

**АВТНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ»**



УТВЕРЖДАЮ

директор АНО ВО «СПБИЭУ»

К.А. Янкевич

«27» февраля 2026 г.

РАБОЧИЕ ПРОГРАММЫ ПРАКТИК

**Основная профессиональная образовательная
программа высшего образования – бакалавриат**

по направлениям подготовки

43.03.03 ГОСТИНИЧНОЕ ДЕЛО

42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Уровень высшего образования

Бакалавриат

Направленность (профиль) – Маркетинг в индустрии гостеприимства

Форма обучения

Очная, очно-заочная, заочная

Санкт-Петербург

2026

СОДЕРЖАНИЕ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ (ОЗНАКОМИТЕЛЬНАЯ)	3
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ (ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНАЯ)	19
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКАЯ ПРАКТИКА I)	37
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ)	57
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКАЯ ПРАКТИКА II)	72
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ)	87

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ (ОЗНАКОМИТЕЛЬНАЯ)

1. ВИД ПРАКТИКИ, СПОСОБ ЕЕ ПРОВЕДЕНИЯ

Ознакомительная практика (далее Практика) относится к виду учебной практики. Способ проведения практики: стационарная для студентов всех форм обучения.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

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

Цели учебной практики:

- закрепление теоретических знаний, полученных при изучении базовых дисциплин;
- развитие и накопление специальных навыков, изучение и участие в разработке организационно-методических и нормативных документов для решения отдельных задач по месту прохождения практики;
- изучение организационной структуры гостиничного предприятия и действующей в нём системы управления гостиницы;
- ознакомление с содержанием основных работ и исследований, выполняемых в гостиничном комплексе.

Задачи учебной практики:

- формирование у обучающихся соответствующих универсальных, общепрофессиональных компетенций;
- закрепление, углубление и расширение теоретических знаний, умений и навыков, полученных обучающимися в процессе теоретического обучения;
- осознание мотивов и ценностей в избранной профессии;
- ознакомление и усвоение методологии и технологии решения профессиональных задач;
- ознакомление с общими принципами гостиничного предприятия и структурой управления на предприятии, принципами и методами привлечения потребителя в организацию индустрии гостеприимства;
- ознакомление с информационной системой гостиничного предприятия и технологиями для поддержки принятия управленческих решений;
- сбор информации, необходимой для подготовки отчета, приобретение навыков по обработке и анализу данных.
- показать роль менеджера и специфику его деятельности в гостиничном бизнесе;
- ознакомить с основными документами, регламентирующими деятельность организации.

Области профессиональной деятельности и сферы профессиональной деятельности, в которых выпускники, освоившие программу бакалавриата (далее - выпускники), могут осуществлять профессиональную деятельность:

33 Сервис, оказание услуг населению (торговля, техническое обслуживание, ремонт, предоставление персональных услуг, услуги гостеприимства, общественное питание и пр.), (в сфере оказания комплекса услуг по обеспечению временного проживания в

гостиницах и иных средствах размещения, включая сопутствующие и дополнительные услуги; организации деятельности организаций общественного питания); сфера прикладных исследований.

06 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы);

11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации); сфера рекламы и связей с общественностью. Выпускники могут осуществлять профессиональную деятельность в других областях и (или) сферах профессиональной деятельности при условии соответствия уровня их образования и полученных компетенций требованиям к квалификации работника.

Типы задач профессиональной деятельности выпускников:

- *исследовательский.*

Перечень основных объектов (или областей знания) профессиональной деятельности выпускников

- гостиницы и другие средства размещения,
- предприятия общественного питания;
- услуги организаций сферы гостеприимства и общественного питания, включающие в себя основные, дополнительные и сопутствующие услуги, а также технологии их формирования, продвижения и реализации;
- потребители услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания, их запросы, потребности и ключевые ценности;
- реклама и связи с общественностью в сфере гостеприимства;
- связь, и коммуникационные технологии в индустрии гостеприимства.

3. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Учебная практика входит в Блок 2 «Практика» (Б.2) основной профессиональной образовательной программы высшего образования, направленность (профиль) «Маркетинг индустрии гостеприимства» и представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся.

Для прохождения учебной практики обучающиеся используют знания, умения, навыки, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения предметов «Маркетинг организаций сферы гостеприимства и общественного питания», «Правовые основы бизнеса», «Стандартизация, сертификация и контроль качества услуг в сфере гостеприимства и общественного питания», «Информационно-коммуникативные технологии в профессиональной деятельности», «Прогнозирование и планирование деятельности организаций в сфере гостеприимства» и др.

Основные навыки, полученные в ходе прохождения учебной практики, могут быть использованы в дальнейшем при изучении блока дисциплин вариативного блока дисциплин, а также при прохождении организационно-управленческой 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.

4. ОБЪЕМ ПРАКТИКИ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ И ЕЕ ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ В НЕДЕЛЯХ ЛИБО В АКАДЕМИЧЕСКИХ ИЛИ АСТРОНОМИЧЕСКИХ ЧАСАХ

Общая трудоемкость практики для студентов обучения составляет 3 зачетных единиц, 108 академических часов, 3 недели.

Форма контроля в соответствии с учебным планом – зачет.

5. СОДЕРЖАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЯ ПРАКТИКИ

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

Формируемые компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по учебной практике
ОПК-1 (ГД) Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в сфере гостеприимства и общественного питания	ОПК-1.1. Владеет и применяет современным программным обеспечением в сфере гостеприимства и общественного питания
ОПК-1 (РиСО) Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1 Владеет русским и иностранным языком на профессиональном уровне ОПК-1.2 Создает медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
ОПК-2 (ГД) Способен обеспечивать выполнение основных функций управления подразделениями организаций сферы гостеприимства и общественного питания	ОПК-2.1 Владеет знаниями о структуре и основных функциях управления организации сферы гостеприимства и общественного питания
ОПК-3(РиСО) Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1 Владеет информацией о достижениях мировой и отечественной культуры в сфере коммуникаций ОПК-3.2 Использует в профессиональной деятельности при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов достижения отечественной и мировой культуры

ОПК-7 (ГД) Способен обеспечивать безопасность обслуживания потребителей и соблюдение требований заинтересованных сторон на основании выполнения норм и правил охраны труда и техники безопасности	ОПК-7.1 Владеет знаниями норм и правил техники безопасности и охраны труда
--	--

5.2. Содержание практики

№ п/п	Разделы (этапы) учебной практики (практики по получению первичных профессиональных умений и навыков)	Виды учебной работы	Трудо-емкость (в часах)	Формы текущего контроля
1	Подготовительный этап			
1.1	Инструктаж по технике безопасности	Вводная лекция	2	собеседование
1.2	Вводная беседа со своим руководителем на собрании кафедры по учебной практике (ознакомительной)			собеседование
1.3	Знакомство с программой практики и требованиями к оформлению ее результатов. Получение направления на практику, индивидуального задания, совместного графика (плана) проведения практики. Решение организационных вопросов			собеседование
2	Экспериментальный (рабочий) этап			
2.1	Сбор материалов для выполнения самостоятельного исследования. Изучение соответствующей литературы, рекомендованной руководителем учебной практики (ознакомительной)	СРС	22	Запись в дневник
2.2	Выполнение индивидуального задания в организации под контролем руководителя практики от Профильной организации (включая ознакомление с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка)	СРС	22	наблюдение и анализ деятельности обучающегося
2.3	Обработка и анализ полученной информации	СРС	22	наблюдение и анализ деятельности

№ п/п	Разделы (этапы) учебной практики (практики по получению первичных профессиональных умений и навыков)	Виды учебной работы	Трудо-емкость (в часах)	Формы текущего контроля
				обучающегося
3	Заключительный этап			
3.1	Подготовка отчета по учебной практике (ознакомительная)	СРС	36	отчет
3.3	Защита отчета	Зачет	4	Контактная работа с преподавателем

6. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПРОХОЖДЕНИЮ ПРАКТИКИ И ФОРМЫ ОТЧЕТНОСТИ ПО ПРАКТИКЕ.

6.1. Организации самостоятельной работы студентов.

Весь учебный процесс от начала изучения и до завершения учебного курса рассчитан на самостоятельную работу студента под руководством и при помощи преподавателя.

Примерный перечень индивидуальных заданий разрабатывается с учетом характера базы учебной практики.

Основные цели, задачи и виды деятельности предприятия.

Краткая характеристика предприятия, история создания и развития. Устав предприятия. Ключевые цели предприятия (в т.ч. рыночные, финансовые, производственные, цели по персоналу и др.). Организационно-правовая форма предприятия и форма собственности. Место предприятия на рынке, численность и состав обслуживаемых контингентов. Перспективы развития предприятия.

Внешняя среда организации.

Основные факторы внешней среды, оказывающие существенное влияние на деятельность организации (правовые, политические, экономические, демографические, научно-технические, природно-географические, социально-культурные и др.).

Основные потребители продукции или услуг (название организаций, основные требования, предъявляемые ими, их платежеспособность, спрос на продукцию или услуги). Основные поставщики (название организаций, что они поставляют). Основные конкуренты (название организаций, основные потенциальные возможности, уровень конкуренции).

Укажите основные проблемы и опасности для предприятия, вызываемые факторами внешней среды, и оцените их последствия для предприятия в будущем.

Внутренняя среда организации.

Организационно-технологические аспекты деятельности предприятия. Организационная и производственная структура. Организация работы основных служб предприятия. Численность персонала (основные подразделения, численность управленческого аппарата, уровень квалификации менеджеров). Использование компьютерной техники в организации работы предприятия. Основная номенклатура продукции или услуг (перечислить основные и дополнительные виды продуктов или услуг, производимые данным предприятием). Масштабы производства продукции (предоставления услуг). Характеристика качества продукции (услуг). Уровень цен на продукцию или услуги (в сравнении с конкурентами). Сильные и слабые стороны деятельности организации.

Требования, предъявляемые к профессиональным и личностным качествам современного менеджера.

Общие качества (интуиция, чувство риска и прибыли, самообразование,

новаторство и т.д.) 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.

Организация делопроизводства.

Основные документы, регламентирующие деятельность организации. Список основных источников информации по выбранному объекту исследования (документы предприятия; рекламные проспекты, нормативные акты; книги, статьи в периодической печати; материалы Internet и др.).

Содержание основных этапов прохождения практики (подготовительный, исследовательский, аналитический и заключительный) определяются программой практики.

В период подготовительного этапа:

- производится организационное оформление практики, включающее инструктаж по технике безопасности, общее ознакомление с базой практики и местом прохождения практики;

- определяется предмет исследования и круг изучаемых тем программы практики, устанавливается порядок, сроки и объемы проведения необходимых теоретических и экспериментальных исследований, наблюдений и расчетов.

Исследовательский этап включает:

- сбор и систематизацию необходимой статистической информации об изучаемом объекте, выявление его состояния, закономерности и тенденций развития посредством изучения нормативной, плановой, отчетной и учетной документации, а также проведение дополнительных исследований путем анкетирования, наблюдения и т.п.

Аналитический этап предполагает:

Задание 1. Представить (и отразить в отчете) характеристику объекта: миссию гостиницы, цель, виды деятельности, права и ответственность предприятия. Познакомиться с учредительными документами, изучить комплекс законодательных актов, регулирующих деятельность гостиничного дела.

Задание 2. Изучить организационную структуру исследуемого гостиничного предприятия. Провести анализ организационной структуры управления. Определить организационную форму, соответствие ее целям и задачам гостиничного предприятия. В отчете по практике указать состав подразделений, их функции, соподчиненность, взаимодействие, отразить общие принципы управления конкретного предприятия, специфику отрасли, в которой функционирует предприятие.

Задание 3. Знакомство и наглядное наблюдение за работой структурного подразделения, в котором обучающийся проходит практику, его структурой, функциональными обязанностями сотрудников. Знакомство со структурой и функциями отдела, в котором обучающийся проходит практику. Знакомство с должностными инструкциями сотрудников. Отработать навыки работы с бумажной документацией, осуществить знакомство с документооборотом в организации в целом. Отразить в отчете место данного подразделения в общей структуре предприятия, организационную структуру и задачи подразделения, в котором проходит учебная практика.

Задание 4. Ознакомиться с материально-техническим обеспечением работы отдела: принципами и процедурами работы с оргтехникой (компьютерами, факсами, принтерами и т.д.). Провести осмотр и изучение технической базы сбора, хранения и обработки информации в отделе.

Задание 5. Изучить особенности работы с входящей и исходящей информацией в подразделении, ознакомиться с общими принципами ведения баз данных на предприятии. Научиться оперировать основными методами способами и средствами получения, хранения, переработки информации. Научиться работать с входящей и исходящей

документацией, в том числе корреспонденцией отдела. Описать данные процедуры в отчете.

Задание 6. Познакомиться со штатным расписанием ресторанный предприятия. Сформировать представление о принципах и профессионально-этических нормах работы в коллективе, сформировать понимание основ субординации в трудовом коллективе, норм исполнения распоряжений, а также отработать навыки тайм-менеджмента, позволяющего регулировать временные затраты на выполнение тех или иных задач в процессе труда.

Задание 7. Провести анализ внешней среды гостиницы. Изучить связи с какими подразделениями этих организаций приходится взаимодействовать предприятию (организации). Провести анализ конкурентов.

Заключительный этап включает:

- оформление отчета по практике;
- получение отзыва руководителя практики от организации.

Количество времени, необходимое для прохождения этапов, студент-практикант определяет самостоятельно с учетом рекомендаций руководителя практики от института.

ПРИМЕР ИНДИВИДУАЛЬНОГО ЗАДАНИЯ

1. Знакомство с организацией работы библиотеки, библиотечными информационными каталогами, ресурсами библиотеки и возможностями их использования:

- Найти в электронной библиотеке ЭБС «IPRbooks» <http://www.iprbookshop.ru> учебники и учебные пособия, необходимые для подготовки отчета по учебной (ознакомительной) практике.

2. Знакомство с информационно-правовыми системами, использование их возможностей для целей учебной и профессиональной деятельности менеджеров гостиничного дела.

- Найти в справочно-правовой системе КонсультантПлюс, с помощью сети Интернет:

- Министерство экономического развития Российской Федерации, официальный сайт: (<https://www.economy.gov.ru/>)
- Сообщество профессионалов гостиничного бизнеса (<http://www.frontdesk.ru>).
- Портал про гостиничный сервис (<http://prohotel.ru>).

3. Составить и оформить организационно-правовой документ «Должностная инструкция» на любую должность, названную в штатном расписании гостиницы. Показать процедуры работы с документом: подписание, визирование, утверждение, ознакомление.

6.2. Формы отчетности по практике

6.2.1. Направление на практику с рабочей программой практики и индивидуальным заданием по практике

НАПРАВЛЕНИЕ НА ПРАКТИКУ

обучающегося

(20__ - 20__ учебный год)

(Ф.И.О. обучающегося)

Направление подготовки _____

Направленность (профиль) _____

Курс, семестр _____

Вид практики _____

Способ проведения практики – стационарная _____
 Срок проведения практики _____
 Место проведения практики _____
 Руководитель практики от Института _____
 (Ф.И.О. должность, ученое звание) _____

Руководитель практики от организации (при направлении в организацию) _____

 (Ф.И.О. должность, ученое звание)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

№	Планируемые формы работы	Сроки проведения
1		
2		
3		
4		
5		

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ ПО ПРАКТИКЕ

При прохождении учебной практики, практики по получению первичных профессиональных умений и навыков, студент должен выполнить следующие задания:

1. Сбор и обобщение материалов, необходимых для подготовки отчетных документов о практике.
2. Проанализировать и описать цель, задачи, функциональные обязанности сотрудников управленческого состава в данной организации.
3. Проанализировать и описать основные умения и навыки, необходимые для успешного выполнения профессиональной деятельности.
4. Создать презентацию микроисследования

Обучающийся _____ / _____
 (подпись) (Ф.И.О.)

Руководитель практики _____ / _____
 (подпись) (Ф.И.О.)

