при достижении поставленных целей</p>	<p>Принципы самоорганизации и самоменеджмента, принципы образования в течение всей жизни</p>	<p>управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</p>	<p>навыки управления своим временем, выстраивания и реализации траектории саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</p>
УК-8	<p>способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды,</p>	<p>Принципы и методы создания и поддержки в повседневн</p>	<p>создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессионально й деятельности</p>	<p>навыки создания и поддержки безопасных условий жизнедеятельности, в том числе</p>

	<p>обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов: в части: УК-8.2. Создает и поддерживает в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества</p> <p>УК-8.3. Выявляет признаки, причины и условия возникновения чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов, нарушений техники безопасности на рабочем месте; оценивает вероятность возникновения потенциальной опасности и принимает меры по ее предупреждению</p>	<p>ой жизни и в профессиональной деятельности и безопасных условий жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов</p>	<p>безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов</p>	<p>при возникновении чрезвычайных ситуаций</p>
--	---	---	--	--

Общепрофессиональные (ОПК)

ОПК-1	<p>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</p> <p>ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ</p> <p>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</p>	<p>-специфика использования знаковых и медиа систем в коммуникационных сферах как профессиональной деятельности; -лексические единицы иностранного языка, необходимые для решения задач в</p>	<p>- применять базовые техники использования знаковых и медиа систем в системе коммуникаций как сфере профессиональной деятельности, в соответствии с нормами русского и иностранного языков; - извлекать, обобщать представлять необходимую информацию на профессиональную тему из текстового</p>	<p>- базовыми навыками анализа медиатекстов, медиа и коммуникационных продуктов; - навыками общения на иностранном языке на профессиональные темы</p>
-------	---	---	--	---

	языков, особенностями иных знаковых систем	профессиональной области	источника	
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.	основные этапы становления рекламной и PR-индустрий в контексте функционирования общественных и государственных институтов	выделять основные аспекты взаимодействия института рекламы и связей с общественностью с государством и обществом	навыками аналитической работы и методами научного исследования в сфере истории рекламы и PR
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 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.	историко-культурный контекст развития индустрии рекламы и PR	анализировать культурные явления в их взаимосвязи со сферой рекламы и PR	навыками презентации результатов историко-культурных исследований в сфере рекламы и PR в форме медиапродукта
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических	назначение, специфику, технологии и инструменты форм и маркетинговых коммуникаций (инструмен	разрабатывать программу построения системы интегрированных маркетинговых коммуникаций с использованием их различных видов для продвижения определенного	навыками разработки и обоснования программы интегрированных маркетинговых коммуникаций с использованием их различных видов; - правилами этикета,

	<p>норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</p>	<p>тов стимулирования сбыта, специальных мероприятий, личных продаж, маркетинговых интернет-технологий и др.), условия их эффективности при интеграции в систему маркетинговых коммуникаций предприятия; - основные правила поведения в стандартных ситуациях, понятия, связанные с современными представлениями о хорошем тоне</p>	<p>товара/услуги/идеи на рынке; - использовать знания и умения корпоративного поведения в организации; развивать и внедрять стандарты этикетного поведения, правила внутреннего распорядка и других правил организации; давать оценки эффективности использования существующих этикетных норм и стандартов, применяемых в сфере деловых и служебных отношений</p>	<p>навыками использования правил этикета в деловой и повседневной деятельности.</p>
ОПК-6	<p>Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение ОПК-6.2. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на</p>	<p>особенности современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий используемых в профессиональной</p>	<p>отбирать для осуществления профессиональной деятельности оптимальные технические и информационно-коммуникационные платформы</p>	<p>навыком создания и обработки систематизированной информации для использования в коммуникативной деятельности</p>

	всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	альной сфере		
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности ОПК-7.1. Знает принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности 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	основные этические и правовые регуляторы разработанные профессиональным сообществом; особенности проявления возможных проблемных ситуаций правового и этического характера в профессиональной деятельности	использовать социальные регуляторы в своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	навыками оценки возможных эффектов, планирования и управления возможными последствиями осуществления профессиональной деятельности
профессиональные компетенции (ПК)				
ПК-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий ПК-1.1. Реализует планирование, подготовку и проведение коммуникационной кампании и мероприятий ПК-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии ПК-1.3. Готовит основные документы по сопровождению коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	теоретические аспекты планирования, подготовки и проведения коммуникационной кампании и мероприятия	планировать, готовить и проводить коммуникационные кампании и мероприятия	планирования, подготовки и проведения коммуникационной кампании и мероприятия
ПК-2	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью ПК-2.1. Осуществляет	этапы планирования, организации и проведения мероприятия	использовать инструменты коммуникаций для реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям	навыками планирования и организации коммуникационной кампании, разработки сопровождающей

	планирование, организацию и проведение мероприятий по продвижению услуг в сфере бизнеса ПК-2.2. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	я как части коммуникационной кампании	с общественностью	документации, оценки эффективности коммуникационных мероприятий
ПК-3	Способен реализовывать знания в области рекламы и связи с общественностью как сферы профессиональной деятельности ПК-3.1. Реализует современные информационно - коммуникационные технологии, в том числе интернет- технологии и специализированные программные продукты ПК-3.2. Владеет общими принципами формирования коммуникационного продукта	-основные параметры медиарилейшенз и медиапланирования, интернет-технологии и специальные программные продукты для медиарилейшенз и медиапланирования; -специфику профессиональной деятельности в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации.	-осуществлять медиарилейшенз и медиапланирование без помощи с помощью интернет-технологий и специальных программных продуктов для медиарилейшенз и медиапланирования; -правильно понимать поставленные руководителем задачи и творчески подходить к их решению.	-медиарилейшенз и медиапланирование без помощи и с помощью интернет-технологий и специальных программных продуктов для медиарилейшенз и медиапланирования; -навыками защиты информации в рамках своей профессиональной деятельности, осуществляемой в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации.

2. Содержание и структура производственной практики: (профессионально-творческой)

№ п/п	Наименование темы и формируемые	Содержание раздела (темы)	Кол-во академических часов, отводимых на каждый вид работ, и формы их выполнения
-------	---------------------------------	---------------------------	--

	компетенции		Кол-во академических часов всего	В том числе	
				Под руководством преподавателя/руководителя от предприятия	Самостоятельно
1.	Общая характеристика организации	<p>Изучение научно-исследовательской и методической литературы.</p> <p>Оформление документов для прохождения практики, индивидуальное планирование деятельности в ходе прохождения практики.</p> <p>Ознакомление с правилами внутреннего трудового распорядка, прохождение производственного инструктажа, в т.ч. инструктажа по технике безопасности на рабочем месте; ознакомление с корпоративными стандартами профильной организации и нормативной документацией, регламентирующей деятельность организации. Основные виды деятельности, размеры и масштаб деятельности, форма собственности, время образования и основные этапы развития, географическое положение, особенности производства и управления. Стратегические цели и основные стратегии, эффективность деятельности организации и системы управления.</p> <p>Совместная работа в команде предприятия. Осуществление деловой коммуникации с коллективом и клиентами предприятия в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).</p>	36	6	30
2.	Внешняя среда организации	<p>Характеристика факторов макросреды, существенных для организации (политических, экономических, технологических, социальных и др). Характеристика факторов микросреды организации (основных конкурентов,</p>	72	6	66

		<p>потребителей, поставщиков, контактные аудитории). Отраслевые особенности (например, жизненный цикл отрасли). Позиционирование организации (по отношению к конкурентам, потребителям). Основные «угрозы» и «возможности» внешней среды. Тенденции развития. Сбор данных о рыночных факторах предприятия.</p>			
3.	<p>Организационная структура управления</p>	<p>Тип и общая характеристика организационной структуры управления, ее схема. Характеристика отдельных уровней и звеньев управления (линейных и функциональных), преобладающих типов связей. Регламентация деятельности структурных подразделений. Структура функций управления. Функционально-организационная модель управления (модель распределения ответственности). Проблемы структуры управления на предприятии. Эффективность и экономичность структуры управления. Методы и рекомендации по совершенствованию.</p>	108	6	102
4.	<p>Особенности управления производством (товаров, услуг)</p>	<p>Характер производственной деятельности, особенности организации производства, основные технико-экономические показатели производственной деятельности, эффективность производства. Сбор данных о потребителях продукции (услуг) компании:</p> <ul style="list-style-type: none"> - составление портрета потребителей (социально-демографические, поведенческие и психографические характеристики) - опросы, интервьюирование потребителей (уровень информированности о товаре и торговой марке, отношение к торговой марке) - составление и анализ карты клиентского пути - изучение и описание мотивов, барьеров и драйверов потребителей в процессе совершения покупки - составление персонализированного портрета потребителя 	36	6	30

		- составление рекомендаций по преодолению стереотипов и барьеров покупки.			
5.	Управление маркетингом	<p>Система организации маркетинга на предприятии, ее задачи; анализ маркетинговой среды; товарная, ценовая, сбытовая и коммуникативная политики предприятия.</p> <p>Сбор данных о компании:</p> <ul style="list-style-type: none"> - структура отдела, выполняющего коммуникативные функции (рекламные, PR, маркетинговые); - характеристика текущей коммуникативной активности предприятия (цели, задачи, проблемы). <p>Разработка коммуникативной стратегии предприятия:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определение цели и задач коммуникативной стратегии; - выбор инструментов и каналов реализации коммуникативной стратегии. <p>Разработка творческой стратегии для продвижения предприятия</p> <ul style="list-style-type: none"> - разработка рекламных сообщений в любых форматах и жанровых формах - разработка PR-текстов в любых форматах и жанровых формах - разработка другого вида контента для продвижения компании (данный этап предполагает разработку не менее 5 видов функциональных текстов общим объемом не менее 10 000 знаков). 	216	6	210
6.	Коммуникационные кампании	<p>Онлайн и офлайн технологий для разработки и реализации элементов и (или) комплекса коммуникационных кампаний. Разработка программы коммуникационных мероприятий:</p> <ul style="list-style-type: none"> - конгрессно-выставочные мероприятия; - презентационные мероприятия; - любые событийные мероприятия (фестивали, конкурсы, интерактивные и промо мероприятия и т.д.); - социально-культурные мероприятия; 	108	6	102

		<ul style="list-style-type: none"> - научно-образовательные мероприятия; - другие. <p>Освещение мероприятий программы в корпоративных и некорпоративных медиа.</p> <p>Расчет затрат на проведение коммуникационных мероприятий в рамках производственной практики.</p> <p>Оценка эффективности коммуникационных мероприятий.</p>			
7.	Информационная система управления	Характеристика общей схемы информационных потоков в организации, основные средства передачи и преобразования информации, основное программное обеспечение, эффективность информационной системы. Анализ информационнокоммуникационных ресурсов предприятия; анализ активности предприятия в социальных сетях.	54	6	48
8.	Отчетный этап	Подготовка презентации о прохождении производственной практики с представлением проекта рекламного и/или PR-продвижения предприятия (базы практики), товара, услуги. Сдача отчетной документации и подготовка к аттестации по результатам прохождения практики.	18	-	18
Итого			432		

3. Формы отчетности по практике

Текущий контроль успеваемости

№ п/п	Наименование разделов практики	Контролируемые компетенции (или их части)	Оценочные средства
1	Общая характеристика организации	УК-1.1, УК-1.2, УК- 1.3,УК-3, УК-4.2, УК-4.3, УК-5.2, УК-5.3, УК-8.2, УК-8.3, ОПК-7; ПК-1	Дневник практики (перечень выполненных работ)
2	Внешняя среда организации	УК-1.1, УК-1.2, УК- 1.3,УК-3, УК-4.2, УК-4.3, УК-5.2, УК-5.3, ОПК-5; ОПК-7	Дневник практики (перечень выполненных работ)
3	Организационная структура управления	УК-1.1, УК-1.2, УК- 1.3,УК-3, УК-4.2, УК-4.3, УК-5.2, УК-5.3, ОПК-6; ОПК-7; ПК-1; ПК-3;	Дневник практики (перечень выполненных работ)
4	Особенности управления производством	УК-2; УК-6.1; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-5 ПК-1; ПК-2; ПК-3	Дневник практики (перечень выполненных работ)

	(товаров, услуг)		
5	Управление маркетингом	УК-2; УК-6.1; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ПК-1; ПК-2; ПК-3	Дневник практики (перечень выполненных работ)
6	Коммуникационные кампании	УК-2; УК-6.1; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-5; ПК-1; ПК-2; ПК-3	Дневник практики (перечень выполненных работ)
7	Информационная система управления	ОПК-6; ОПК-7; ПК-1; ПК-3	Дневник практики (перечень выполненных работ)
8	Отчетный этап	УК-4.2, УК-4.3, ОПК-7; ПК-2	Дневник практики (перечень выполненных работ). Характеристика.

Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета с оценкой и фиксирует уровень достижения планируемых результатов обучения по практике.