6.2.2. Отчет по практике

ОТЧЕТ о практике

 (Ф.И.О. обучающегося)
 Направление подготовки _____

(шифр и наименование)

Направленность (профиль): _____

(шифр и наименование)

Курс, семестр _____

Вид практики _____

Способ проведения практики – стационарная _____

Срок проведения практики _____

Место проведения практики _____

Руководитель практики: _____

Содержание практики: _____

Раздел «Содержание практики» включает:

- Дневник практики, содержащий информацию об организации работы специалиста отдела рекламы и связи с общественностью/маркетинга в каждой из соответствующих организаций по следующим позициям:

1. Характеристика основных направлений деятельности организации.
 2. Цель, задачи, функциональные обязанности специалистов управленческого состава в данной организации.
 3. Описание основных видов деятельности и форм работы.
 4. Круг проблем, трудности в работе маркетологов в данной организации.
 5. Профессионально важные компетенции специалиста отдела маркетинга.
- Обобщенный рефлексивный отчет, в котором отражены полученные знания, умения и навыки (чему научились, что нового узнали, с какими трудностями столкнулись, их причины, пути разрешения и профилактика и т.д.).

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРАКТИКЕ

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования; описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Этап (уровень) освоения компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного индикатора достижения компетенций)	Шкала и критерии оценивания результатов обучения	
			НЕ ЗАЧТЕНО	ЗАЧТЕНО
ОПК-1(РиСО) Способен создавать востребованные обществом и	ОПК-1.1 Владеет русским и иностранным языком на профессиональном	Знать - основные жанры и форматы	Знает основные жанры и форматы медиатекстов в рекламе и PR	Знает основные жанры и форматы медиатекстов в

<p>индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p>	<p>уровне ОПК-1.2 Создает медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем современных информационных технологий для решения задач профессиональной деятельности</p>	<p>медиатекстов в рекламе и PR (пресс-релиз, пост для социальных сетей, статья для блога, новостная заметка, слоганы, коммерческое предложение); -нормы современного русского литературного языка (орфографические, пунктуационные, стилистические, грамматические) и основы копирайтинга; - базовую профессиональную терминологию на иностранном (преимущественно английском) языке, используемую в индустрии (например, PR, SMM, SEO, briefing, target audience, media planning);</p>	<p>(пресс- релиз, пост для социальных сетей, статья для блога, новостная заметка, слоганы, коммерческое предложение), но в предмете разбирается слабо.</p>	<p>рекламе и PR (пресс- релиз, пост для социальных сетей, статья для блога, новостная заметка, слоганы, коммерческое предложение)</p>
		<p>Уметь - применять нормы русского языка на практике при написании и редактировании текстов; - использовать базовую профессиональную лексику на иностранном языке в рабочих документах и при обсуждении задач; - создавать простые медиатексты в установленных форматах (например, пресс-релиз о событии компании, пост</p>	<p>Не умеет применять нормы русского языка на практике при написании и редактировании текстов</p>	<p>Умеет оценивать и применять нормы русского языка на практике при написании и редактировании текстов</p>

		<p>для соцсетей о новом продукте) под руководством куратора;</p> <ul style="list-style-type: none"> - адаптировать готовый контент (например, новость с корпоративного сайта) для публикации в разных медиаканалах (социальные сети, блог) <p>с учетом их специфики;</p> <ul style="list-style-type: none"> - работать с простыми элементами визуального контента: подбирать изображения к текстам, создавать простые графики и схемы, понимать основы верстки публикаций. 		
		<p>Владеть</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыком поиска, отбора и простой обработки визуального контента (фотобанки, графические редакторы базового уровня) для усиления текстового сообщения; - навыком использования профессиональной терминологии на русском и иностранном языках в устной и письменной речи; - начальными навыками работы в команде над созданием коммуникационного продукта (внесение своего вклада в виде текста или визуала). 	<p>Владеть навыком поиска, отбора и простой обработки визуального контента, но допускает грубые ошибки.</p>	<p>Владеть навыком поиска, отбора и простой обработки визуального контента</p>

		<p>- навыком написания и базового редактирования текстов в основных PR- и рекламных жанрах с соблюдением языковых норм и стилистических требований;</p> <p>- навыком адаптации сообщения под разные каналы коммуникации и целевую аудиторию.</p>		
<p>ОПК-3(РиСО) Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p>	<p>ОПК-3.1 Владеет информацией о достижениях мировой и отечественной культуры в сфере коммуникаций</p> <p>ОПК-3.2 Использует в профессиональной деятельности при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов достижения отечественной и мировой культуры</p>	<p>Знать</p> <p>- достижения отечественной культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов), и (или) коммуникационных продуктов;</p> <p>- достижения мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов), и (или) коммуникационных продуктов;</p>	<p>Знает достижения отечественной культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов), и (или) коммуникационных продуктов, но в предмете разбирается слабо</p>	<p>Знает достижения отечественной культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов), и (или) коммуникационных продуктов</p>
		<p>Уметь</p> <p>- использовать многообразие достижений отечественной культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов использовать многообразие достижений мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных</p>	<p>Не умеет поддерживать уровень профессиональной компетенции.</p>	<p>Умеет поддерживать уровень профессиональной компетенции.</p>

		продуктов;		
		Владеть - способами предъявления достижений отечественной культуры в медиатекстах и медиапродуктах способами предъявления достижений мировой культуры в медиатекстах и медиапродуктах.	Владеет некоторыми приемами поддержания уровень профессиональной компетенции, но допускает грубые ошибки	Владеет приемами поддержания уровень профессиональной компетенции
ОПК-1 (ГД) Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в сфере гостеприимства и общественного питания	ОПК-1.1. Владеет и применяет современным программным обеспечением в сфере гостеприимства и общественного питания	Знать - современные технические средства и их применение в профессиональной деятельности; - информационно-коммуникационные технологии и их применение в профессиональной деятельности;	Знает некоторые принципы работы современных информационных технологий для решения задач профессиональной деятельности.	Знает принципы работы современных информационных технологий для решения задач профессиональной деятельности.
		Уметь - использовать в профессиональной деятельности современные технические средства; - использовать в профессиональной деятельности информационно-коммуникационные технологии;	Не умеет использовать принципы работы современных информационных технологий для решения задач профессиональной деятельности	Умеет использовать принципы работы современных информационных технологий для решения задач профессиональной деятельности
		Владеть - современными техническими средствами, - необходимыми в профессиональной деятельности; - информационно-коммуникационными технологиями,	Владеет некоторыми принципами работы современных информационных технологий для решения задач профессиональной	Владеет принципами работы современных информационных технологий для решения задач профессиональной

		необходимыми в профессиональной деятельности;		
ОПК-2 (ГД) Способен обеспечивать выполнение основных функций управления подразделениями организаций сферы гостеприимства и общественного питания	ОПК-2.1 Владеет знаниями о структуре и основных функциях управления организации сферы гостеприимства и общественного питания	Знать - структуру и основные функции управления организации сферы гостеприимства и общественного питания	Не знает структуру и основные функции управления организации сферы гостеприимства и общественного питания	Знает структуру и основные функции управления организации сферы гостеприимства и общественного питания
		Уметь - обеспечивать выполнение основных функций управления подразделениями организаций сферы гостеприимства и общественного питания	Не умеет обеспечивать выполнение основных функций управления подразделениями организаций сферы гостеприимства и общественного питания	Умеет обеспечивать выполнение основных функций управления подразделениями организаций сферы гостеприимства и общественного питания
		Владеть - навыками и методами обеспечения выполнения основных функций управления подразделениями организаций сферы гостеприимства и общественного питания	Не владеет навыками и методами обеспечения выполнения основных функций управления подразделениями организаций сферы гостеприимства и общественного питания	Владеет навыками и методами обеспечения выполнения основных функций управления подразделениями организаций сферы гостеприимства и общественного питания
ОПК-7 (ГД) Способен обеспечивать безопасность обслуживания потребителей и соблюдение требований заинтересованных сторон на основании выполнения норм и правил охраны труда и техники безопасности	ОПК-7.1 Владеет знаниями норм и правил техники безопасности и охраны труда	Знать нормы и правила техники безопасности и охраны труда	Не знает нормы и правила техники безопасности и охраны труда	Знает нормы и правила техники безопасности и охраны труда
		Уметь обеспечивать безопасность обслуживания потребителей и соблюдение требований заинтересованных сторон на основании выполнения норм и правил охраны труда и техники безопасности	Не умеет обеспечивать безопасность обслуживания потребителей и соблюдение требований заинтересованных сторон на основании выполнения норм и правил охраны труда и техники безопасности	Умеет обеспечивать безопасность обслуживания потребителей и соблюдение требований заинтересованных сторон на основании выполнения норм и правил охраны труда и техники безопасности
		Владеть	Не владеет навыками	Владеет навыками обеспечения

		-навыками обеспечения безопасности обслуживания потребителей и соблюдения требований заинтересованных сторон на основании выполнения норм и правил охраны труда и техники безопасности	обеспечения безопасности обслуживания потребителей и соблюдения требований заинтересованных сторон на основании выполнения норм и правил охраны труда и техники безопасности	безопасности обслуживания потребителей и соблюдения требований заинтересованных сторон на основании выполнения норм и правил охраны труда и техники безопасности
--	--	--	--	--

7.2. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

По результатам собеседования и оценки отчета, руководителем практики выставляется оценка по шкале – «зачтено» или «не зачтено». В случае получения оценки «не зачтено», обучающийся может быть отчислен из Института, как не выполнивший учебный план, либо повторно направлен на прохождение соответствующей практики.

Промежуточная аттестация по результатам практики проводится в форме **зачета**.

При оценке работы студента во время практики принимается во внимание:

- деятельность студента в период практики (степень полноты выполнения программы);
- содержание и качество оформления отчета;
- ответы студента на собеседовании по результатам практики.

Оценка **«зачет с оценкой»** выставляется при выполнении следующих условий:

- 1) Своевременное предоставление материалов по этапам практики.
- 2) Полное соответствие предъявляемых студентом материалов по практике требованиям к их оформлению.
- 3) Грамотное описание всех этапов прохождения практики.
- 4) Активность позиции студента при прохождении практики.

Оценка **«не зачтено»** выставляется при условии:

- 1) Нарушение этапов прохождения практики.
- 2) Несоответствие предъявляемых студентом материалов по практике требованиям к их оформлению, наличие существенных ошибок и недочетов.

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

Нормативная литература

1. Конституция Российской Федерации [Электронный ресурс]/ — Электрон. текстовые данные.— : 2024.— 36 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/18271.html>.— ЭБС «IPRbooks»

2. Гражданский процессуальный кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс]/ — Электрон. текстовые данные.— : Электронно-библиотечная система IPRbooks, 2024.— 157 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/1247.html>.— ЭБС «IPRbooks»

3. Трудовой кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс]/ — Электрон. текстовые данные.— : Электронно-библиотечная система IPRbooks, 2024.— 226 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/1251.html>.— ЭБС «IPRbooks»

4. ОК 011-93. Общероссийский классификатор управленческой документации. М.: Изд-востандартов, 1994.—Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_43631

Основная литература:

1. Удалова, И. Б. Менеджмент в туристской индустрии: учебное пособие для бакалавров / И. Б. Удалова, Н. А. Удалова, Е. А. Машинская. — 3-е изд. — Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021. — 255 с. — ISBN 978-5-394-04360-4. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102274.html>. — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

2. Иванилова, С. В. Экономика гостиничного предприятия: учебное пособие для бакалавров / С. В. Иванилова. — 5-е изд. — Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2023. — 213 с. — ISBN 978-5-394-05151-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/124098.html>

Дополнительная литература:

1. Медлик, С. Гостиничный бизнес: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям сервиса (230000) / С. Медлик, Х. Инграм ; перевод А. В. Павлов. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 240 с. — ISBN 5-238-00792-2. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/71186.html> — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

2. Руденко Л.Л. Сервисная деятельность: учебное пособие/ Руденко Л.Л.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017.— 208 с. <http://www.iprbookshop.ru/57229>.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ПРАКТИКИ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ

В процессе прохождения практики студентами могут быть использованы следующие информационные технологии:

- использование электронных изданий (слайд-презентаций, электронного курса, графических объектов, видео- аудиоматериалов (через Интернет));
- использование информационных (справочных) систем, баз данных; организация взаимодействия с обучающимися посредством электронной почты, форумов, Интернет-групп, скайп, чаты, видеоконференцсвязь; компьютерное тестирование.

а) Электронные базы данных:

1. Российская научная электронная библиотека - eLIBRARY.ru.
2. <http://www.iprbookshop.ru/>- ЭБС «IPR Book».

б) Состав лицензионного программного обеспечения: Microsoft Windows; Microsoft Office.

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Материально-техническая база для проведения практики формируется на основе требований к условиям реализации образовательных программ, определяемых ФГОС ВО по направлениям подготовки 43.03.03 Гостиничное дело и 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), действующей нормативно-правовой базой, с учетом особенностей, связанных с профилем образовательной программы.

Институт располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение практики.

Материально-техническая база соответствует действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Материально-техническая база включает помещения для самостоятельной работы, читальный зал Института, оборудованные компьютерной техникой и периферийным оборудованием, оборудованием для демонстрационного материала и наглядными пособиями.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ (ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНАЯ ПРАКТИКА)

1. ВИД ПРАКТИКИ, СПОСОБ ЕЕ ПРОВЕДЕНИЯ

Профессионально-ознакомительная практика (далее Практика) относится к виду учебной практики. Способ проведения практики: стационарная для студентов всех форм обучения.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цель практики: формирование у обучающихся компетенций в области применения теоретических знаний и первичных практических навыков в процессе профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью в индустрии гостеприимства.

Задачи практики:

- знакомство обучающихся с деятельностью отраслевых организаций /компаний/агентств в области коммуникаций;
- изучение сущности и особенностей 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;
- участие в организации и проведении различных рекламных и рекламно-информационных мероприятий, сбор информации об этих мероприятиях;
- приобретение базовых навыков создания текстов рекламы и связей с

общественностью, навыков литературного редактирования, копирайтинга;

- овладение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью;

- овладение навыками эффективного общения в сети интернет, выявление эффективных способов интернет-коммуникации;

- формирование навыков решения стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

- ознакомление обучающихся с особенностями профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью на начальном этапе карьеры.

Области профессиональной деятельности и сферы профессиональной деятельности, в которых выпускники, освоившие программу бакалавриата (далее - выпускники), могут осуществлять профессиональную деятельность:

33 Сервис, оказание услуг населению (торговля, техническое обслуживание, ремонт, предоставление персональных услуг, услуги гостеприимства, общественное питание и пр.), (в сфере оказания комплекса услуг по обеспечению временного проживания в гостиницах и иных средствах размещения, включая сопутствующие и дополнительные услуги; организации деятельности организаций общественного питания);

сфера прикладных исследований.

06 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы);

11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации); сфера рекламы и связей с общественностью. Выпускники могут осуществлять профессиональную деятельность в других областях и (или) сферах профессиональной деятельности при условии соответствия уровня их образования и полученных компетенций требованиям к квалификации работника.

Типы задач профессиональной деятельности выпускников:

- *исследовательский*.

Перечень основных объектов (или областей знания) профессиональной деятельности выпускников

- гостиницы и другие средства размещения,
- предприятия общественного питания;
- услуги организаций сферы гостеприимства и общественного питания, включающие в себя основные, дополнительные и сопутствующие услуги, а также технологии их формирования, продвижения и реализации;
- потребители услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания, их запросы, потребности и ключевые ценности;
- реклама и связи с общественностью в сфере гостеприимства;
- связь, и коммуникационные технологии в индустрии гостеприимства.

В результате прохождения практики обучающийся должен овладеть следующими результатами, соотнесенными с индикаторами достижения компетенции.

Результаты освоения	Индикаторы достижения	Перечень планируемых результатов
---------------------	-----------------------	----------------------------------

ООП, компетенции	компетенции	обучения по дисциплине
<p>ОПК-1(РиСО) 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 Владеет русским и иностранным языком на профессиональном уровне</p> <p>ОПК-1.2 Создает медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p>	<p>Знать</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные жанры и форматы медиатекстов в рекламе и PR (пресс-релиз, пост для социальных сетей, статья для блога, новостная заметка, слоганы, коммерческое предложение); - нормы современного русского литературного языка (орфографические, пунктуационные, стилистические, грамматические) и основы копирайтинга; - базовую профессиональную терминологию на иностранном (преимущественно английском) языке, используемую в индустрии (например, PR, SMM, SEO, briefing, target audience, media planning); <p>Уметь</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять нормы русского языка на практике при написании и редактировании текстов; - использовать базовую профессиональную лексику на иностранном языке в рабочих документах и при обсуждении задач; - создавать простые медиатексты в установленных форматах (например, пресс-релиз о событии компании, пост для соцсетей о новом продукте) под руководством куратора; - адаптировать готовый контент (например, новость с корпоративного сайта) для публикации в разных медиаканалах (социальные сети, блог) с учетом их специфики; - работать с простыми элементами визуального контента: подбирать изображения к текстам, создавать простые графики и схемы, понимать основы верстки публикаций. <p>Владеть</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыком поиска, отбора и простой обработки визуального контента (фотобанки, графические редакторы

		<p>базового уровня) для усиления текстового сообщения;</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыком использования профессиональной терминологии на русском и иностранном языках в устной и письменной речи; - начальными навыками работы в команде над созданием коммуникационного продукта (внесение своего вклада в виде текста или визуала). - навыком написания и базового редактирования текстов в основных PR- и рекламных жанрах с соблюдением языковых норм и стилистических требований; - навыком адаптации сообщения под разные каналы коммуникации и целевую аудиторию.
<p>ОПК-1 (ГД) Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в сфере гостеприимства и общественного питания</p>	<p>ОПК-1.1. Владеет и применяет современным программным обеспечением в сфере гостеприимства и общественного питания</p>	<p>Знать</p> <ul style="list-style-type: none"> - современные технические средства и их применение в профессиональной деятельности; - информационно-коммуникационные технологии и их применение в профессиональной деятельности; <p>Уметь</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать в профессиональной деятельности современные технические средства; - использовать в профессиональной деятельности информационно-коммуникационные технологии; <p>Владеть</p> <ul style="list-style-type: none"> - современными техническими средствами, - необходимыми в профессиональной деятельности; - информационно-коммуникационными технологиями, необходимыми в профессиональной деятельности
<p>ОПК-3 (РиСО) Способен использовать многообразие</p>	<p>ОПК-3.1 Владеет информацией о достижениях мировой</p>	<p>Знать</p> <ul style="list-style-type: none"> - достижения отечественной культуры в процессе создания медиатекстов и

<p>достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p>	<p>и отечественной культуры в сфере коммуникаций ОПК-3.2 Использует профессиональной деятельности при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов достижения отечественной и мировой культуры</p>	<p>(или) медиапродуктов), и (или) коммуникационных продуктов; - достижения мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов), и (или) коммуникационных продуктов; Уметь - использовать многообразие достижений отечественной культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов использовать многообразие достижений мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; Владеть - способами предъявления достижений отечественной культуры в медиатекстах и медиапродуктах способами предъявления достижений мировой культуры в медиатекстах и медиапродуктах</p>
<p>ОПК-2 (ГД) Способен обеспечивать выполнение основных функций управления подразделениями организаций сферы гостеприимства и общественного питания</p>	<p>ОПК-2.1 Владеет знаниями о структуре и основных функциях управления организации сферы гостеприимства и общественного питания</p>	<p>Знать - структуру и основные функции управления организации сферы гостеприимства и общественного питания Уметь - обеспечивать выполнение основных функций управления подразделениями организаций сферы гостеприимства и общественного питания Владеть - навыками и методами обеспечения выполнения основных функций управления подразделениями организаций сферы гостеприимства и общественного питания</p>

ОПК-7 (ГД) Способен обеспечивать безопасность обслуживания потребителей и соблюдение требований заинтересованных сторон на основании выполнения норм и правил охраны труда и техники безопасности	ОПК-7.1 Владеет знаниями норм и правил техники безопасности и охраны труда	Знать нормы и правила техники безопасности и охраны труда
		Уметь обеспечивать безопасность обслуживания потребителей и соблюдение требований заинтересованных сторон на основании выполнения норм и правил охраны труда и техники безопасности
		Владеть навыками обеспечения безопасности обслуживания потребителей и соблюдения требований заинтересованных сторон на основании выполнения норм и правил охраны труда и техники безопасности

3. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Практика относится к обязательной части ОПОП (Блок 2).

4. ОБЪЕМ ПРАКТИКИ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ И ЕЕ ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ В НЕДЕЛЯХ ЛИБО В АКАДЕМИЧЕСКИХ ИЛИ АСТРОНОМИЧЕСКИХ ЧАСАХ

Объем практики в зачетных единицах составляет 3 зачетные единицы (ЗЕ), 108 академических часов (3 недели).

Форма промежуточной аттестации – зачет.

5. СОДЕРЖАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЯ ПРАКТИКИ

5.1. Содержание практики

Учебная практика (профессионально-ознакомительная практика) является важнейшим компонентом системы профессиональной подготовки будущего бакалавра. Практика выступает связующим этапом между теоретическим обучением студента и его будущей самостоятельной работой. Организация и проведение практики характеризуются тем, что содержание практики строится в логике идеи непрерывного образования, на основе четкой программы формирования профессиональных знаний, навыков и умений студентов, ее этапности от курса к курсу.

5.2. Организация прохождения практики

Приказом по институту студенты направляются для прохождения практики в организации (учреждения) Санкт-Петербурга, имеющие отделы рекламы и связи с

общественностью, с которыми предварительно заключается договор. Для руководства практикой назначается руководитель (руководители) практики из числа лиц, относящихся к профессорско-преподавательскому составу Института, и руководитель (руководители) практики из числа работников организации (учреждения).

Руководитель практики от Института:

- устанавливает связь с руководителями практики от организации и совместно с ними составляют рабочую программу проведения практики;
- разрабатывает тематику индивидуальных заданий;
- принимает участие в распределении студентов по рабочим местам и видам работ;
- несет ответственность совместно с руководителем практики от организации за соблюдение студентами правил техники безопасности;
- осуществляет контроль за соблюдением сроков практики и ее содержанием.
- оказывает методическую помощь студентам при выполнении ими индивидуальных заданий и сборе материалов к выпускной квалификационной работе;
- оценивает результаты выполнения студентами программы практики.

Направление на практику оформляется Приказом по Институту с указанием:

- места закрепления каждого обучающегося за Институтом или организацией;
- руководителя практики от Института и от организации;
- вида и срока прохождения практики.

Обучающиеся, совмещающие обучение с трудовой деятельностью, вправе проходить практику, по месту трудовой деятельности в случаях, если профессиональная деятельность, осуществляемая ими, соответствует требованиям к содержанию практики.

Обучающиеся в период прохождения практики:

- выполняют программу практики;
- соблюдают правила внутреннего трудового распорядка;
- соблюдают требования охраны труда и пожарной безопасности.

6. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПРОХОЖДЕНИЮ ПРАКТИКИ И ФОРМЫ ОТЧЕТНОСТИ ПО ПРАКТИКЕ.

6.1. Методические рекомендации по прохождению практики и составлению отчета

1. До начала практики составляется рабочая программа практики; обучающиеся получают индивидуальные задания по практике; по результатам практики, обучающиеся представляют отчет по практике и проходят устное собеседование с руководителем практики от Института. Обучающиеся вправе представить отзыв руководителя практики от организации, составленный в произвольной форме.

2. В период практики студенты должны вести рабочие записи и собрать необходимые материалы для составления отчета о прохождении практики.

3. Основные этапы работы в процессе учебной практики:

- изучение принципов, правил и методов организации работы специалиста по РИСО в индустрии гостеприимства. Должностные инструкции, правила техники безопасности, нормы

социального взаимодействия. 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 предназначению, режиму работы, структуре данной организации;

- изучение организационной структуры предприятия. Описание предприятия, сферы деятельности, структуры компании, нормативной документации. Исследования сегмента рынка, в котором функционирует предприятие, должностные инструкции

специалистов по коммуникационным специальностям и особенность их работы в индустрии гостеприимства. Конкурентный анализ сферы деятельности предприятия. Описание целевой аудитории (с применением географических, демографических, психографических и поведенческих критериев сегментирования), SWOT-анализ. Выявление культурных феноменов, наиболее значимых для создания текстов рекламы и PR и иных коммуникационных продуктов.

- коммуникационно-аналитическая работа;
- создание презентации микроисследования.

4. Отчет должен содержать развернутые ответы на все вопросы, предусмотренные программой прохождения практики. Отчет оформляется в печатном виде и должен быть оформлен в соответствии с общими требованиями, предъявляемыми к отчетным материалам: должен быть выполнен в компьютерном варианте на стандартных листах бумаги формата А4 (шрифт Times New Roman, размер - 14, полуторный интервал, поля: верхнее нижнее и правое - 2 см, левое - 3 см). Нумерация листов сквозная, титульный лист учитывается, но не нумеруется. Объем отчета определяется каждым студентом индивидуально. Обложкой отчета является титульный лист, на котором должны быть указаны все атрибуты работы и сведения о студенте. В конце отчета могут находиться приложения: выписки из устава организации, положения, должностные инструкции, образцы служебной документации, используемые методики и технологии и т. п.

6.2. Формы отчетности по практике

6.2.1. Направление на практику с рабочей программой практики и индивидуальным заданием по практике

НАПРАВЛЕНИЕ НА ПРАКТИКУ

обучающегося

(20__ - 20__ учебный год)

(Ф.И.О. обучающегося)

Направление подготовки _____

Направленность (профиль) _____

Курс, семестр _____

Вид практики _____

Способ проведения практики – стационарная _____

Срок проведения практики _____

Место проведения практики _____

Руководитель практики от Института _____

(Ф.И.О. должность, ученое звание)

Руководитель практики от организации (при направлении в организацию) _____

(Ф.И.О. должность, ученое звание)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

№	Планируемые формы работы	Сроки проведения
1		

2		
3		
4		
5		

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ ПО ПРАКТИКЕ

При прохождении учебной практики, практики по получению первичных профессиональных умений и навыков, студент должен выполнить следующие задания:

1. Сбор и обобщение материалов, необходимых для подготовки отчетных документов о практике.

2. Проанализировать и описать цель, задачи, функциональные обязанности специалиста отдела рекламы и связи с общественностью (маркетинга) в данной организации.

3. Проанализировать и описать основные умения и навыки, необходимые для успешного выполнения профессиональной деятельности.

4. Создать презентацию микроисследования

Обучающийся _____ / _____
(подпись) (Ф.И.О.)

Руководитель практики _____ / _____
(подпись) (Ф.И.О.)

6.2.2. Отчет по практике

ОТЧЕТ о практике

(Ф.И.О. обучающегося)

Направление подготовки _____
(шифр и наименование)

Направленность (профиль): _____
(шифр и наименование)

Курс, семестр _____

Вид практики _____

Способ проведения практики – стационарная _____

Срок проведения практики _____

Место проведения практики _____

Руководитель практики: _____

Содержание практики: _____

Раздел «Содержание практики» включает:

- Дневник практики, содержащий информацию об организации работы специалиста отдела рекламы и связи с общественностью в каждой из соответствующих организаций по следующим позициям:

1. Характеристика основных направлений деятельности организации.
2. Цель, задачи, функциональные обязанности специалиста отдела рекламы и связи с общественностью (маркетинга) в данной организации.
3. Описание основных видов деятельности и форм работы.
4. Круг проблем, трудности в работе специалиста отдела рекламы и связи с общественностью (маркетинга).
5. Профессионально важные компетенции специалиста отдела рекламы и связи с общественностью (маркетинга).

- Обобщенный рефлексивный отчет, в котором отражены полученные знания, умения и навыки (чему научились, что нового узнали, с какими трудностями столкнулись, их причины, пути разрешения и профилактика и т.д.).

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРАКТИКЕ

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования; описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Этап (уровень) освоения компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного индикатора достижения компетенций)	Шкала и критерии оценивания результатов обучения	
			НЕ ЗАЧТЕНО	ЗАЧТЕНО
ОПК-1(РиСО) Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных	ОПК-1.1 Владеет русским и иностранным языком на профессиональном уровне ОПК-1.2 Создает медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков,	Знать - основные жанры и форматы медиатекстов в рекламе и PR (пресс-релиз, пост для социальных сетей, статья для блога, новостная заметка, слоганы, коммерческое предложение); -нормы	Знает основные жанры и форматы медиатекстов в рекламе и PR (пресс- релиз, пост для социальных сетей, статья для блога, новостная заметка, слоганы, коммерческое предложение), но в предмете разбирается слабо.	Знает основные жанры и форматы медиатекстов в рекламе и PR (пресс- релиз, пост для социальных сетей, статья для блога, новостная заметка, слоганы, коммерческое предложение)

знаковых систем	особенностями иных знаковых систем современных информационных технологий для решения задач профессиональной деятельности	современного русского литературного языка (орфографические, пунктуационные, стилистические, грамматические) и основы копирайтинга; - базовую профессиональную терминологию на иностранном (преимущественно английском) языке, используемую в индустрии (например, PR, SMM, SEO, briefing, target audience, media planning);		
		Уметь - применять нормы русского языка на практике при написании и редактировании текстов; - использовать базовую профессиональную лексику на иностранном языке в рабочих документах и при обсуждении задач; - создавать простые медиатексты в установленных форматах (например, пресс-релиз о событии компании, пост для соцсетей о новом продукте) под руководством куратора; - адаптировать готовый контент (например, новость с корпоративного сайта) для публикации в разных медиаканалах (социальные сети,	Не умеет применять нормы русского языка на практике при написании и редактировании текстов	Умеет оценивать и применять нормы русского языка на практике при написании и редактировании текстов

		<p>блог) с учетом их специфики; - работать с простыми элементами визуального контента: подбирать изображения к текстам, создавать простые графики и схемы, понимать основы верстки публикаций.</p>		
		<p>Владеть - навыком поиска, отбора и простой обработки визуального контента (фотобанки, графические редакторы базового уровня) для усиления текстового сообщения; - навыком использования профессиональной терминологии на русском и иностранном языках в устной и письменной речи; - начальными навыками работы в команде над созданием коммуникационного продукта (внесение своего вклада в виде текста или визуала). - навыком написания и базового редактирования текстов в основных PR- и рекламных жанрах с соблюдением языковых норм и стилистических требований; - навыком адаптации сообщения под</p>	<p>Владеть навыком поиска, отбора и простой обработки визуального контента, но допускает грубые ошибки.</p>	<p>Владеть навыком поиска, отбора и простой обработки визуального контента</p>

		разные каналы коммуникации и целевую аудиторию.		
<p>ОПК-3(РиСО)</p> <p>Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p>	<p>ОПК-3.1 Владеет информацией о достижениях мировой и отечественной культуры в сфере коммуникаций</p> <p>ОПК-3.2 Использует в профессиональной деятельности при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов достижения отечественной и мировой культуры</p>	<p>Знать</p> <p>- достижения отечественной культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов), и (или) коммуникационных продуктов;</p> <p>- достижения мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов), и (или) коммуникационных продуктов;</p>	<p>Знает достижения отечественной культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов), и (или) коммуникационных продуктов, но в предмете разбирается слабо</p>	<p>Знает достижения отечественной культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов), и (или) коммуникационных продуктов</p>
		<p>Уметь</p> <p>- использовать многообразие достижений отечественной культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p> <p>использовать многообразие достижений мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов;</p>	<p>Не умеет поддерживать уровень профессиональной компетенции.</p>	<p>Умеет поддерживать уровень профессиональной компетенции.</p>
		<p>Владеть</p> <p>- способами предъявления достижений отечественной культуры в медиатекстах и медиапродуктах способами</p>	<p>Владеет некоторыми приемами поддержания уровня профессиональной компетенции, но допускает грубые ошибки</p>	<p>Владеет приемами поддержания уровня профессиональной компетенции</p>