Промежуточная аттестация практики проводится путем оценки компетенций, которые освоил обучающийся в ходе прохождения практики, по модели STAR: Situation (Ситуация) — Task (Задача) — Action (Предпринятые действия) — Result (Результат). При использовании данной модели обучающемуся задаются вопросы, направленные на оценку сформированности компетенций, а обучающийся должен продемонстрировать полученные в ходе практики умения и навыки, описав ситуацию и предложив ее решение на примере исследуемого объекта (профильной организации). По каждому направлению подготовки (в случае необходимости по каждой образовательной программе) формируется аттестационная комиссия, состоящая из трех членов: лиц, относящихся к профессорско-преподавательскому составу академии с участием ведущих специалистов -

представителей работодателей и (или) их объединений в соответствующей области профессиональной деятельности.

В зависимости от области профессиональной деятельности, аттестация может включать в себя вопросы или тестовые задания для проверки теоретических знаний полученных при изучении программы (теоретическая часть) и в обязательном порядке должен включать в себя один или несколько видов аттестационных испытаний (практическая часть), направленных на оценку готовности обучающихся к реализации вида профессиональной деятельности:

- выполнение комплексного практического задания - для оценки готовности к выполнению вида профессиональной деятельности. Технология оценивания: сопоставление продемонстрированных параметров деятельности и/или характеристик продукта деятельности с заданными эталонами и стандартами по критериям;

- выполнение серии практических заданий - для оценки готовности к выполнению отдельных трудовых функций (профессиональных компетенций). Технология оценивания: сопоставление параметров продемонстрированной деятельности и/или характеристик продукта деятельности с заданными эталонами и стандартами по критериям.

4. Требования к отчету о прохождении практики

По итогам прохождения практики Обучающийся составляет письменный отчет о выполненной работе. Отчет должен включать в себя следующие разделы: введение, основная часть и выводы.

1. Во Введении Обучающийся определяет цель, место и время прохождения практики, а также последовательность этапов и мест прохождения практики с перечнем работ, выполненных в процессе практики.

2. Основная часть включает в себя следующие пункты:

- описание организации процесса учебной практики;
- нормативно-правовая база: краткая характеристика основных законов, регулирующих деятельность предприятий;
- описание выполненных работ по темам программы;
- описание практических задач, решенных Обучающимся за время прохождения производственной практики.

3. Выводы: в данном разделе дается краткая характеристика знаний и навыков, полученных Обучающимся во время производственной практики.

Выполненный отчет предоставляется на кафедру для проверки правильности оформления, регистрации и рецензирования. Аттестация по практике проводится в соответствии с разработанным рейтингом оценки.

Отчет и дневник прохождения практики предоставляются для написания отзыва руководителю практики. Отчет о практике должен быть выполнен в машинописном виде по установленным стандартам оформления текстовой документации.

При формировании отчёта по практике следует соблюдать определённую последовательность расположения материала:

- Титульный лист
- Направление на практику с отзывом руководителя от организации
- Содержание (перечень разделов и подразделов отчёта).
- Введение.
- Основная часть.
- Заключение.
- Список литературы.
- Приложения.

При оформлении отчёта по практике необходимо соблюдать следующие требования:

- отчёт оформляется на одной стороне листа А4 (210x297 мм), белой бумаги с соблюдением следующих размеров полей: верхнее и нижнее - по 20 мм, левое поле – 30 мм, правое поле – 10 мм;
- таблицы и иллюстрации допускается представлять на листах формата А3 (297x420 мм);
- текст готовится к распечатке на одной стороне листа на компьютере;
- шрифт «Times New Roman» 14 pt, межстрочный интервал – полуторный;
- наименования разделов располагаются по центру строки без точки в конце и набираются прописными буквами без подчёркиваний;
- заголовки подразделов набираются с абзацного отступа строчными буквами (кроме первой) без точки в конце;
- после номера раздела и подраздела в тексте точка не ставится;
- не допускаются переносы в словах разделов и подразделов;
- расстояние между заголовками и текстом должен составлять два интервала;
- страницы следует нумеровать арабскими цифрами;
- номер проставляется внизу страницы по центру в пределах рабочего поля; на титульном листе, направлении, аттестационном листе и содержании номер страницы не ставится. Формулы следует выделять в отдельную строку, отделяя её от текста свободной строкой (сверху и снизу). Оформление формул производится при помощи любого редактора формул. Номера формул указываются арабскими цифрами в круглых скобках и имеют сквозную нумерацию;
- при оформлении таблиц и иллюстраций следует руководствоваться следующими правилами.

Все иллюстрации (кроме таблиц) в тексте работы называются рисунками, их представляют сразу же после упоминания или на следующей странице.

Выполняют рисунки черными чернилами (пастой) или тушью, если они не могут

быть представлены с помощью компьютерной графики или в виде фотографий.

Под изображением рисунка приводится слово «Рисунок» с указанием после него через интервал цифры (номера) с точкой после цифры и далее (через интервал) указывается название рисунка с заглавной буквы. При этом номер и название располагаются на одной и той же строке.

Перед рисунком в тексте оставляют одну свободную строку. Рисунок должен быть расположен по центру страницы, в абзаце, содержащем рисунок, не должно быть заказано отступа или выступа первой строки. Выравнивание названия рисунка производится по левому краю. Нумерация рисунков в тексте должна быть сквозной.

Пример оформления рисунка:



Рисунок 1. Динамика индекса потребительских цен

Цифровой материал рекомендуется помещать в тексте в виде **таблиц**. Каждая из них должна иметь заголовок, точно отражающий её содержание и расположенный по центру. Помещается заголовок непосредственно над таблицей после слова Таблица, расположенного справа от таблицы (с указанием номера таблицы, без точки).

Располагаются таблицы в тексте сразу после первой ссылки на них или на следующей (за первой ссылкой) странице. Оформляются таблицы так, как показано на примере приведенной Таблицы 1 на стр. 10 (пример). При переносе части таблицы на другую страницу название помещают только над первой её частью, а над второй справа пишут «Продолжение таблицы» с указанием её номера. Допускается располагать таблицу вдоль длинной стороны листа. Графу «Номер по порядку» в таблице не делают.

Если повторяющийся в разных строках таблицы текст состоит из одного слова, то после его первого написания далее допускается заменять его кавычками. Если текст состоит из двух или более слов, то его можно заменять словами «то же», а далее заменять кавычками. Ставить кавычки вместо повторяющихся цифр не допускается.

Если таблица заимствована или рассчитана по данным статистического ежегодника или другого литературного источника, надо обязательно делать ссылку на первоисточник (см. пример Таблица 1).