		предъявления достижений мировой культуры в медиатекстах и медиапродуктах.		
<p>ОПК-1 (ГД) Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в сфере гостеприимства и общественного питания</p>	<p>ОПК-1.1. Владеет и применяет современным программным обеспечением в сфере гостеприимства и общественного питания</p>	<p>Знать</p> <ul style="list-style-type: none"> - современные технические средства и их применение в профессиональной деятельности; - информационно-коммуникационные технологии и их применение в профессиональной деятельности; 	<p>Знает</p> <p>некоторые принципы работы современных информационных технологий для решения задач профессиональной деятельности.</p>	<p>Знает</p> <p>принципы работы современных информационных технологий для решения задач профессиональной деятельности.</p>
		<p>Уметь</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать в профессиональной деятельности современные технические средства; - использовать в профессиональной деятельности информационно-коммуникационные технологии; 	<p>Не умеет</p> <p>использовать принципы работы современных информационных технологий для решения задач профессиональной деятельности</p>	<p>Умеет</p> <p>использовать принципы работы современных информационных технологий для решения задач профессиональной деятельности</p>
		<p>Владеть</p> <ul style="list-style-type: none"> - современными техническими средствами, - необходимыми в профессиональной деятельности; - информационно-коммуникационными технологиями, необходимыми в профессиональной деятельности; 	<p>Владеет</p> <p>некоторыми принципами работы современных информационных технологий для решения задач профессиональной</p>	<p>Владеет</p> <p>принципами работы современных информационных технологий для решения задач профессиональной</p>

ОПК-2 (ГД) Способен обеспечивать выполнение основных функций управления подразделениями организаций сферы гостеприимства и общественного питания	ОПК-2.1 Владеет знаниями о структуре и основных функциях управления организации сферы гостеприимства и общественного питания	Знать - структуру и основные функции управления организации сферы гостеприимства и общественного питания	Не знает структуру и основные функции управления организации сферы гостеприимства и общественного питания	Знает структуру и основные функции управления организации сферы гостеприимства и общественного питания
		Уметь - обеспечивать выполнение основных функций управления подразделениями организаций сферы гостеприимства и общественного питания	Не умеет обеспечивать выполнение основных функций управления подразделениями организаций сферы гостеприимства и общественного питания	Умеет обеспечивать выполнение основных функций управления подразделениями организаций сферы гостеприимства и общественного питания
		Владеть - навыками и методами обеспечения выполнения основных функций управления подразделениями организаций сферы гостеприимства и общественного питания	Не владеет навыками и методами обеспечения выполнения основных функций управления подразделениями организаций сферы гостеприимства и общественного питания	Владеет навыками и методами обеспечения выполнения основных функций управления подразделениями организаций сферы гостеприимства и общественного питания
ОПК-7 (ГД) Способен обеспечивать безопасность обслуживания потребителей и соблюдение требований заинтересованных сторон на основании выполнения норм и правил охраны труда и техники безопасности	ОПК-7.1 Владеет знаниями норм и правил техники безопасности и охраны труда	Знать нормы и правила техники безопасности и охраны труда	Не знает нормы и правила техники безопасности и охраны труда	Знает нормы и правила техники безопасности и охраны труда
		Уметь обеспечивать безопасность обслуживания потребителей и соблюдение требований заинтересованных сторон на основании выполнения норм и правил охраны труда и техники безопасности	Не умеет обеспечивать безопасность обслуживания потребителей и соблюдение требований заинтересованных сторон на основании выполнения норм и правил охраны труда и техники безопасности	Умеет обеспечивать безопасность обслуживания потребителей и соблюдение требований заинтересованных сторон на основании выполнения норм и правил охраны труда и техники безопасности
		Владеть -навыками обеспечения безопасности обслуживания	Не владеет навыками обеспечения безопасности обслуживания потребителей и соблюдения	Владеет навыками обеспечения безопасности обслуживания потребителей и соблюдения

		потребителей и соблюдения требований заинтересованных сторон на основании выполнения норм и правил охраны труда и техники безопасности	соблюдения требований заинтересованных сторон на основании выполнения норм и правил охраны труда и техники безопасности	требований заинтересованных сторон на основании выполнения норм и правил охраны труда и техники безопасности
--	--	--	---	--

7.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.

7.2.1. Примерные вопросы для подготовки к промежуточной аттестации по практике

1. Каковы были ваши основные обязанности и ключевые задачи?
2. Какое первое впечатление сложилось у вас о работе в сфере рекламы и PR? Оно совпало с вашими ожиданиями?
3. С какими внутренними документами, регламентами или корпоративными стандартами пришлось познакомиться?
4. Опиши свой типичный рабочий день. Какие инструменты (программы, онлайн-сервисы, базы данных) вы использовали чаще всего?
5. Приходилось ли вам работать с техническими заданиями, брифами или медиа-планами? Как вы понимали, что именно нужно сделать?
6. Расскажите о самом интересном задании, которое вы выполняли. Что именно вас в нем заинтересовало?
7. Приведите пример задачи, где вам нужно было найти конкретную информацию (о конкурентах, рынке, СМИ). Как вы выстраивали поиск и как оценили надежность найденных данных?
8. Сталкивались ли вы с противоречивой информацией из разных источников? Как вы поступали в такой ситуации?
9. Как вы использовали найденную информацию для подготовки своего задания (например, поста, отчета, справки)?
10. Опишите задачу, где вам нужно было самостоятельно спланировать свои действия в рамках дедлайна. Как вы выстроили свой план?
11. Приходилось ли вам сталкиваться с ограничениями (время, бюджет, ресурсы) при выполнении задания? Как вы с ними справлялись?
12. Можете ли вы привести пример, где вам нужно было выбрать один из нескольких способов решения задачи? На чем был основан ваш выбор?
13. Покажите один из созданных вами текстов (пресс-релиз, пост, презентация). Объясните, почему вы выбрали такую структуру, стиль и призыв к действию?
14. Как вы проверяли свои тексты на соответствие нормам языка и стиля бренда?
15. Расскажите о вашем опыте подбора или создания визуального контента (фото, видео, графика). Как вы учитывали, что визуал должен работать вместе с текстом?

16. С какими основными трудностями вы столкнулись и как вы их преодолели?
17. Что у вас получалось лучше всего? В чем вы ощутили наибольшую неуверенность?
18. Какие навыки, полученные в ходе обучения, оказались наиболее полезными на практике? А какие, на ваш взгляд, вам нужно подтянуть?
19. Как этот опыт повлиял на ваше представление о будущей профессии и карьерных планах?
20. Как вы оцениваете влияние освоенных навыков на Вашу будущую образовательную и профессиональную деятельность?
21. Какие навыки вы приобрели на разных этапах прохождения практики в части применения технических средств и информационных технологий, необходимых для решения поставленных задач?
22. Как вы оцениваете их потенциальную важность для вашей дальнейшей образовательной и профессиональной деятельности?

7.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

По результатам собеседования и оценки отчета, руководителем практики выставляется оценка по шкале – «зачтено» или «не зачтено». В случае получения оценки «не зачтено», обучающийся может быть отчислен из Института, как не выполнивший учебный план, либо повторно направлен на прохождение соответствующей практики.

Промежуточная аттестация по результатам практики проводится в форме **зачета**.

При оценке работы студента во время практики принимается во внимание:

- деятельность студента в период практики (степень полноты выполнения программы);
- содержание и качество оформления отчета
- выполнения индивидуального задания, зафиксированного в отчете по практике.
- ответы студента на собеседовании по результатам практики.

Оценка **«зачет с оценкой»** выставляется при выполнении следующих условий:

- 1) Своевременное предоставление материалов по этапам практики.
- 2) Соответствие предъявляемых студентом материалов по практике требованиям к их оформлению.
- 3) Выполненное индивидуальное задание.

Оценка **«не зачтено»** выставляется при условии:

- 1) Нарушение этапов прохождения практики.
- 2) Несоответствие предъявляемых студентом материалов по практике требованиям к их оформлению, наличие существенных ошибок и недочетов.

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

а) основная учебная литература:

1. 1. Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью : учебное пособие / составители А. В. Ларина. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2017. — 96 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102938.html> (дата обращения: 13.03.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/102938>
2. Горяева, Е. Г. Организация работы отдела по связям с общественностью : учебное

пособие / Е. Г. Горяева. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2009. — 80 с. — ISBN 978-5-7782-1244-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/44976.html> (дата обращения: 13.03.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

б) дополнительная учебная литература:

1. Карпова, Г. Г. Реклама и связи с общественностью : учебно-методическое пособие / Г. Г. Карпова, Г. Р. Шамьенова, А. Ю. Егорова. — Саратов : Саратовский государственный технический университет имени Ю.А. Гагарина, ЭБС АСВ, 2016. — 308 с. — ISBN 978-5-7433-3018-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/80116.html> (дата обращения: 13.03.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/80116>

9. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ПРАКТИКИ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ

В процессе прохождения практики студентами могут быть использованы следующие информационные технологии:

- использование электронных изданий (слайд-презентаций, электронного курса, графических объектов, видео- аудио- материалов (через Интернет));
- использование информационных (справочных) систем, баз данных;
- организация взаимодействия с обучающимися посредством электронной почты, форумов, Интернет-групп, скайп, чаты, видеоконференцсвязь;
- компьютерное тестирование.

а) Электронные базы данных:

1. Российская научная электронная библиотека - eLIBRARY.ru.
2. <http://www.iprbookshop.ru/>- ЭБС «IPRBook».

б) Состав лицензионного программного обеспечения: Microsoft Windows; Microsoft Office.

в) ресурсы сети «Интернет»

3. <http://www.iprbookshop.ru/>- ЭБС «IPRBook».

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Материально-техническая база для проведения практики формируется на основе требований к условиям реализации образовательных программ, определяемых ФГОС ВО по направлениям подготовки 43.03.03 Гостиничное дело и 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), действующей нормативно-правовой базой, с учетом особенностей, связанных с профилем образовательной программы.

Институт располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение практики.

Материально-техническая база соответствует действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Материально-техническая база включает помещения для самостоятельной работы, читальный зал Института, оборудованные компьютерной техникой и периферийным оборудованием, оборудованием для демонстрационного материала и наглядными пособиями.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКАЯ ПРАКТИКА I)

1. ВИД ПРАКТИКИ, СПОСОБ ЕЕ ПРОВЕДЕНИЯ

Профессионально-творческая практика относится к виду производственной практики.

Способ проведения практики: стационарная для студентов всех форм обучения.

Форма проведения практики: дискретно по виду практики, путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения практики.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

К основной цели прохождения обучающимися производственной (профессионально-творческой) практики I, следует отнести закрепление, расширение и углубление теоретических знаний в области рекламы и PR в индустрии гостеприимства через овладение практическими навыками работы специалиста по связям с общественностью и рекламе и изучение и анализ особенностей информационно-коммуникативной деятельности в конкретной организации индустрии гостеприимства; организации работы служб, отделов и агентств, занимающихся рекламной деятельностью, проведение сбора, обобщения и анализа материалов, необходимых для написания отчета о прохождении практики.

К основным задачам производственной (профессионально-творческой) практики следует отнести:

- способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в индустрии гостеприимства;
- владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью;
- обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга;
- умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;
- умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;
- способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

Области профессиональной деятельности и сферы профессиональной деятельности, в которых выпускники, освоившие программу бакалавриата (далее - выпускники), могут осуществлять профессиональную деятельность:

33 Сервис, оказание услуг населению (торговля, техническое обслуживание, ремонт, предоставление персональных услуг, услуги гостеприимства, общественное питание и пр.), (в сфере оказания комплекса услуг по обеспечению временного проживания в гостиницах и иных средствах размещения, включая сопутствующие и дополнительные услуги; организации деятельности организаций общественного питания);

сфера прикладных исследований.

06 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы);

11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации); сфера рекламы и связей с общественностью. Выпускники могут осуществлять профессиональную деятельность в других областях и (или) сферах профессиональной деятельности при условии соответствия уровня их образования и полученных компетенций требованиям к квалификации работника.

Типы задач профессиональной деятельности выпускников:

- *исследовательский.*

Перечень основных объектов (или областей знания) профессиональной деятельности выпускников

- гостиницы и другие средства размещения,
- предприятия общественного питания;
- услуги организаций сферы гостеприимства и общественного питания, включающие в себя основные, дополнительные и сопутствующие услуги, а также технологии их формирования, продвижения и реализации;
- потребители услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания, их запросы, потребности и ключевые ценности;
- реклама и связи с общественностью в сфере гостеприимства;
- связь, и коммуникационные технологии в индустрии гостеприимства.

В результате прохождения практики обучающийся должен овладеть следующими результатами, соотнесенными с индикаторами достижения компетенции

Результаты освоения ООП, компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
<p>ОПК-2(РиСО) 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 и понимает основные тенденции развития общественных и государственных институтов</p> <p>ОПК-2.2 Учитывает в профессиональной деятельности по созданию медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов тенденции развития общественных и государственных институтов</p>	<p>Знать</p> <ul style="list-style-type: none"> - текущее развитие общественных институтов; - тенденции развития государственных институтов <p>Уметь</p> <ul style="list-style-type: none"> - учитывать тенденции развития общественных институтов при создании медиатекстов или медиапродуктов; - учитывать тенденции развития государственных институтов при создании медиатекстов или медиапродуктов; <p>Владеть</p>

		<ul style="list-style-type: none"> - способами разностороннего освещения тенденций развития общественных институтов; - способами разностороннего освещения тенденций развития государственных институтов
<p>ОПК-3 (ГД) Способен обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности</p>	<p>ОПК-3.1 Проводит анализ и оценку качества процессов оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания</p> <p>ОПК-3.2 Управляет процессом обеспечения требуемого качества процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности</p>	<p>Знать стандарты и методы оценки качества процессов оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания</p> <p>Умеет -осуществлять оценку качества процессов оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания -управлять процессом обеспечения требуемого качества процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности</p> <p>Владеет -методами оценки качества процессов оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания - навыками управления процессом обеспечения требуемого качества процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности</p>
<p>ОПК-4 (ГД) Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания</p>	<p>ОПК-4.1 Владеет методами организации продаж и продвижения услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания</p> <p>ОПК-4.2 Проводит исследование рынка в сфере гостеприимства и общественного питания</p>	<p>Знать - возможный спектр запросов целевой аудитории при решении профессиональных задач в сфере гостеприимства и общественного питания; - методы и приемы анализа запросов целевой аудитории в сфере гостеприимства и общественного питания;</p> <p>Уметь - ориентироваться в спектре возможных запросов целевой</p>

		<p>аудитории при решении профессиональных задач в сфере гостеприимства и общественного питания;</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществляет деятельность с учетом запросов целевой аудитории в сфере гостеприимства и общественного питания; <p>Владеть</p> <ul style="list-style-type: none"> - методы и приемы сбора, анализа и обработки запросов целевой аудитории в сфере гостеприимства и общественного питания
<p>ОПК-4(РиСО) Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности</p>	<p>ОПК-4.1 Ориентируется в спектре возможных запросов целевой аудитории при решении профессиональных задач</p> <p>ОПК-4.2 Осуществляет деятельность с учетом запросов целевой аудитории</p>	<p>Знать</p> <ul style="list-style-type: none"> - возможный спектр запросов целевой аудитории при решении профессиональных задач; - методы и приемы анализа запросов целевой аудитории; <p>Уметь</p> <ul style="list-style-type: none"> - ориентироваться в спектре возможных запросов целевой аудитории при решении профессиональных задач; - осуществляет деятельность с учетом запросов целевой аудитории; <p>Владеть</p> <ul style="list-style-type: none"> - методы и приемы сбора, анализа и обработки запросов целевой аудитории
<p>ОПК-5(РиСО) 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</p>	<p>ОПК-5.1 Знает и понимает основные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны, мира</p> <p>ОПК-5.2 Понимает политические и экономические механизмы, правовые и этические нормы функционирования медиакоммуникационных систем</p>	<p>Знать</p> <ul style="list-style-type: none"> - структуры медиакоммуникационных систем региона и страны исходя из политических и экономических механизмов их функционирования; - структуры медиакоммуникационных систем мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования;

	<p>ОПК-5.3 Учитывает в профессиональной деятельности политических и экономических механизмы функционирования медиакоммуникационных систем, правовые и этические нормы их регулирования</p>	<p>Уметь</p> <ul style="list-style-type: none"> - учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона и страны; - учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем мира; <p>Владеть</p> <ul style="list-style-type: none"> - выявлять тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из правовых норм их регулирования; - выявлять тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из этических норм их регулирования
<p>ОПК-5 (ГД) Способен принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности</p>	<p>ОПК-5.1 Решает задачи, связанные с рыночным поведением организации в контексте ситуации на рынке, целей бизнеса, интересов потребителей и общества в целом</p> <p>ОПК-5.2 Принимает в рамках предоставленных ему полномочий своевременные и обоснованные управленческие решения, обеспечивающие экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности</p>	<p>Знать</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы экономического анализа и финансового менеджмента, - методы оценки рисков - методы принятия управленческих решений <p>Уметь</p> <ul style="list-style-type: none"> - решать задачи, связанные с рыночным поведением организации в контексте ситуации на рынке, целей бизнеса, интересов потребителей и общества в целом - принимать своевременные и обоснованные управленческие решения, обеспечивающие экономическую эффективность организаций <p>Владеть</p> <ul style="list-style-type: none"> - способностью принимать экономически обоснованные решения, - обеспечивать экономическую эффективность организаций

<p style="text-align: center;">ОПК-7 (РиСО) Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности</p>	<p>ОПК-7.1. Знает и понимает основные принципы социальной ответственности бизнеса</p> <p>ОПК-7.2 Учитывает эффекты и последствия профессиональной деятельности на основе принципов социальной ответственности</p>	<p>Знать</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные принципы социальной ответственности бизнеса; - эффекты и последствия профессиональной деятельности на основе принципов социальной ответственности; <p>Уметь</p> <ul style="list-style-type: none"> -применять основные принципы социальной ответственности бизнеса для решения профессиональных задач; - оценивать эффекты и последствия профессиональной деятельности на основе принципов социальной ответственности в профессиональной деятельности; <p>Владеть</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками использования основных принципов социальной ответственности бизнеса в профессиональной деятельности; - навыками оценки эффектов и последствий профессиональной деятельности на основе принципов социальной ответственности;
---	---	---

3. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Производственная, (профессионально-творческая) практика 1, является обязательным видом учебной работы бакалавра, непосредственно ориентированной на профессионально-практическую подготовку обучающихся, и входит в Блок 2 «Практика» 43.03.03 Гостиничное дело и 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и относится к обязательной части образовательной программы. Производственная практика является необходимым этапом формирования у обучающихся требуемых компетенций. Ее ценность заключается в приобретении новых и закреплении уже полученных знаний в условиях реальной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.

Для успешного прохождения производственной практики необходимы знания и умения по предшествующим дисциплинам: Теория коммуникации, Теория и практика рекламы, Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью, Теория и практика массмедиа, Правовое и этическое регулирование массмедиа, Корпоративная социальная ответственность и т.д.

4. ОБЪЕМ ПРАКТИКИ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ И ЕЕ ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ В НЕДЕЛЯХ ЛИБО В АКАДЕМИЧЕСКИХ ИЛИ АСТРОНОМИЧЕСКИХ ЧАСАХ

Объем практики в зачетных единицах составляет 6 зачетных единиц (ЗЕ), 216 академических часов (6 недель).

Форма промежуточной аттестации – зачет.

5. СОДЕРЖАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЯ ПРАКТИКИ

5.1. Содержание практики

Код формируемых компетенций	Содержание практики	Кол-во час. (СРС/практ. подготовка)	Формы контроля
ОПК-2 (РиСО+ГД) ОПК-3 (ГД) ОПК-4 (РиСО+ГД) ОПК-5 (РиСО+ГД) ОПК-7 (РиСО)	Проведение организационного собрания с целью ознакомления студентов с целями и задачами практики, программой практики, с методическими рекомендациями по ее прохождению, оформлению и процедуре защиты. Консультация с руководителем практики от Института. Проведение первичного инструктажа по технике безопасности	2 (ауд.)	
	Подбор необходимой литературы, работа с электронными базами данных. Прибытие на место проведения производственной практики. Оформление пропусков, прохождение инструктажа по технике безопасности и охране труда. Знакомство с правилами внутреннего трудового распорядка на организации и документами, регламентирующими маркетинговую деятельность	14/4	Собеседование с руководителем практики от организации (места прохождения практики)
	Организация работы по месту практики. Оформление рабочего графика прохождения практики; выполнение производственных заданий; мероприятия по сбору, обработке и систематизации собранного материала; другие виды работ в соответствии с поставленными задачами практики (изучение организационной структуры организации и полномочий ее структурных подразделений); нормативно-правовые акты и локальная документация и т.п.	70/20	

	<p>Систематизация, анализ и обработка данных, полученных в процессе прохождения производственной практики. Анализ основных показателей эффективности рекламного отдела и (или) отдела по связям с общественностью – места прохождения практики. Распределение функций по структурам соответствующих отделов, планирование и контроль рекламной деятельности, анализ и оценка эффективности проводимых рекламных мероприятий.</p> <p>Методы разработки и реализации рекламных кампаний. Методы оценки экономической и коммуникативной эффективности рекламной и PR- деятельности. Показатели рекламной и PR- политики: описание коммуникативной стратегии, виды и график рекламных и PR-мероприятий, промо-акций, показатели доли марки и её узнаваемости, бюджет на рекламные и PR- кампании, результаты оценки эффективности рекламной и PR- политики.</p> <p>Разработка предложений по повышению эффективности подразделения (организации) места практики</p>	70/20	Подготовка основных разделов отчета и согласование их с руководителем практики от организации (места прохождения практики)
	Оформление отчета по результатам прохождения производственной практики	16 (СРС)	Представление отчета по практике на проверку руководителю практики от Института
	ИТОГО:	216 час.	

5.2. Организация прохождения практики

Приказом по институту студенты направляются для прохождения практики в организации и учреждения Санкт-Петербурга, с которыми предварительно заключается договор. Для руководства практикой назначается руководитель (руководители) практики из числа лиц, относящихся к профессорско-преподавательскому составу Института, и руководитель (руководители) практики из числа работников организации.

Руководитель практики от Института:

- устанавливает связь с руководителями практики от организации и совместно с ними составляют рабочую программу проведения практики;
- разрабатывает тематику индивидуальных заданий;
- принимает участие в распределении студентов по рабочим местам и видам работ;
- несет ответственность совместно с руководителем практики от организации за соблюдение студентами правил техники безопасности;
- осуществляет контроль за соблюдением сроков практики и ее содержанием.
- оказывает методическую помощь студентам при выполнении ими индивидуальных заданий;
- оценивает результаты выполнения студентами программы практики.

Направление на практику оформляется Приказом по Институту с указанием:

- места закрепления каждого обучающегося за Институтом или организацией;
- руководителя практики от Института и организации;
- вида и срока прохождения практики.

Обучающиеся, совмещающие обучение с трудовой деятельностью, вправе проходить практику, по месту трудовой деятельности в случаях, если профессиональная деятельность, осуществляемая ими, соответствует требованиям к содержанию практики.

Обучающиеся в период прохождения практики:

- выполняют программу практики;
- соблюдают правила внутреннего трудового распорядка;
- соблюдают требования охраны труда и пожарной безопасности.

6. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПРОХОЖДЕНИЮ ПРАКТИКИ И ФОРМЫ ОТЧЕТНОСТИ ПО ПРАКТИКЕ

6.1. Методические рекомендации по прохождению практики и составлению отчета

1. До начала практики составляется рабочая программа практики; обучающиеся получают индивидуальные задания по практике; по результатам практики, обучающиеся представляют отчет по практике и проходят устное собеседование с руководителем практики от Института. Обучающиеся вправе представить отзыв руководителя практики от организации, составленный в произвольной форме.

2. В период практики студенты должны вести рабочие записи и собрать необходимые материалы для составления отчета о прохождении производственной практики.

3. Отчет о прохождении практики должен включать следующие основные разделы:

ВВЕДЕНИЕ

во введении необходимо указать:

- а) место и время прохождения практики (даты начала и окончания практики);
- б) цели практики (соответствуют целям в индивидуальном плане прохождения практики);
- в) перечень работ, выполненных в процессе практики.

РАЗДЕЛ 1. Общая характеристика организации, в которой студент проходил практику

- 1.1. Полное и сокращенное наименование организации
- 1.2. Организационно-правовой статус (ООО, ОАО,...)
- 1.3. Год создания, краткая история возникновения и развития компании
- 1.4. Сфера деятельности компании

РАЗДЕЛ 2. АНАЛИЗ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

- 2.1. Характеристика продукта (продукция, работа и услуги), в том числе тип, вид, комплектность, ассортимент, конкурентные преимущества, позиция, упаковка
- 2.2. Характеристика рынка, сегментов и сложившейся конъюнктуры на производимые и/или продаваемые товары (продукцию, работу и услуги)
- 2.3. Распределение прав и обязанностей в системе управления рекламой, возможность и эффективность использования инструментов коммуникаций
- 2.4. Особенности взаимодействия со сторонними организациями в области осуществления рекламной деятельности: агентства, полиграфия, СМИ
- 2.5. Методы стимулирования реализации продукции организации (использование промо- акций, бонусов, скидок, закупки продукции на местах производства и др.),

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Основные выводы и рекомендации по совершенствованию деятельности организации в области рекламы и связей с общественностью, подготовленные обучающимся в процессе прохождения производственной практики.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Приложения

Примечание

Обучающий может дополнить отчет разделами и параграфами по своему усмотрению, либо по согласованию с руководителем практик от Института и (или) организации – места прохождения практики. Приведенная выше структура отчета – является минимальным требованием к его содержанию.

4. Отчет должен содержать развернутые ответы на все вопросы, предусмотренные программой прохождения практики. Отчет оформляется в печатном виде и должен быть оформлен в соответствии с общими требованиями, предъявляемыми к отчетным материалам: должен быть выполнен в компьютерном варианте на стандартных листах бумаги формата А4 (шрифт Times New Roman, размер - 14, полуторный интервал, поля: верхнее нижнее и правое - 2 см, левое - 3 см). Нумерация листов сквозная, титульный лист учитывается, но не нумеруется. Объем отчета определяется каждым студентом индивидуально. Обложкой отчета является титульный лист, на котором должны быть указаны все атрибуты работы и сведения о студенте. В конце отчета могут находиться приложения: выписки из устава организации, положения, должностные инструкции, образцы служебной документации, используемые методики и технологии и т. п.

6.2. ФОРМЫ ОТЧЕТНОСТИ ПО ПРАКТИКЕ

6.2.1. Направление на практику с рабочей программой практики и индивидуальным заданием по практике

НАПРАВЛЕНИЕ НА ПРАКТИКУ

обучающегося

(20__ - 20__ учебный год)

(Ф.И.О. обучающегося)

Направление подготовки _____

Направленность (профиль) _____

Курс, семестр _____

Вид практики _____

Способ проведения практики – стационарная _____

Срок проведения практики _____

Место проведения практики _____

Руководитель практики от Института _____

(Ф.И.О. должность, ученое звание)

Руководитель практики от организации (при направлении в организацию) _____

(Ф.И.О. должность, ученое звание)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

№	Планируемые формы работы	Сроки проведения

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ ПО ПРАКТИКЕ

При прохождении производственной практики (профессионально-творческой 1), студент должен выполнить следующие задания:

1. Познакомиться с организацией (при направлении в профильную организацию).
2. Проанализировать особенности деятельности отдела рекламы и связи с общественностью (маркетинга) в организации.
3. Осуществить анализ основных показателей эффективности .
4. Разработать предложения по совершенствованию маркетинговой деятельности организации.

Обучающийся _____ / _____
(подпись) (Ф.И.О.)

Руководитель практики _____ / _____
(подпись) (Ф.И.О.)

6.2.2. Отчет по практике

ОТЧЕТ о практике

(Ф.И.О. обучающегося)

Направление подготовки _____
(шифр и наименование)

Направленность _____ (профиль):

(шифр и наименование)

Курс, семестр _____

Вид практики _____

Способ проведения практики стационарная _____

Срок проведения практики _____

Место проведения практики _____

Руководитель практики: _____

Содержание практики: _____

7. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРАКТИКЕ

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования; описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Этап (уровень) освоения компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного индикатора достижения компетенций)	Шкала и критерии оценивания результатов обучения	
			НЕ ЗАЧТЕНО	ЗАЧТЕНО
ОПК-2(РиСО) Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиaproдуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1 Знает и понимает основные тенденции развития общественных и государственных институтов ОПК-2.2 Учитывает в профессиональной деятельности по созданию медиатекстов и (или) медиaproдуктов, и (или) коммуникационных продуктов тенденции развития общественных и государственных институтов	Знать - текущее развитие общественных институтов; - тенденции развития государственных институтов Уметь - учитывать тенденции развития общественных институтов при создании медиатекстов или медиaproдуктов; - учитывать тенденции развития государственных институтов при создании медиатекстов или медиaproдуктов; Владеть - способами разностороннего	Не знает - текущее развитие общественных институтов; - тенденции развития государственных институтов Не умеет - учитывать тенденции развития общественных институтов при создании медиатекстов или медиaproдуктов; - учитывать тенденции развития государственных институтов при создании медиатекстов или медиaproдуктов; Не владеет - способами разностороннего	Знает - текущее развитие общественных институтов; - тенденции развития государственных институтов Умеет - учитывать тенденции развития общественных институтов при создании медиатекстов или медиaproдуктов; - учитывать тенденции развития государственных институтов при создании медиатекстов или медиaproдуктов; Владеет - способами разностороннего

		освещения тенденций развития общественных институтов; - способами разностороннего освещения тенденций развития государственных институтов	освещения тенденций развития общественных институтов; - способами разностороннего освещения тенденций развития государственных институтов	освещения тенденций развития общественных институтов; - способами разностороннего освещения тенденций развития государственных институтов
ОПК-3 (ГД) Способен обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности	ОПК-3.1 Проводит анализ и оценку качества процессов оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания ОПК-3.2 Управляет процессом обеспечения требуемого качества процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности	Знать стандарты и методы оценки качества процессов оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания Уметь -осуществлять оценку качества процессов оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания -управлять процессом обеспечения требуемого качества процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности Владет -методами оценки качества процессов оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания -навыками управления процессом обеспечения требуемого качества процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности	Не знает стандарты и методы оценки качества процессов оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания Не умеет -осуществлять оценку качества процессов оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания -управлять процессом обеспечения требуемого качества процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности Не владеет -методами оценки качества процессов оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания -навыками управления процессом обеспечения требуемого качества процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности	Знает стандарты и методы оценки качества процессов оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания Умеет -осуществлять оценку качества процессов оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания -управлять процессом обеспечения требуемого качества процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности Владет -методами оценки качества процессов оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания -навыками управления процессом обеспечения требуемого качества процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности

<p>ОПК-4 (ГД) Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания</p>	<p>ОПК-4.1 Владеет методами организации продаж и продвижения услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания ОПК-4.2 Проводит исследование рынка в сфере гостеприимства и общественного питания</p>	<p>Знать - возможный спектр запросов целевой аудитории при решении профессиональных задач в сфере гостеприимства и общественного питания; - методы и приемы анализа запросов целевой аудитории в сфере гостеприимства и общественного питания; Уметь - ориентироваться в спектре возможных запросов целевой аудитории при решении профессиональных задач в сфере гостеприимства и общественного питания; - осуществляет деятельность с учетом запросов целевой аудитории в сфере гостеприимства и общественного питания; Владеть - методы и приемы сбора, анализа и обработки запросов целевой аудитории в сфере гостеприимства и общественного питания</p>	<p>Не знает - возможный спектр запросов целевой аудитории при решении профессиональных задач в сфере гостеприимства и общественного питания; - методы и приемы анализа запросов целевой аудитории в сфере гостеприимства и общественного питания; Не умеет - ориентироваться в спектре возможных запросов целевой аудитории при решении профессиональных задач в сфере гостеприимства и общественного питания; - осуществляет деятельность с учетом запросов целевой аудитории в сфере гостеприимства и общественного питания; Не владеет - методы и приемы сбора, анализа и обработки запросов целевой аудитории в сфере гостеприимства и общественного питания</p>	<p>Знает - возможный спектр запросов целевой аудитории при решении профессиональных задач в сфере гостеприимства и общественного питания; - методы и приемы анализа запросов целевой аудитории в сфере гостеприимства и общественного питания; Умеет - ориентироваться в спектре возможных запросов целевой аудитории при решении профессиональных задач в сфере гостеприимства и общественного питания; - осуществляет деятельность с учетом запросов целевой аудитории в сфере гостеприимства и общественного питания; Владеет - методы и приемы сбора, анализа и обработки запросов целевой аудитории в сфере гостеприимства и общественного питания</p>
<p>ОПК-4(РиСО) Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности</p>	<p>ОПК-4.1 Ориентируется в спектре возможных запросов целевой аудитории при решении профессиональных задач ОПК-4.2 Осуществляет деятельность с учетом запросов</p>	<p>Знать - возможный спектр запросов целевой аудитории при решении профессиональных задач; - методы и приемы анализа запросов целевой аудитории;</p>	<p>Не знает - возможный спектр запросов целевой аудитории при решении профессиональных задач; - методы и приемы анализа запросов целевой аудитории;</p>	<p>Знает - возможный спектр запросов целевой аудитории при решении профессиональных задач; - методы и приемы анализа запросов целевой аудитории;</p>

	целевой аудитории	<p>Уметь</p> <ul style="list-style-type: none"> - ориентироваться в спектре возможных запросов целевой аудитории при решении профессиональных задач; - осуществляет деятельность с учетом запросов целевой аудитории; <p>Владеть</p> <ul style="list-style-type: none"> - методами и приемами сбора, анализа и обработки запросов целевой аудитории 	<p>Не умеет</p> <ul style="list-style-type: none"> - ориентироваться в спектре возможных запросов целевой аудитории при решении профессиональных задач; - осуществляет деятельность с учетом запросов целевой аудитории; <p>Не владеет</p> <ul style="list-style-type: none"> - методами и приемами сбора, анализа и обработки запросов целевой аудитории 	<p>Умеет</p> <ul style="list-style-type: none"> - ориентироваться в спектре возможных запросов целевой аудитории при решении профессиональных задач; - осуществляет деятельность с учетом запросов целевой аудитории; <p>Владеет</p> <ul style="list-style-type: none"> - методы и приемы сбора, анализа и обработки запросов целевой аудитории
<p>ОПК-5(РиСО) 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</p>	<p>ОПК-5.1 Знает и понимает основные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны, мира ОПК-5.2 Понимает политические и экономические механизмы, правовые и этические нормы функционирования медиакоммуникационных систем ОПК-5.3 Учитывает в профессиональной деятельности политических и экономические механизмы функционирования медиакоммуникационных систем, правовые и этические нормы их регулирования</p>	<p>Знать</p> <ul style="list-style-type: none"> - структуры медиакоммуникационных систем региона и страны исходя из политических и экономических механизмов их функционирования; - структуры медиакоммуникационных систем мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования; <p>Уметь</p> <ul style="list-style-type: none"> - учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона и страны; - учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем мира; <p>Владеть</p> <ul style="list-style-type: none"> - выявлять тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из 	<p>Не знает</p> <ul style="list-style-type: none"> - структуры медиакоммуникационных систем региона и страны исходя из политических и экономических механизмов их функционирования; - структуры медиакоммуникационных систем мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования; <p>Не умеет</p> <ul style="list-style-type: none"> - учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона и страны; - учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем мира; <p>Не владеет</p> <ul style="list-style-type: none"> - выявлять тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из 	<p>Знает</p> <ul style="list-style-type: none"> - структуры медиакоммуникационных систем региона и страны исходя из политических и экономических механизмов их функционирования; - структуры медиакоммуникационных систем мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования; <p>Умеет</p> <ul style="list-style-type: none"> - учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона и страны; - учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем мира; <p>Владеет</p> <ul style="list-style-type: none"> - выявлять тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из

		правовых норм их регулирования; - выявлять тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из этических норм их регулирования	правовых норм их регулирования; - выявлять тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из этических норм их регулирования	правовых норм их регулирования; - выявлять тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из этических норм их регулирования
ОПК-5 (ГД) Способен принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности	ОПК-5.1 Решает задачи, связанные с рыночным поведением организации в контексте ситуации на рынке, целей бизнеса, интересов потребителей и общества в целом ОПК-5.2 Принимает в рамках предоставленных ему полномочий своевременные и обоснованные управленческие решения, обеспечивающие экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности	Знать - основы экономического анализа и финансового менеджмента, - методы оценки рисков - методы принятия управленческих решений Уметь - решать задачи, связанные с рыночным поведением организации в контексте ситуации на рынке, целей бизнеса, интересов потребителей и общества в целом - принимать своевременные и обоснованные управленческие решения, обеспечивающие экономическую эффективность организаций Владеть - способностью принимать экономически обоснованные решения, - обеспечивать экономическую эффективность организаций	Не знает - основы экономического анализа и финансового менеджмента, - методы оценки рисков - методы принятия управленческих решений Не умеет - решать задачи, связанные с рыночным поведением организации в контексте ситуации на рынке, целей бизнеса, интересов потребителей и общества в целом - принимать своевременные и обоснованные управленческие решения, обеспечивающие экономическую эффективность организаций Не владеет - способностью принимать экономически обоснованные решения, - обеспечивать экономическую эффективность организаций	Знает - основы экономического анализа и финансового менеджмента, - методы оценки рисков - методы принятия управленческих решений Умеет - решать задачи, связанные с рыночным поведением организации в контексте ситуации на рынке, целей бизнеса, интересов потребителей и общества в целом - принимать своевременные и обоснованные управленческие решения, обеспечивающие экономическую эффективность организаций Владеет - способностью принимать экономически обоснованные решения, - обеспечивать экономическую эффективность организаций

<p>ОПК-7 (РиСО) Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности</p>	<p>ОПК-7.1. Знает и понимает основные принципы социальной ответственности бизнеса ОПК-7.2. Учитывает эффекты и последствия профессиональной деятельности на основе принципов социальной ответственности</p>	<p>Знать - основные принципы социальной ответственности бизнеса; - эффекты и последствия профессиональной деятельности на основе принципов социальной ответственности; Уметь -применять основные принципы социальной ответственности бизнеса для решения профессиональных задач; - оценивать эффекты и последствия профессиональной деятельности на основе принципов социальной ответственности в профессиональной деятельности; Владеть - навыками использования основных принципов социальной ответственности бизнеса в профессиональной деятельности; - навыками оценки эффектов и последствий профессиональной деятельности на основе принципов социальной ответственности;</p>	<p>Не знает - основные принципы социальной ответственности бизнеса; - эффекты и последствия профессиональной деятельности на основе принципов социальной ответственности; Не умеет -применять основные принципы социальной ответственности бизнеса для решения профессиональных задач; - оценивать эффекты и последствия профессиональной деятельности на основе принципов социальной ответственности в профессиональной деятельности; Не владеет - навыками использования основных принципов социальной ответственности бизнеса в профессиональной деятельности; - навыками оценки эффектов и последствий профессиональной деятельности на основе принципов социальной ответственности;</p>	<p>Знает - основные принципы социальной ответственности бизнеса; - эффекты и последствия профессиональной деятельности на основе принципов социальной ответственности; Умеет -применять основные принципы социальной ответственности бизнеса для решения профессиональных задач; - оценивать эффекты и последствия профессиональной деятельности на основе принципов социальной ответственности в профессиональной деятельности; Владеет - навыками использования основных принципов социальной ответственности бизнеса в профессиональной деятельности; - навыками оценки эффектов и последствий профессиональной деятельности на основе принципов социальной ответственности;</p>
---	---	--	--	---

7.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.

7.2.1. Примерные вопросы для подготовки к промежуточной аттестации по практике

1. Организационная структура предприятия
2. Локально-нормативные акты предприятия - базы практики, регламентирующие деятельность организации
3. Нормативные акты и локально-нормативные акты предприятия - базы практики, регламентирующие требования охраны труда
4. Правила проведения инструктажа по технике безопасности, оказания первой помощи и защиты от ЧС.
5. Локальные нормативные акты (порядки, инструкции), регламентирующие процесс управления рекламой
6. Функциональные обязанности сотрудников отдела рекламы
7. Процесс разработки рекламных кампаний, проектов: распределение ролей и ответственность.
8. Методы анализа рынка продукта в организации
9. Способы обратной связи с потребителями продукта организации
10. Методы определения конкурентных преимуществ продукта организации
11. Выявление сегментов рынка и работа организации по продвижению продукта для различных сегментов
12. Система мотивации сотрудников отдела рекламы
13. Методы анализа конкурентной среды
14. Место предприятия-базы практики на рынке рекламных товаров и услуг.
15. Взаимодействие отдела рекламы с отделом маркетинга или продаж
16. Методы работы с нормативной документацией, регулирующих деятельность организации в целом и локальными нормативными актами организации, регламентирующих рекламную деятельность;
17. Способы изучения спроса и предложения, конкурентов, исследования каналов коммуникаций и сбыта продукции;
18. Методы продвижения продукта компании;
19. Факторы, определяющие эффективность рекламной деятельности.
20. Процессный подход к управлению рекламной деятельностью.
Распределение полномочий и проблема делегирования
21. Организация командной работы. Место и роль участников. Специфика социального взаимодействия.
22. Особенности реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий. Оценка их результативности.
23. Понятие авторской деятельности. Защита авторских прав в России и за рубежом.
24. Поиск и организация взаимодействия с деловыми партнерами в том числе субподрядчиками в области рекламной деятельности
25. Требования, предъявляемые к оформлению подученных в результате исследования выводов в форме аналитической записки или отчета

7.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

По результатам собеседования и оценки отчета, руководителем практики выставляется оценка по шкале – «зачтено» или «не зачтено». В случае получения оценки «не зачтено», обучающийся может быть отчислен из Института, как не выполнивший учебный план, либо повторно направлен на прохождение соответствующей практики.

Промежуточная аттестация по результатам практики проводится в форме **зачета**.

При оценке работы студента во время практики принимается во внимание:

- деятельность студента в период практики (степень полноты выполнения программы);

- содержание и качество оформления отчета;

- ответы студента на собеседовании по результатам практики.

Оценка **«зачет с оценкой»** выставляется при выполнении следующих условий:

1) Своевременное предоставление материалов по этапам практики.

2) Полное соответствие предъявляемых студентом материалов по практике требованиям к их оформлению.

3) Грамотное описание всех этапов прохождения практики.

4) Активность позиции студента при прохождении практики.

Оценка **«не зачтено»** выставляется при условии:

1) Нарушение этапов прохождения практики.

2) Несоответствие предъявляемых студентом материалов по практике требованиям к их оформлению, наличие существенных ошибок и недочетов.

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

а) основная учебная литература:

1. Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью : учебное пособие / составители А. В. Ларина. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2017. — 96 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102938.html> (дата обращения: 13.03.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/102938>

2. Горяева, Е. Г. Организация работы отдела по связям с общественностью : учебное пособие / Е. Г. Горяева. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2009. — 80 с. — ISBN 978-5-7782-1244-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/44976.html> (дата обращения: 13.03.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

б) дополнительная учебная литература:

1. Карпова, Г. Г. Реклама и связи с общественностью : учебно-методическое пособие / Г. Г. Карпова, Г. Р. Шамьенова, А. Ю. Егорова. — Саратов : Саратовский государственный технический университет имени Ю.А. Гагарина, ЭБС АСВ, 2016. — 308 с. — ISBN 978-5-7433-3018-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/80116.html> (дата обращения: 13.03.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/80116>

в) ресурсы сети «Интернет»

1. Российская научная электронная библиотека - eLIBRARY.ru.

2. <http://www.iprbookshop.ru/>- ЭБС «IPRBook».

9. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ПРАКТИКИ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ

В процессе прохождения практики студентами могут быть использованы следующие информационные технологии:

- использование электронных изданий (слайд-презентаций, электронного курса, графических объектов, видео- аудиоматериалов (через Интернет));
- использование информационных (справочных) систем, баз данных; организация взаимодействия с обучающимися посредством электронной почты, форумов, Интернет-групп, скайп, чаты, видеоконференцсвязь; компьютерное тестирование.

а) Электронные базы данных:

1. Российская научная электронная библиотека - eLIBRARY.ru.
2. <http://www.iprbookshop.ru/>- ЭБС «IPR Book».

б) Состав лицензионного программного обеспечения: Microsoft Windows; Microsoft Office.

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Материально-техническая база для проведения практики формируется на основе требований к условиям реализации образовательных программ, определяемых ФГОС ВО по направлениям подготовки 43.03.03 Гостиничное дело и 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), действующей нормативно-правовой базой, с учетом особенностей, связанных с профилем образовательной программы.

Институт располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение практики.

Материально-техническая база соответствует действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Материально-техническая база включает помещения для самостоятельной работы, читальный зал Института, оборудованные компьютерной техникой и периферийным оборудованием, оборудованием для демонстрационного материала и наглядными пособиями.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ПРАКТИКА)

1. ВИД ПРАКТИКИ, СПОСОБ ЕЕ ПРОВЕДЕНИЯ

Организационно-управленческая практика (далее Практика) относится к виду производственной практики. Способ проведения практики: стационарная для студентов всех форм обучения.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Производственная: Организационно-управленческая практика относится к вариативной части основной образовательной программы высшего образования (программа бакалавриата по направлениям 43.03.03 Гостиничное дело и 42.03.01 Реклама и связь с общественностью, направленность (профиль) «Маркетинг в индустрии гостеприимства»)

Производственная: Организационно-управленческая практика проводится после завершения изучения соответствующих теоретических и практикоориентированных дисциплин и др.

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.

Цель практики – закрепление теоретических знаний, полученных при изучении базовых дисциплин; практическое участие студентов в деятельности гостиничного предприятия; участие в работе основных служб и отделов предприятий в гостиничной индустрии; усвоение приемов, методов и способов обработки, представления и интерпретации результатов проведенных практических исследований; приобщение к социальной среде гостиничного предприятия; - приобретение практических навыков и компетенций, а также опыта самостоятельной работы в сфере будущей профессиональной деятельности. получение первичных умений и навыков научно-исследовательской работы; создание информационно-аналитической базы по разработке курсовых работ и выпускной квалификационной работы.

Задачи практики:

- ознакомление в реальных условиях функционирования конкретной организации с повседневной практикой реализации профессиональных умений и навыков.
- изучение общих принципов гостиничного предприятия и структуры управления гостиницей;
- ознакомление с информационной системой гостиничного предприятия и технологиями для поддержки принятия управленческих решений;
- сбор информации, необходимой для подготовки отчета, приобрести навыки по обработке и анализу данных.