Пример оформления таблицы

Таблица 1

Доля государственного долга в ВВП в развитых странах G-20
в 2007–2015 гг., %

Страны	2007 (факт)	2009 (факт)	2010 (оценка)	2011 (прогноз)	2015 (прогно оз)
G-20 – развитые экономики	77,9	96,9	104,4	108,8	117,1
Япония	187,7	217,7	227,1	234,6	250,0
Италия	103,4	115,8	118,6	120,5	124,7
США	62,1	83,2	92,6	97,4	109,7
Франция	63,8	77,4	84,2	88,6	94,8
Великобритания	44,1	68,2	78,2	84,9	90,6

Источник: IMF World Economic Outlook. 2010. April. [Электронный ресурс]. – Электр. данн. – Режим доступа: <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/>

Если в тексте необходимо сослаться на таблицу, то следует указать номер таблицы и страницу, на которой она расположена.

Приложения помещают за списком литературы в порядке упоминания их в основном тексте. Каждое приложение следует начинать с новой страницы с указанием наверху справа слова «Приложение».

Приложения обозначаются заглавными буквами русского алфавита, начиная с А. После слова «Приложение» должна следовать буква, обозначающая его последовательность.

Разработанные Обучающимся документы, имеющие самостоятельное значение и подлежащие исполнению в соответствии с заданием и нормативно-закрепленными требованиями (бухгалтерские отчеты и балансовые документы, кадровые документы, графики работ, разделы финансовых, маркетинговых и производственных планов и т. п.), помещают в прилагаемую к текстовой части папку с соответствующей описью. При наличии аудио - или видеоматериалов и материалов в электронном виде их носители размещают в кармане этой же папки.

Наличие графического материала является необходимым условием её написания. Этот материал может быть представлен в виде схем, рисунков, таблиц, графиков и диаграмм, которые должны наглядно иллюстрировать и подтверждать основную часть работы. Графический материал может помещаться или в основном тексте, или (если он представлен в формате, большем, чем А4) выноситься в приложения к работе. Перечень графического материала устанавливается в задании на практику.

Рекомендуется представлять единый список литературы к работе в целом. Список обязательно должен быть пронумерован. Каждый источник упоминается в списке один раз, вне зависимости от того, как часто на него делается ссылка в тексте работы.

Наиболее удобным является алфавитное расположение материала, так как в этом случае произведения собираются в авторских комплексах. Произведения одного автора расставляются в списке по алфавиту заглавий.

Официальные документы ставятся в начале списка в определенном порядке: Конституции; Кодексы; Законы; Указы Президента; Постановления Правительства; другие нормативные акты (письма, приказы и т.д.). Внутри каждой группы документы располагаются в хронологическом порядке.

Литература на иностранных языках ставится в конце списка после литературы на русском языке, образуя дополнительный алфавитный ряд. Для каждого документа предусмотрены следующие элементы библиографической характеристики: фамилия автора, инициалы; название; подзаголовочные сведения (учебник, учебное пособие, словарь и т.д.); выходные сведения (место издания, издательство, год издания); количественная характеристика (общее количество страниц в книге).

Ссылки на источники и научную литературу, используемую в тексте, следует оформлять в соответствии с правилом оформления списка литературы **постранично**, т.е. внизу страницы с указанием ФИО автора, названия работы, издательства, года выпуска и страницы, с которой цитируется материал.

Выполненный отчет предоставляется на кафедру для проверки правильности оформления, регистрации и рецензирования.

5. Перечень учебной литературы и ресурсов сети «Интернет», необходимых для проведения практики

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для проведения практики

а) основная литература

1. Коммуникация. Теория и практика : учебник / Л. Г. Викулова, М. Р. Желтухина, С. А. Герасимова, И. В. Макарова. - Москва : Издательский дом ВКН, 2020. - 336 с. - - ЭБС Iprbookshop.ru. Режим доступа: <https://iprbookshop.ru/catalog/product/2018209>. Текст: электронный.

2. Марочкина, С.С. Введение в специальность. Реклама: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Реклама» / С.С. Марочкина, Л.М. Дмитриева, Е.В. Азарова ; под ред. Л.М. Дмитриевой. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 239 с.

- (Серия «Азбука рекламы»).- ЭБС Iprbookshop.ru. Режим доступа: <https://iprbookshop.ru/catalog/product/1028705>. - Текст: электронный.

б) дополнительная литература

1. Тимашева, О.В. Введение в теорию межкультурной коммуникации : учеб. пособие / О.В. Тимашева. - 4-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2017. - 192 с. - ЭБС Iprbookshop.ru. Режим доступа: <https://iprbookshop.ru/catalog/product/1042529> - Текст: электронный.

2. Коммуникация. Теория и практика : учебник / Л. Г. Викулова, М. Р. Желтухина, С. А. Герасимова, И. В. Макарова. - Москва : Издательский дом ВКН, 2020. - 336 с. - - ЭБС Iprbookshop.ru. Режим доступа: <https://iprbookshop.ru/catalog/product/2018209>. Текст: электронный.

3. Алексейчева, Е.Ю. Экономика организации (предприятия) [Электронный ресурс] / Е.Ю. Алексейчева, М.Д. Магомедов, И.Б. Костин, - 2-е изд. - М.: Дашков и К, 2016. - 292 с. - ЭБС Iprbookshop.ru. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=415188>.

4. Осипова, Е. А. Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью : учебник / Е.А. Осипова. — Москва: ИНФРА-М, 2020. — 381 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — ЭБС Iprbookshop.ru. Режим доступа: <https://iprbookshop.ru/catalog/product/1068921>. - Текст: электронный.

5. Евстафьев, В. А. Организация и практика работы рекламного агентства: учебник для бакалавров / В. А. Евстафьев, А. В. Молин. — 2-е изд., стер. — Москва: Издательско-

торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. — 512 с. - ЭБС Iprbookshop.ru. Режим доступа: <https://iprbookshop.ru/catalog/product/1091202>. - Текст: электронный.

в) справочная литература и периодические издания:

1. Мудров, А. Н. Толковый словарь русского рекламного языка / А.Н. Мудров. - М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 820 с. - ЭБС Iprbookshop.ru. Режим доступа: <http://iprbookshop.ru/bookread2.php?book=510840>.

2. Паблик-рилейшенз: толковый словарь / авт.-сост. И. М. Синяева. — 3-е изд. — Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. — 198 с. - ЭБС Iprbookshop.ru. Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1091854>.

3. Журнал «PR в России».

5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для проведения практики

1. Электронно-библиотечная система «IPRbooks» <http://www.iprbookshop.ru>.

6. Материально-техническое обеспечение производственной практики

Производственная: технологическая (проектно-технологическая) практика проводится в организациях, оснащенных современным оборудованием и техническими средствами, использующие современные информационные технологии.