Области профессиональной деятельности и сферы профессиональной деятельности, в которых выпускники, освоившие программу бакалавриата (далее - выпускники), могут осуществлять профессиональную деятельность:

33 Сервис, оказание услуг населению (торговля, техническое обслуживание, ремонт,

предоставление персональных услуг, услуги гостеприимства, общественное питание и пр.), (в сфере оказания комплекса услуг по обеспечению временного проживания в гостиницах и иных средствах размещения, включая сопутствующие и дополнительные услуги; организации деятельности организаций общественного питания);

сфера прикладных исследований.

06 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы);

11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации); сфера рекламы и связей с общественностью. Выпускники могут осуществлять профессиональную деятельность в других областях и (или) сферах профессиональной деятельности при условии соответствия уровня их образования и полученных компетенций требованиям к квалификации работника.

Типы задач профессиональной деятельности выпускников:

- *исследовательский.*

Перечень основных объектов (или областей знания) профессиональной деятельности выпускников

- гостиницы и другие средства размещения,
- предприятия общественного питания;
- услуги организаций сферы гостеприимства и общественного питания, включающие в себя основные, дополнительные и сопутствующие услуги, а также технологии их формирования, продвижения и реализации;
- потребители услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания, их запросы, потребности и ключевые ценности;
- реклама и связи с общественностью в сфере гостеприимства;
- связь, и коммуникационные технологии в индустрии гостеприимства.

В результате прохождения практики обучающийся должен овладеть следующими результатами, соотнесенными с индикаторами достижения компетенции

Результаты освоения ООП, компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-1 Проводит маркетинговое исследование с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПК-1.1 Проводит маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга ПК-1.2 Проводить маркетинговые интернет-исследования и управлять большими базами маркетинговых данных с использованием	Знать - методы маркетинговых исследований; - маркетинговые интернет-исследования и управлять большими базами маркетинговых данных с использованием цифровых технологий Уметь - проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием

	цифровых технологий	<p>инструментов комплекса маркетинга;</p> <ul style="list-style-type: none"> - проводить маркетинговые интернет-исследования и управлять большими базами маркетинговых данных с использованием цифровых технологий; <p>Владеть</p> <ul style="list-style-type: none"> - методами проведения маркетинговых исследований разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга; - методами проведения маркетинговых интернет-исследований и управлять большими базами маркетинговых данных с использованием цифровых технологий
ПК-2 Осуществляет подготовку к проведению маркетингового исследования	<p>ПК-2.1 Планировать проведение маркетингового исследования</p> <p>ПК-2.2 Подготавливать комплексный план проведения маркетингового исследования</p>	<p>Знать</p> <ul style="list-style-type: none"> - методы планирования маркетинговых исследований; - методами подготовки комплексного плана проведения маркетингового исследования <p>Уметь</p> <ul style="list-style-type: none"> - планировать маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга; - подготавливать комплексный план маркетингового исследования; <p>Владеть</p> <ul style="list-style-type: none"> - методами планирования маркетинговых исследований разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга; - методами подготовки комплексного плана проведения маркетингового исследования

3. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Производственная (организационно-управленческая) практика, является выборным видом учебной работы бакалавра, непосредственно ориентированной на профессионально-практическую подготовку обучающихся, и входит в Блок 2 «Практика» и относится к выборной части образовательной программы, формируемой участниками образовательных отношений. Производственная практика является необходимым этапом формирования у обучающихся требуемых компетенций. Ее ценность заключается в приобретении новых и закреплении уже полученных знаний в условиях реальной деятельности в сфере гостеприимства.

4. ОБЪЕМ ПРАКТИКИ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ И ЕЕ ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ В НЕДЕЛЯХ ЛИБО В АКАДЕМИЧЕСКИХ ИЛИ АСТРОНОМИЧЕСКИХ ЧАСАХ

Объем практики в зачетных единицах составляет 6 зачетных единиц (ЗЕ), 216 академических часов (6 недель).

Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой.

5. СОДЕРЖАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЯ ПРАКТИКИ

5.1. Содержание практики

	Этапы (периоды) практики	Вид работ	Формы текущего контроля	Трудоемкость (в часах)	Коды компетенций
1	Организационный этап	1. Организационное собрание (конференция) для разъяснения целей, задач, содержания и порядка прохождения практики 2. Инструктаж по технике безопасности. 3. Разработка индивидуального задания	Собеседование Собеседование Собеседование	2 2 6	ПК 1.1.
2	Экспериментальный (рабочий) этап	1. Сбор информации. 2. Обработка, систематизация и анализ фактического и теоретического материала 3. Выполнение заданий и необходимых расчетов 4. Отчет перед руководителем о выполненных заданиях	СРС СРС СРС беседа	128 128 204 16	ПК 1.2 ПК 2.1. ПК 2.2.

		5.Подготовка отчета по производственной практике	СРС	112	
3	Заключительный этап	1.Оформление отчета по производственной практике в соответствии с установленными правилами 2.Сдача отчета по производственной практике 3.Защита отчета	СРС беседа, презентация	46 2 2 Зачет оценкой	ПК 1.2 ПК 2.1. ПК 2.2. с

5.2 Организация прохождения практики

Практическая подготовка при проведении практики организуется путем непосредственного выполнения обучающимися определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью. Для руководства практикой, проводимой в институте, назначается Ответственное лицо от института из числа сотрудников, в том числе из числа профессорско-преподавательского состава института.

Для руководства практикой, проводимой в профильной организации, назначается Ответственное лицо от Профильной организации (руководитель практики от Профильной организации), который должен соответствовать требованиям трудового законодательства РФ о допуске к педагогической деятельности. Руководитель по практической подготовке от института, организующий проведение практики, назначается из числа ППС института. Руководитель по практической подготовке от института согласовывает с Ответственным лицом от Профильной организации совместный рабочий график (план) проведения практики, который фиксируется в индивидуальном задании.

Руководитель по практической подготовке от института:

- составляет рабочий график (план) проведения практики;
- разрабатывает индивидуальные задания для обучающихся (определенные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью обучающегося), выполняемые ими в период практики;
- организует участие обучающихся в выполнении определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью;
- оказывает методическую помощь обучающимся при выполнении индивидуальных заданий (определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью);
- несет ответственность совместно с Ответственным работником Профильной организации за реализацию компонентов образовательной программы в форме практической подготовки, за жизнь и здоровье обучающихся, соблюдение ими правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности и санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов;
- участвует в распределении обучающихся по рабочим местам и видам работ в организации;
- осуществляет контроль за соблюдением сроков проведения практики и соответствием ее содержания требованиям, установленным образовательной программой;
- оценивает результаты прохождения практики обучающимися.

Ответственное лицо от Профильной организации:

- создает условия для реализации компонентов образовательной программы в форме практической подготовки, предоставляет рабочие места обучающимся,

оборудование и технические средства обучения в объеме, позволяющие выполнять определенные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью обучающихся;

- проводит инструктаж обучающихся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка и осуществляет надзор за соблюдением обучающимися данных правил;

- обеспечивает безопасные условия реализации компонентов образовательной программы в форме практической подготовки, выполнение правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности и санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов;

- знакомит обучающихся с правилами внутреннего трудового распорядка, требованиями охраны труда, правилами техники безопасности и противопожарной безопасности Профильной организации, иными локальными нормативными актами (при необходимости);

- обо всех случаях нарушения обучающимися правил внутреннего трудового распорядка, охраны труда и техники безопасности сообщает руководителю по практической подготовке от института;

- согласовывает индивидуальные задания обучающихся (определенные видов работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью обучающегося, выполняемые в процессе прохождения практики) и график прохождения практики;

По итогам прохождения практики (в последний день практики) выдает отзыв\характеристику о прохождении практики обучающимся, подписывает и организует проставление печатей на отчетных документах по практике.

Обучающиеся, совмещающие обучение с трудовой деятельностью, вправе проходить практику по месту трудовой деятельности в случаях, если профессиональная деятельность, осуществляемая ими, соответствует требованиям образовательной программы к проведению практики.

Обучающиеся в период прохождения практики:

- выполняют индивидуальные задания (план практики), утвержденные Руководителем по практической подготовке от института и Ответственным работником Профильной организации;

- соблюдают правила внутреннего трудового распорядка;

- соблюдают требования охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, режима конфиденциальности, применяемого в профильной организации.

В случае установления факта нарушения обучающимися своих обязанностей в период организации практической подготовки, режима конфиденциальности, Профильная организация вправе приостановить реализацию компонентов образовательной программы в форме практической подготовки в отношении конкретного обучающегося.

Текущий и промежуточный контроль за выполнением задания осуществляет руководитель практики от образовательной организации высшего образования, как правило, преподаватель выпускающей кафедры, назначенный в соответствии с приказом.

Промежуточными формами аттестации являются собеседование и результаты сбора информации в описательном и иллюстративном виде.

В первые дни производственной практики руководитель практики и ответственный за производственной практику от кафедры проводит установочный контроль по всем объектам производственной практики.

Регулярно, в течение всего срока производственной практики, руководитель производственной практики от кафедры контролирует работу студентов на местах.

Итоговый контроль производственной практики подводится при защите отчета.

6. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПРОХОЖДЕНИЮ ПРАКТИКИ И ФОРМЫ ОТЧЕТНОСТИ ПО ПРАКТИКЕ

6.1. Методические рекомендации по прохождению практики и составлению отчета

Весь учебный процесс от начала изучения и до завершения учебного курса рассчитан на самостоятельную работу студента под руководством и при помощи преподавателя.

Основные цели, задачи и виды деятельности предприятия.

Краткая характеристика предприятия, история создания и развития. Устав предприятия. Ключевые цели предприятия (в т.ч. рыночные, финансовые, производственные, цели по персоналу и др.). Организационно-правовая форма предприятия и форма собственности. Место предприятия на рынке, численность и состав обслуживаемых контингентов. Перспективы развития предприятия.

Внешняя среда организации.

Основные факторы внешней среды, оказывающие существенное влияние на деятельность организации (правовые, политические, экономические, демографические, научно-технические, природно-географические, социально-культурные и др.).

Основные потребители продукции или услуг (название организаций, основные требования, предъявляемые ими, их платежеспособность, спрос на продукцию или услуги). Основные поставщики (название организаций, что они поставляют). Основные конкуренты (название организаций, основные потенциальные возможности, уровень конкуренции).

Укажите основные проблемы и опасности для предприятия, вызываемые факторами внешней среды, и оцените их последствия для предприятия в будущем.

Внутренняя среда организации.

Организационно-технологические аспекты деятельности предприятия. Организационная и производственная структура. Организация работы основных служб предприятия. Численность персонала (основные подразделения, численность управленческого аппарата, уровень квалификации менеджеров). Использование компьютерной техники в организации работы предприятия. Основная номенклатура продукции или услуг (перечислить основные и дополнительные виды продуктов или услуг, производимые данным предприятием). Масштабы производства продукции (предоставления услуг). Характеристика качества продукции (услуг). Уровень цен на продукцию или услуги (в сравнении с конкурентами). Сильные и слабые стороны деятельности организации.

Требования, предъявляемые к профессиональным и личностным качествам современного менеджера.

Общие качества (интуиция, чувство риска и прибыли, самообразование, новаторство и т.д.) 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.

Организация делопроизводства.

Основные документы, регламентирующие деятельность организации. Список основных источников информации по выбранному объекту исследования (документы предприятия; рекламные проспекты, нормативные акты; книги, статьи в периодической печати; материалы Internet и др.).

Содержание основных этапов прохождения практики (подготовительный, исследовательский, аналитический и заключительный) определяются программой

практики.

В период подготовительного этапа:

- производится организационное оформление практики, включающее инструктаж по технике безопасности, общее ознакомление с базой практики и местом прохождения практики;

- определяется предмет исследования и круг изучаемых тем программы практики, устанавливается порядок, сроки и объемы проведения необходимых теоретических и экспериментальных исследований, наблюдений и расчетов.

Исследовательский этап включает:

- сбор и систематизацию необходимой статистической информации об изучаемом объекте, выявление его состояния, закономерности и тенденций развития посредством изучения нормативной, плановой, отчетной и учетной документации, а также проведение дополнительных исследований путем анкетирования, наблюдения и т.п.

Аналитический этап предполагает:

Задание 1. Представить (и отразить в отчете) характеристику объекта: миссию гостиницы, цель, виды деятельности, права и ответственность предприятия. Познакомиться с учредительными документами, изучить комплекс законодательных актов, регулирующих деятельность гостиничного дела.

Задание 2. Изучить организационную структуру исследуемого гостиничного предприятия. Провести анализ организационной структуры управления. Определить организационную форму, соответствие ее целям и задачам гостиничного предприятия. В отчете по практике указать состав подразделений, их функции, соподчиненность, взаимодействие, отразить общие принципы управления конкретного предприятия, специфику отрасли, в которой функционирует предприятие.

Задание 3. Знакомство и наглядное наблюдение за работой структурного подразделения, в котором обучающийся проходит практику, его структурой, функциональными обязанностями сотрудников. Знакомство со структурой и функциями отдела, в котором обучающийся проходит практику. Знакомство с должностными инструкциями сотрудников. Отработать навыки работы с бумажной документацией, осуществить знакомство с документооборотом в организации в целом. Отразить в отчете место данного подразделения в общей структуре предприятия, организационную структуру и задачи подразделения, в котором проходит учебная практика.

Задание 4. Ознакомиться с материально-техническим обеспечением работы отдела: принципами и процедурами работы с оргтехникой (компьютерами, факсами, принтерами и т.д.). Провести осмотр и изучение технической базы сбора, хранения и обработки информации в отделе.

Задание 5. Изучить особенности работы с входящей и исходящей информацией в подразделении, ознакомиться с общими принципами ведения баз данных на предприятии. Научиться оперировать основными методами способами и средствами получения, хранения, переработки информации. Научиться работать с входящей и исходящей документацией, в том числе корреспонденцией отдела. Описать данные процедуры в отчете.

Задание 6. Познакомиться со штатным расписанием ресторанный предприятия. Сформировать представление о принципах и профессионально-этических нормах работы в коллективе, сформировать понимание основ субординации в трудовом коллективе, норм исполнения распоряжений, а также отработать навыки тайм-менеджмента, позволяющего регулировать временные затраты на выполнение тех или иных задач в процессе труда.

Задание 7. Провести анализ внешней среды гостиницы. Изучить связи с какими подразделениями этих организаций приходится взаимодействовать предприятию (организации). Провести анализ конкурентов.

Задание 8. Изучить структуру и взаимосвязь помещений гостиничного предприятия, и характеристику материально-технической базы. Дать характеристику оснащения

технологическим оборудованием гостиничного предприятия, принципы отбора и размещения оборудования и оснащение номерного фонда.

Задание 9. Изучить принципы формирования ассортимента услуг гостиничного предприятия. Проанализировать правила, условия предоставления услуг. Отразить в отчете технологию предоставления и реализации дополнительных услуг гостиничного предприятия.

Задание 10. Изучить систему показателей анализа эффективности коммерческой деятельности гостиничного предприятия.

Заключительный этап включает:

оформление отчета по практике;

получение отзыва руководителя практики от организации.

Количество времени, необходимое для прохождения этапов, студент-практикант определяет самостоятельно с учетом рекомендаций руководителя практики от института.

Все указанные пункты должны быть отражены в отчете по итогам прохождения производственной практики.

В отчет, в обязательном порядке, должны быть включены статистические данные, схемы, графики, и иная информация отражающая.

ПРИМЕР ИНДИВИДУАЛЬНОГО ЗАДАНИЯ

1. Знакомство с организацией работы библиотеки, библиотечными информационными каталогами, ресурсами библиотеки и возможностями их использования:

- Найти в электронной библиотеке ЭБС «IPRbooks» <http://www.iprbookshop.ru> учебники и учебные пособия, необходимые для подготовки отчета по производственной (организационно-управленческой) практике.

2. Знакомство с информационно-правовыми системами, использование их возможностей для целей учебной и профессиональной деятельности менеджеров гостиничного дела.