Рабочее место практиканта и оборудование должно соответствовать действующим санитарным пожарным нормам, а также требованиям техники безопасности.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ)

1. Общие положения

1.1. Цель и задачи практики

Цель производственной (преддипломной) практики по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, состоит в формировании и развитии профессиональных знаний, овладении необходимыми профессиональными компетенциями по избранному направлению подготовки на основе приобретения практического опыта, закрепления полученных знаний, компетенций и навыков практической деятельности, а также сбора, анализа и обобщения фактического материала, разработки оригинальных методических предложений и научных идей, получения навыков самостоятельной научно-практической работы и непосредственного участия в научно-производственной работе коллективов предприятий (организаций).

Производственная практика как составляющая учебного процесса нацелена на ознакомление Обучающихся с особенностями практической деятельности на предприятиях (организациях).

Целями производственной (преддипломной) практики студентов являются формирование профессиональных умений и навыков, закрепление и развитие общепрофессиональных и профессиональных компетенций, углубленных практических навыков работы; проведение практики на рабочих местах в профильной организации; предоставление студенту работы (или возможности работы в качестве дублера) на основных должностях работников по профилю получаемого образования, сбор и анализ практического материала для подготовки выпускной квалификационной работы (ВКР).

Практика направлена на решение следующих задач:

- обобщение материалов, накопленных обучающимся за предыдущие периоды обучения, овладение новейшими технологиями, навыками работы на одном из рабочих мест предприятия;
- получение целостного представления о деятельности предприятия;
- закрепление и углубление знаний, полученных в период прохождения производственной практики;
- приобретение навыков самостоятельного решения производственных задач, формирование теоретической и аналитической частей ВКР.

1.2. Место производственной (преддипломной) практики в структуре образовательной программы бакалавриата

Производственная (преддипломная) практика относится к вариативной части основной образовательной программы высшего образования (программа бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «Финансы и кредит»).

Производственная (преддипломная) практика относится к Блоку 2 «Практики» обязательной части образовательной программы и направлена на формирование универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций.

Преддипломная практика проводится для выполнения выпускной квалификационной работы.

Практика проводится в организациях, осуществляющей деятельность по профилю соответствующей образовательной программы, и/или в профильном структурном подразделении организации, предназначенном для проведения практической подготовки, на основании договора, заключаемого между образовательной организацией и профильной организацией.

1.3. Объем производственной (преддипломной) практики

Сроки прохождения практики для обучающихся очной и заочной формы обучения устанавливаются в соответствии с Учебным планом и Календарным учебным графиком на соответствующий учебный год.

Производственная практика проводится на 4-м курсе, в 8 семестре (очная форма обучения).

Продолжительность практики - 4 недели (6 зачетных единиц, 216 академических часа или 162 астрономических часа).

1.4. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении производственной практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Индекс	Результаты освоения ОП (содержание компетенции/ индикатора)	Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практике		
		знания	умения	навыки
Универсальные (УК)				
УК-1	способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач: в части УК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие УК-1.2. Определяет и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи УК-1.3. Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов УК-1.4. Аргументирует свои выводы, в том числе с применением философского понятийного аппарата	Методологии поиска, критического анализа и синтеза информации, принципы системного подхода	Проводить поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Навыки поиска, критического анализа и синтеза информации, применения системного подхода для решения поставленных задач
УК-2	способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений: УК-2.1. Формулирует проблему, решение которой напрямую связано с достижением поставленной цели УК-2.2. Определяет целевые этапы и основные направления работы, выбирает оптимальные	Принципов выбора оптимальных способов решения задач и достижения поставленных целей, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и	определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	навыки определения круга задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

	способы решения поставленных задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений УК-2.3. В рамках поставленных задач определяет имеющиеся ресурсы и ограничения, действующие правовые нормы	ограничений		
УК-3	способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде: УК-3.1. Определяет свою роль в команде, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели УК-3.2. При реализации своей роли в команде учитывает особенности поведения других членов команды, осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды УК-3.3. Умеет работать в команде; принимать решения с соблюдением этических принципов их реализации; проявлять уважение к мнению и культуре других УК-3.4 Соблюдает установленные нормы и правила командной работы	принципов социального взаимодействия и реализации своей роли в команде	осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	навыки осуществления социального взаимодействия и реализации своей роли в команде
УК-4	способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах): в части УК-4.2. Осуществляет устную и письменную деловую коммуникацию на русском и иностранном языках УК-4.3. Представляет свою точку зрения при деловом общении	Основы деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	навыки осуществления деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
Общепрофессиональные (ОПК)				
ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами	- специфика использования знаковых и медиа систем в коммуникацио	- применять базовые техники использования знаковых и медиа систем в	- базовыми навыками анализа медиатекстов, медиа и коммуникационн

	<p>русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p> <p>ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ</p> <p>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</p>	<p>нных специальностей как сфере профессиональной деятельности;</p> <p>- лексические единицы иностранного языка, необходимые для решения задач в профессиональной области</p>	<p>системе коммуникаций как сфере профессиональной деятельности, в соответствии с нормами русского и иностранного языков;</p> <p>- извлекать, обобщать представлять необходимую информацию на профессиональную тему из текстового источника</p>	<p>ых продуктов;</p> <p>- навыками общения на иностранном языке на профессиональные темы</p>
ОПК-2	<p>Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p> <p>ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития</p> <p>ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.</p>	<p>основные этапы становления рекламной и PR-индустрий в контексте функционирования общественных и государственных институтов</p>	<p>выделять основные аспекты взаимодействия института рекламы и связей с общественностью с государством и обществом</p>	<p>навыками аналитической работы и методами научного исследования в сфере истории рекламы и PR</p>
ОПК-4	<p>Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности</p> <p>ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп</p> <p>ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности</p>	<p>основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности</p>	<p>учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных</p>	<p>навыками организации процессов обслуживания потребителей на основе анализа рыночного спроса и потребностей общества</p>

	и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов		ных продуктов	
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	назначение, специфику, технологии и инструменты форм и видов маркетинговых коммуникаций (инструментов стимулирования сбыта, специальных мероприятий, личных продаж, маркетинговых интернет-технологий и др.), условия их эффективности при интеграции в систему маркетинговых коммуникаций предприятия; - основные правила поведения в стандартных ситуациях, понятия, связанные с современными представлениями о хорошем тоне	разрабатывать программу построения интегрированных маркетинговых коммуникаций с использованием их различных видов для продвижения определенного товара/услуги/идеи на рынке; - использовать знания и умения корпоративного поведения в организации; развивать и внедрять стандарты этикетного поведения, правила внутреннего распорядка и других правил организации; давать оценки эффективности использования существующих этикетных норм и стандартов, применяемых в сфере деловых и служебных отношений	навыками разработки и обоснования программы интегрированных маркетинговых коммуникаций с использованием их различных видов; - правилами этикета, навыками использования правил этикета в деловой и повседневной деятельности.
ОПК-6	Способен понимать принципы работы современных	особенности современных	отбирать для осуществления	навыком создания и

	информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение ОПК-6.2. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	технических средств и информационно-коммуникационных технологий используемых в профессиональной сфере	профессиональной деятельности оптимальные технические и информационно-коммуникационные технологии и платформы	обработки систематизированной информации для использования в коммуникативной деятельности
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности ОПК-7.1. Знает принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности 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	основные этические и правовые регуляторы разработанные профессиональным сообществом; особенности проявления возможных проблемных ситуаций правового и этического характера в профессиональной деятельности	использовать социальные регуляторы в своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	навыками оценки возможных эффектов, планирования и управления возможными последствиями осуществления профессиональной деятельности
профессиональные компетенции (ПК)				
ПК-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий ПК-1.1. Реализует планирование, подготовку и проведение коммуникационной кампании и мероприятий ПК-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии ПК-1.3. Готовит основные	теоретические аспекты планирования, подготовки и проведения коммуникационной кампании и мероприятия	планировать, готовить и проводить коммуникационные кампании и мероприятия	планирования, подготовки и проведения коммуникационной кампании и мероприятия

	документы по сопровождению коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью			
ПК-2	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью ПК-2.1. Осуществляет планирование, организацию и проведение мероприятий по продвижению услуг в сфере бизнеса ПК-2.2. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	этапы планирования, организации и проведения мероприятия как части коммуникационной кампании	использовать инструменты коммуникаций для реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью	навыками планирования и организации коммуникационной кампании, разработки сопровождающей документации, оценки эффективности коммуникационных мероприятий
ПК-3	Способен реализовывать знания в области рекламы и связи с общественностью как сферы профессиональной деятельности ПК-3.1. Реализует современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты ПК-3.2. Владеет общими принципами формирования коммуникационного продукта	-основные параметры медиарилейшенз и медиапланирования, интернет-технологии и специальные программные продукты для медиарилейшенз и медиапланирования; -специфику профессиональной деятельности в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации.	-осуществлять медиарилейшенз и медиапланирование без помощи и с помощью интернет-технологий и специальных программных продуктов для медиарилейшенз и медиапланирования; - правильно понимать поставленные руководителем задачи и творчески подходить к их решению.	-медиарилейшенз и медиапланирование без помощи и с помощью интернет-технологий и специальных программных продуктов для медиарилейшенз и медиапланирования; -навыками защиты информации в рамках своей профессиональной деятельности, осуществляемой в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации.

2. Содержание и структура производственной (преддипломной) практики

№ п/п	Наименование этапа	Содержание раздела (темы)	Кол-во академических часов, отводимых на каждый вид работ, и формы их выполнения		
			Кол-во академических часов всего	В том числе Под руководством преподавателя/ руководителя от предприятия	Самостоятельно
1.	Подготовительный этап, в том числе исследовательская работа	<p>Изучение методических рекомендаций по выполнению выпускной квалификационной работы; изучить и уяснить содержание основных элементов управленческой структуры организации, а также место и роль в ней связей с общественностью.</p> <p>Изучение и обобщение передового отечественного и зарубежного опыта в области тактического планирования производства, разработка предложений по его адаптации и внедрению.</p> <p>Подготовка материалов для выпускной квалификационной работы: работа с библиотечным фондом и Интернет-ресурсами. Общее ознакомление с местом прохождения практики (профильной организацией), правилами внутреннего трудового распорядка, прохождение производственного инструктажа, в т.ч. инструктажа по технике безопасности на рабочем месте; ознакомление с корпоративными стандартами профильной организации и нормативной документацией, регламентирующей деятельность организации.</p> <p>Совместная работа в команде предприятия. Осуществление деловой коммуникации с коллективом и клиентами предприятия в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).</p>	18	6	12
2.	Производственный этап	Сбор и систематизация необходимой статистической информации об изучаемом объекте, выявление его состояния и тенденций развития	72	6	66

		<p>посредством изучения плановой, отчетной и учетной документации; сбор информации о конкурентах и потребителях услуг профильной организации; дополнительные исследования путем наблюдения, анкетирования, интервью и т.п. Проанализировать документы, касающиеся деятельности связей с общественностью в организации (годовые отчеты, планы и т.д.). Участие в работе структурного подразделения организации и выполнение профессиональных задач, поставленных руководителем практики от профильной организации. Изучение сущности и причин сложившейся экономической ситуации изучаемого социального процесса на основе экспресс- анализа, комплексного анализа хозяйственной деятельности в профильной организации; сравнительный анализ конкурентов; исследование целевого рынка потребителей товаров и услуг профильной организации; получение результатов решения поставленных задач индивидуального задания; оценка влияния различных факторов внешней и внутренней среды на эффективность деятельности организации; анализ сильных и слабых сторон организации.</p>			
3.	Аналитический этап	Обработка, анализ и интерпретация полученных данных с привлечением современных информационных технологий. Формирование окончательных выводов и рекомендаций, разработка конкретных решений, предложений по повышению эффективности деятельности профильной организации.	108	6	102
4.	Отчетный этап	Оформление отчета по практике; получение отзывов руководителя практики от профильной организации и научного руководителя. Сдача отчета и подготовка к защите результатов прохождения практики.	18	-	18
ИТОГО			216		

3. Формы отчетности по практике Текущий контроль успеваемости

№ п/п	Наименование разделов практики	Контролируемые компетенции (или их части)	Оценочные средства
1	Подготовительный этап, в том числе исследовательская работа	УК-1.1, УК-1.2, УК- 1.3, УК-2; УК-3,УК-4.2, УК-4.3, ОПК-1, ОПК-4; ОПК-6, ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-6	Дневник практики (перечень выполненных работ).
2	Производственный этап	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-3,УК-4.2,УК-4.3, ОПК-1, ОПК-4; ОПК-6, ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-6	Дневник практики (перечень выполненных работ).
3	Аналитический этап	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4;УК-3,УК-4.2,УК-4.3, ОПК-1, ОПК-4; ОПК-6, ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-6	Дневник практики (перечень выполненных работ).
4	Отчетный этап	УК-4.2, УК-4.3, ОПК-6	Дневник практики (перечень выполненных работ). Характеристика

Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета с оценкой и фиксирует уровень достижения планируемых результатов обучения по практике.

Промежуточная аттестация практики проводится путем оценки компетенций, которые освоил обучающийся в ходе прохождения практики, по модели STAR: Situation (Ситуация) — Task (Задача) — Action (Предпринятые действия) — Result (Результат). При использовании данной модели обучающемуся задаются вопросы, направленные на оценку сформированности компетенций, а обучающийся должен продемонстрировать полученные в ходе практики умения и навыки, описав ситуацию и предложив ее решение на примере исследуемого объекта (профильной организации). По каждому направлению подготовки (в случае необходимости по каждой образовательной программе) формируется аттестационная комиссия, состоящая из трех членов: лиц, относящихся к профессорско-преподавательскому составу академии с участием ведущих специалистов - представителей работодателей и (или) их объединений в соответствующей области профессиональной деятельности.

В зависимости от области профессиональной деятельности, аттестация может включать в себя вопросы или тестовые задания для проверки теоретических знаний полученных при изучении программы (теоретическая часть) и в обязательном порядке должен включать в себя один или несколько видов аттестационных испытаний (практическая часть), направленных на оценку готовности обучающихся к реализации вида профессиональной деятельности:

- выполнение комплексного практического задания - для оценки готовности к выполнению вида профессиональной деятельности. Технология оценивания: сопоставление продемонстрированных параметров деятельности и/или характеристик продукта деятельности с заданными эталонами и стандартами по критериям;

- выполнение серии практических заданий - для оценки готовности к выполнению отдельных трудовых функций (профессиональных компетенций). Технология оценивания: сопоставление параметров продемонстрированной деятельности и/или характеристик продукта деятельности с заданными эталонами и стандартами по критериям.

4.Требования к отчету о прохождении практики

По итогам прохождения практики Обучающийся составляет письменный отчет о выполненной работе. Отчет должен включать в себя следующие разделы: введение,

основная часть и выводы.

1. Во Введении Обучающийся определяет цель, место и время прохождения практики, а также последовательность этапов и мест прохождения практики с перечнем работ, выполненных в процессе практики.

2. Основная часть включает в себя следующие пункты:

- описание организации процесса производственной практики;
- нормативно-правовая база: краткая характеристика основных законов, регулирующих деятельность предприятий;
- описание выполненных работ по темам программы;
- описание практических задач, решенных обучающимся за время прохождения производственной практики.

3. Выводы: в данном разделе дается краткая характеристика знаний и навыков, полученных обучающимся во время производственной (преддипломной) практики.

Выполненный отчет предоставляется на кафедру для проверки правильности оформления, регистрации и рецензирования. Аттестация по практике проводится в соответствии с разработанным рейтингом оценки.

Отчет и дневник прохождения практики предоставляются для написания отзыва руководителю практики. Отчет о практике должен быть выполнен в машинописном виде по установленным стандартам оформления текстовой документации.

При формировании отчёта по практике следует соблюдать определённую последовательность расположения материала:

- Титульный лист
- Направление на практику с отзывом руководителя от организации
- Содержание (перечень разделов и подразделов отчёта).
- Введение.
- Основная часть.
- Заключение.
- Список литературы.
- Приложения.

При оформлении отчёта по практике необходимо соблюдать следующие требования:

- отчёт оформляется на одной стороне листа А4 (210x297 мм), белой бумаги с соблюдением следующих размеров полей: верхнее и нижнее - по 20 мм, левое поле – 30 мм, правое поле – 10 мм;
- таблицы и иллюстрации допускается представлять на листах формата А3 (297x420 мм);
- текст готовится к распечатке на одной стороне листа на компьютере;
- шрифт «Times New Roman» 14 pt, межстрочный интервал – полуторный;
- наименования разделов располагаются по центру строки без точки в конце и набираются прописными буквами без подчёркиваний;
- заголовки подразделов набираются с абзацного отступа строчными буквами (кроме первой) без точки в конце;
- после номера раздела и подраздела в тексте точка не ставится;
- не допускаются переносы в словах разделов и подразделов;
- расстояние между заголовками и текстом должен составлять два интервала;
- страницы следует нумеровать арабскими цифрами;
- номер проставляется внизу страницы по центру в пределах рабочего поля; на титульном листе, направлении, аттестационном листе и содержании номер страницы не ставится. Формулы следует выделять в отдельную строку, отделяя её от текста свободной строкой (сверху и снизу). Оформление формул производится при помощи любого редактора формул. Номера формул указываются арабскими цифрами в круглых скобках и имеют сквозную нумерацию;

- при оформлении таблиц и иллюстраций следует руководствоваться следующими правилами.

Все иллюстрации (кроме таблиц) в тексте работы называются рисунками, их представляют сразу же после упоминания или на следующей странице.

Выполняют рисунки черными чернилами (пастой) или тушью, если они не могут быть представлены с помощью компьютерной графики или в виде фотографий.

Под изображением рисунка приводится слово «Рисунок» с указанием после него через интервал цифры (номера) с точкой после цифры и далее (через интервал) указывается название рисунка с заглавной буквы. При этом номер и название располагаются на одной и той же строке.

Перед рисунком в тексте оставляют одну свободную строку. Рисунок должен быть расположен по центру страницы, в абзаце, содержащем рисунок, не должно быть заказано отступа или выступа первой строки. Выравнивание названия рисунка производится по левому краю. Нумерация рисунков в тексте должна быть сквозной.

Индекс потребительских цен в 2008-2010 гг.



Пример оформления рисунка: Рисунок 1. Динамика индекса потребительских цен

Цифровой материал рекомендуется помещать в тексте в виде **таблиц**. Каждая из них должна иметь заголовок, точно отражающий её содержание и расположенный по центру. Помещается заголовок непосредственно над таблицей после слова Таблица, расположенного справа от таблицы (с указанием номера таблицы, без точки).

Располагаются таблицы в тексте сразу после первой ссылки на них или на следующей (за первой ссылкой) странице. Оформляются таблицы так, как показано на примере приведенной Таблицы 1 на стр. 10 (пример). При переносе части таблицы на другую страницу название помещают только над первой её частью, а над второй справа пишут «Продолжение таблицы» с указанием её номера. Допускается располагать таблицу вдоль длинной стороны листа. Графу «Номер по порядку» в таблице не делают.

Если повторяющийся в разных строках таблицы текст состоит из одного слова, то после его первого написания далее допускается заменять его кавычками. Если текст состоит из двух или более слов, то его можно заменять словами «то же», а далее заменять кавычками. Ставить кавычки вместо повторяющихся цифр не допускается.

Если таблица заимствована или рассчитана по данным статистического ежегодника или другого литературного источника, надо обязательно делать ссылку на первоисточник (см. пример Таблица 1).

Пример оформления таблицы

Таблица 1

Доля государственного долга в ВВП в развитых странах G-20
в 2007–2015 гг., %

Страны	2007 (факт)	2009 (факт)	2010 (оценка)	2011 (прогноз)	2015 (прогно оз)
G-20 – развитые экономики	77,9	96,9	104,4	108,8	117,1
Япония	187,7	217,7	227,1	234,6	250,0
Италия	103,4	115,8	118,6	120,5	124,7
США	62,1	83,2	92,6	97,4	109,7
Франция	63,8	77,4	84,2	88,6	94,8
Великобритания	44,1	68,2	78,2	84,9	90,6

Источник: IMF World Economic Outlook. 2010. April. [Электронный ресурс]. – Электр. данн. – Режим доступа: <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/>

Если в тексте необходимо сослаться на таблицу, то следует указать номер таблицы и страницу, на которой она расположена.

Приложения помещают за списком литературы в порядке упоминания их в основном тексте. Каждое приложение следует начинать с новой страницы с указанием наверху справа слова «Приложение».

Приложения обозначаются заглавными буквами русского алфавита, начиная с А. После слова «Приложение» должна следовать буква, обозначающая его последовательность.

Разработанные Обучающийсяюм документы, имеющие самостоятельное значение и подлежащие исполнению в соответствии с заданием и нормативно-закрепленными требованиями (бухгалтерские отчеты и балансовые документы, кадровые документы, графики работ, разделы финансовых, маркетинговых и производственных планов и т. п.), помещают в прилагаемую к текстовой части папку с соответствующей описью. При наличии аудио - или видеоматериалов и материалов в электронном виде их носители размещают в кармане этой же папки.

Наличие графического материала является необходимым условием её написания. Этот материал может быть представлен в виде схем, рисунков, таблиц, графиков и диаграмм, которые должны наглядно иллюстрировать и подтверждать основную часть работы. Графический материал может помещаться или в основном тексте, или (если он представлен в формате, большем, чем А4) выноситься в приложения к работе. Перечень графического материала устанавливается в задании на практику.

Рекомендуется представлять единый список литературы к работе в целом. Список обязательно должен быть пронумерован. Каждый источник упоминается в списке один раз, вне зависимости от того, как часто на него делается ссылка в тексте работы.

Наиболее удобным является алфавитное расположение материала, так как в этом случае произведения собираются в авторских комплексах. Произведения одного автора расставляются в списке по алфавиту заглавий.

Официальные документы ставятся в начале списка в определенном порядке: Конституции; Кодексы; Законы; Указы Президента; Постановления Правительства; другие нормативные акты (письма, приказы и т.д.). Внутри каждой группы документы располагаются в хронологическом порядке.

Литература на иностранных языках ставится в конце списка после литературы на русском языке, образуя дополнительный алфавитный ряд. Для каждого документа предусмотрены следующие элементы библиографической характеристики: фамилия автора, инициалы; название; подзаголовочные сведения (учебник, учебное пособие, словарь и т.д.); выходные сведения (место издания, издательство, год издания); количественная характеристика (общее количество страниц в книге).

Ссылки на источники и научную литературу, используемую в тексте, следует оформлять в соответствии с правилом оформления списка литературы **постранично**, т.е. внизу страницы с указанием ФИО автора, названия работы, издательства, года выпуска и страницы, с которой цитируется материал.

Выполненный отчет предоставляется на кафедру для проверки правильности оформления, регистрации и рецензирования.

5. Перечень учебной литературы и ресурсов сети «Интернет», необходимых для проведения практики

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для проведения практики

а) основная литература

1. Коммуникация. Теория и практика : учебник / Л. Г. Викулова, М. Р. Желтухина, С. А. Герасимова, И. В. Макарова. - Москва : Издательский дом ВКН, 2020. - 336 с. - ЭБС Iprbookshop.ru. Режим доступа: <https://iprbookshop.ru/catalog/product/2018209>. Текст: электронный.

2. Марочкина, С.С. Введение в специальность. Реклама: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Реклама» / С.С. Марочкина, Л.М. Дмитриева, Е.В. Азарова ; под ред. Л.М. Дмитриевой. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 239 с. - (Серия «Азбука рекламы»).- ЭБС Iprbookshop.ru. Режим доступа: <https://iprbookshop.ru/catalog/product/1028705>. - Текст: электронный.

б) дополнительная литература

1. Тимашева, О.В. Введение в теорию межкультурной коммуникации : учеб. пособие / О.В. Тимашева. - 4-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2017. - 192 с. - ЭБС Iprbookshop.ru. Режим доступа: <https://iprbookshop.ru/catalog/product/1042529> - Текст: электронный.

2. Коммуникация. Теория и практика : учебник / Л. Г. Викулова, М. Р. Желтухина, С. А. Герасимова, И. В. Макарова. - Москва : Издательский дом ВКН, 2020. - 336 с. - ЭБС Iprbookshop.ru. Режим доступа: <https://iprbookshop.ru/catalog/product/2018209>. Текст: электронный.

3. Алексейчева, Е.Ю. Экономика организации (предприятия) [Электронный ресурс] / Е.Ю. Алексейчева, М.Д. Магомедов, И.Б. Костин, - 2-е изд. - М.: Дашков и К, 2016. - 292 с. - ЭБС Iprbookshop.ru. Режим доступа: <http://iprbookshop.ru/bookread2.php?book=415188>.

4. Осипова, Е. А. Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью : учебник / Е.А. Осипова. — Москва: ИНФРА-М, 2020. — 381 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — ЭБС Iprbookshop.ru. Режим доступа: <https://iprbookshop.ru/catalog/product/1068921>. - Текст: электронный.

5. Евстафьев, В. А. Организация и практика работы рекламного агентства: учебник для бакалавров / В. А. Евстафьев, А. В. Молин. — 2-е изд., стер. — Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. — 512 с. - ЭБС Iprbookshop.ru. Режим доступа: <https://iprbookshop.ru/catalog/product/1091202>. - Текст: электронный.

в) справочная литература и периодические издания:

1. Мудров, А. Н. Толковый словарь русского рекламного языка / А.Н. Мудров. - М.:

Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 820 с. - ЭБС Iprbookshop.ru. Режим доступа: <http://iprbookshop.ru/bookread2.php?book=510840>.

2. Паблик-рилейшенз: толковый словарь / авт.-сост. И. М. Синяева. — 3-е изд. — Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. — 198 с. - ЭБС Iprbookshop.ru. Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1091854>.

3. Журнал «PR в России».

5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для проведения практики

1. Электронно-библиотечная система «IPRbooks» <http://www.iprbookshop.ru>.

6. Материально-техническое обеспечение производственной практики

Производственная (преддипломная) практика проводится в организациях, оснащенных современным оборудованием и техническими средствами, использующие современные информационные технологии.

Рабочее место практиканта и оборудование должно соответствовать действующим санитарным пожарным нормам, а также требованиям техники безопасности.