- Найти в справочно-правовой системе КонсультантПлюс, с помощью сети Интернет:

- Министерство экономического развития Российской Федерации, официальный сайт: (<https://www.economy.gov.ru/>)

- Сообщество профессионалов гостиничного бизнеса (<http://www.frontdesk.ru>).

- Портал про гостиничный сервис (<http://prohotel.ru>).

3. Составить и оформить организационно-правовой документ «Профессиональный этикет», «Правила внутреннего распорядка» и др. Показать процедуры работы с документом: подписание, визирование, утверждение, ознакомление.

6.2. Формы отчетности по практике

6.2.1. Направление на практику с рабочей программой практики и индивидуальным заданием по практике

НАПРАВЛЕНИЕ НА ПРАКТИКУ

обучающегося

(20__ - 20__ учебный год)

(Ф.И.О. обучающегося)

Направление подготовки _____

Направленность (профиль) _____

Курс, семестр _____

Вид практики _____

Способ проведения практики стационарная _____
 Срок проведения практики _____
 Место проведения практики _____
 Руководитель практики от Института _____
 (Ф.И.О. должность, ученое звание)

Руководитель практики от организации (при направлении в организацию) _____
 (Ф.И.О. должность, ученое звание)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

№	Планируемые формы работы	Сроки проведения
1		
2		
3		
4		
5		

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ ПО ПРАКТИКЕ

При прохождении учебной практики, практики по получению первичных профессиональных умений и навыков, студент должен выполнить следующие задания:

1. Сбор и обобщение материалов, необходимых для подготовки отчетных документов о практике.
2. Проанализировать и описать цель, задачи, функциональные обязанности специалистов в данной организации.
3. Проанализировать и описать основные умения и навыки, необходимые для успешного выполнения профессиональной деятельности.
4. Создать презентацию микроисследования

Обучающийся _____ / _____
 (подпись) (Ф.И.О.)

Руководитель практики _____ / _____
 (подпись) (Ф.И.О.)

6.2.2. Отчет по практике

ОТЧЕТ о практике

_____ (Ф.И.О. обучающегося)
 Направление подготовки _____
 (шифр и наименование)

Направленность (профиль): _____
 (шифр и наименование)

Курс, семестр _____

Вид практики _____

Способ проведения практики – стационарная _____

Срок проведения практики _____

Место проведения практики _____

Руководитель практики: _____

Содержание практики: _____

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРАКТИКЕ

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования; описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Этап (уровень) освоения компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного индикатора достижения компетенции)	Шкала и критерии оценивания результатов обучения	
			НЕ ЗАЧТЕНО	ЗАЧТЕНО
ПК-1 Проводит маркетинговое исследование с использованием инструментов комплекса маркетинга	<p>ПК-1.1 Проводит маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга</p> <p>ПК-1.2 Проводить</p>	<p>Знать - методы маркетинговых исследований;</p> <p>Уметь - проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга;</p>	<p>Не знает методы маркетинговых исследований;</p> <p>- маркетинговые интернет-исследования и управлять большими базами маркетинговых данных</p>	<p>Знает методы маркетинговых исследований;</p> <p>- маркетинговые интернет-исследования и управлять большими базами маркетинговых данных</p>

	<p>маркетинговые интернет-исследования и управлять большими базами маркетинговых данных с использованием цифровых технологий</p>	<p>- проводить маркетинговые интернет-исследования и управлять большими базами маркетинговых данных с использованием цифровых технологий;</p> <p>Владеть</p> <p>- методами проведения маркетинговых исследований разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга;</p> <p>- методами проведения маркетинговых интернет-исследований и управлять большими базами маркетинговых данных с использованием цифровых технологий</p>	<p>использованием цифровых технологий</p> <p>Не владеет методами проведения маркетинговых интернет-исследований и управлять большими базами маркетинговых данных с использованием цифровых технологий</p>	<p>использованием цифровых технологий</p> <hr/> <p>Владеет методами проведения маркетинговых интернет-исследований и управлять большими базами маркетинговых данных с использованием цифровых технологий</p>
--	--	---	---	--

<p>ПК-2 Осуществляет подготовку к проведению маркетингового исследования</p>	<p>ПК-2.1 Планировать проведение маркетингового исследования</p> <p>ПК-2.2 Подготавливать комплексный план проведения маркетингового исследования</p>	<p>Знать - методы планирования маркетинговых исследований; - методами подготовки комплексного плана проведения маркетингового исследования</p> <p>Уметь - планировать маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга; - подготавливать комплексный план маркетингового исследования;</p> <p>Владеть - методами планирования маркетинговых исследований разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга; - методами подготовки комплексного плана проведения маркетингового исследования</p>	<p>Недостаточн о знает методы планирования маркетинговых исследований; - методы подготовки комплексного плана проведения маркетингового исследования</p> <p>Не владеет методами планирования маркетинговых исследований разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга; - методами подготовки комплексного плана проведения маркетингового исследования</p>	<p>Знает знает методы планирования маркетинговых исследований; - методы подготовки комплексного плана проведения маркетингового исследования</p> <p>Владеет методами планирования маркетинговых исследований разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга; - методами подготовки комплексного плана проведения маркетингового исследования</p>
--	---	--	--	---

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

Нормативная литература

1. Конституция Российской Федерации (с поправками от 30 декабря 2008 г., 5 февраля 2014 г.) [Электронный ресурс]/ — Электрон. текстовые данные.— : 2015.— 36 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/18271.html>.— ЭБС «IPRbooks»
2. Гражданский процессуальный кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс]/ — Электрон. текстовые данные.— : Электронно-библиотечная система IPRbooks, 2017.— 157 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/1247.html>.— ЭБС «IPRbooks»
3. Трудовой кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс]/ — Электрон. текстовые данные.— : Электронно-библиотечная система IPRbooks, 2016.— 226 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/1251.html>.— ЭБС «IPRbooks»
4. ОК 011-93. Общероссийский классификатор управленческой документации. М.: Изд-во стандартов, 1994. — Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_43631

Основная литература:

1. Удалова, И. Б. Менеджмент в туристской индустрии: учебное пособие для бакалавров / И. Б. Удалова, Н. А. Удалова, Е. А. Машинская. — 3-е изд. — Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021. — 255 с. — ISBN 978-5-394-04360-4. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102274.html>. — Режим доступа: для авторизир. Пользователей
2. Николаев, М. И. Метрология, стандартизация, сертификация и управление качеством: учебное пособие / М. И. Николаев. — 3-е изд. — Москва, Саратов: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 115 с. — ISBN 978-5-4497-0330-9. <http://www.iprbookshop.ru/89446.html>
3. Захарова, Н. А. Стандартизация, сертификация, лицензирование, контроль и надзор в туризме: учебное пособие / Н. А. Захарова. — Саратов: Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 137 с. — ISBN 978-5-4497-0391-0. <http://www.iprbookshop.ru/93550.html>

Дополнительная литература:

1. Захарова, Н. А. Нормативно-правовые основы туристской и гостиничной деятельности: учебное пособие / Н. А. Захарова. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 183 с. — ISBN 978-5-4497-0352-1. <http://www.iprbookshop.ru/93540.html>
2. Организация приема и обслуживания туристов [Текст]: учебное пособие для вузов; рекомендовано методсоветом Уокер Джон Р. Управление гостеприимством. Вводный курс: учебник/ Уокер Джон Р. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.— 880 с. <http://www.iprbookshop.ru/15483>.
3. Организация туристской и гостиничной деятельности: учебное пособие / Е. В. Кулагина, И. Е. Карасев, О. В. Лукина [и др.]. — Омск: Омский государственный технический университет, 2021. — 142 с. — ISBN 978-5-8149-3338-6. - Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/124852.html>
4. Вахед, Э. А. М. Современные технологии в индустрии туризма и гостиничном сервисе: учебник / Абдель Э. А. М. Вахед, В. А. Мендельсон, Л. Н. Абуталипова. - Казань: Издательство КНИТУ, 2021. — 204 с. - ISBN 978-5-7882-3025-2. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/129161.html>
- 5.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ПРАКТИКИ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ

В процессе прохождения практики студентами могут быть использованы следующие информационные технологии:

- использование электронных изданий (слайд-презентаций, электронного курса, графических объектов, видео- аудио- материалов (через Интернет));
- использование информационных (справочных) систем, баз данных;
- организация взаимодействия с обучающимися посредством электронной почты, форумов, Интернет-групп, скайп, чаты, видеоконференцсвязь;
- компьютерное тестирование.

а) Электронные базы данных:

1. Российская научная электронная библиотека - eLIBRARY.ru.
2. <http://www.iprbookshop.ru/>- ЭБС «IPRBook».

б) Состав лицензионного программного обеспечения: Microsoft Windows; Microsoft Office.

в) ресурсы сети «Интернет»

3. <http://www.iprbookshop.ru/>- ЭБС «IPRBook».

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Материально-техническая база для проведения преддипломной практики формируется на основе требований к условиям реализации образовательных программ, определяемых ФГОС ВО по направлениям подготовки 43.03.03 Гостиничное дело и 42.03.01 Реклама и связь с общественностью (уровень бакалавриата), действующей нормативно-правовой базой, с учетом особенностей, связанных с профилем образовательной программы.

Институт располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение преддипломной практикой (функционируют научно-исследовательский отдел, научная лаборатория, регулярно проводятся научные семинары, конференции, круглые столы и т.д.).

Материально-техническая база соответствует действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Материально-техническая база включает помещения для самостоятельной работы, читальный зал Института, оборудованные компьютерной техникой и периферийным оборудованием, оборудованием для демонстрационного материала и наглядными пособиями

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКАЯ ПРАКТИКА II)

1. ВИД ПРАКТИКИ, СПОСОБ ЕЕ ПРОВЕДЕНИЯ

Профессионально-творческая практика относится к виду производственной практики.

Способ проведения практики: стационарная для студентов всех форм обучения.

Форма проведения практики: дискретно по виду практики, путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения практики.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

К основной цели прохождения обучающимися производственной (профессионально-творческой) практики II, следует отнести закрепление, расширение и углубление теоретических знаний в области рекламы и PR в сфере гостеприимства через овладение практическими навыками работы специалиста по связям с общественностью и рекламе и изучение и анализ особенностей информационно-коммуникативной деятельности в конкретной организации; организации работы служб, отделов организаций гостеприимства, занимающихся рекламной деятельностью, проведение сбора, обобщения и анализа материалов, необходимых для написания отчета о прохождении практики.

Обучающийся, освоивший программу производственной (профессионально-творческой) практики II, приобретает навык решения **следующих задач**:

- сбор, обработка и анализ информации о факторах внешней и внутренней среды организации для принятия решений в области управления рекламной деятельностью, а также деятельностью в сфере связей с общественностью;
- способность выбора основных коммуникационных каналов, технологий и направлений рекламной и PR работы применительно к конкретной сфере гостеприимства;
- поиск, анализ и оценка информации для подготовки и принятия решений в области рекламы и связей с общественностью;
- анализ существующих форм организации маркетинговых коммуникаций;
- участие в разработке и реализации рекламной и PR стратегии организации;
- разрабатывать и принимать решения в отношении построения моделей поведения потребителей в условиях противоречивых требований.

Области профессиональной деятельности и сферы профессиональной

деятельности, в которых выпускники, освоившие программу бакалавриата (далее - выпускники), могут осуществлять профессиональную деятельность:

33 Сервис, оказание услуг населению (торговля, техническое обслуживание, ремонт, предоставление персональных услуг, услуги гостеприимства, общественное питание и пр.), (в сфере оказания комплекса услуг по обеспечению временного проживания в гостиницах и иных средствах размещения, включая сопутствующие и дополнительные услуги; организации деятельности организаций общественного питания);

сфера прикладных исследований.

06 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы);

11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации); сфера рекламы и связей с общественностью. Выпускники могут осуществлять профессиональную деятельность в других областях и (или) сферах профессиональной деятельности при условии соответствия уровня их образования и полученных компетенций требованиям к квалификации работника.

Типы задач профессиональной деятельности выпускников:

- *исследовательский.*

Программа практики направлена на формирование следующих **компетенций**:

ПК-1 Проводит маркетинговое исследование с использованием инструментов комплекса маркетинга

ПК-2 Осуществляет подготовку к проведению маркетингового исследования

В результате прохождения практики обучающийся должен овладеть следующими результатами, соотнесенными с индикаторами достижения компетенции.

Результаты освоения ООП, компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
<p>ПК-1 Проводит маркетинговое исследование с использованием инструментов комплекса маркетинга</p>	<p>ПК-1.1 Проводит маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга</p> <p>ПК-1.2 Проводить маркетинговые интернет-исследования и управлять большими базами маркетинговых данных с использованием цифровых технологий</p>	<p>Знать</p> <ul style="list-style-type: none"> - методы маркетинговых исследований; - маркетинговые интернет-исследования и управлять большими базами маркетинговых данных с использованием цифровых технологий <p>Уметь</p> <ul style="list-style-type: none"> - проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга; - проводить маркетинговые интернет-исследования и управлять большими базами маркетинговых данных с использованием цифровых технологий; <p>Владеть</p> <ul style="list-style-type: none"> - методами проведения маркетинговых исследований разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга; - методами проведения маркетинговых интернет-

		исследований и управлять большими базами маркетинговых данных с использованием цифровых технологий
ПК-2 Осуществляет подготовку к проведению маркетингового исследования	<p>ПК-2.1 Планировать проведение маркетингового исследования</p> <p>ПК-2.2 Подготавливать комплексный план проведения маркетингового исследования</p> <p>ПК- 2.3 Подготовка процесса проведения маркетингового исследования, установление сроков проведения и требований к проведению маркетингового исследования</p>	<p>Знать</p> <ul style="list-style-type: none"> - методы планирования маркетинговых исследований; - методами подготовки комплексного плана проведения маркетингового исследования <p>Уметь</p> <ul style="list-style-type: none"> - планировать маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга; - подготавливать комплексный план маркетингового исследования; <p>Владеть</p> <ul style="list-style-type: none"> - методами планирования маркетинговых исследований разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга; - методами подготовки комплексного плана проведения маркетингового исследования

В результате прохождения производственной практики, профессионально-творческой практики, обучающийся должен закрепить теоретический материал и приобрести практические навыки, чтобы соответствовать предъявляемым к выпускнику программы бакалавриата требованиям по категориям «знать», «уметь», «владеть».

Знает:

- требования охраны труда и техники безопасности;
- способы и методы сбора необходимой информации, её критического анализа и обобщения результатов анализа для решения поставленной задачи;
- отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ;
- цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности;
- функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью;

- технологию создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта методологию создания основ сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании;

- методологию и способы применения инструментов трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде.

Умеет:

- соблюдать требования охраны труда и техники безопасности
- использовать системный подход для решения поставленных задач;
- определять стратегию сотрудничества для достижения поставленной цели;

отбирать для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение;

- осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом;

- выполнять функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью;

- осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии;

- создавать тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта;

- создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта;

- создавать основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании.

Владеет:

- способностью соблюдать требования охраны труда и техники безопасности

- навыком взаимодействия с другими членами команды для достижения поставленной задачи;

- навыком осуществления подготовки 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;

- навыком применения современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов;

- навыком участия в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры;

- навыком применения инструментов трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде.

3. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Производственная (профессионально-творческая) практика II, является выборным видом учебной работы бакалавра, непосредственно ориентированной на профессионально-практическую подготовку обучающихся, и входит в Блок 2 «Практика» и относится к выборной части образовательной программы, формируемой участниками образовательных отношений. Производственная практика является необходимым этапом формирования у обучающихся требуемых компетенций. Ее ценность заключается в приобретении новых и закреплении уже полученных знаний в условиях реальной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.

Для успешного прохождения производственной практики необходимы знания и умения по предшествующим дисциплинам: Теория коммуникации, Теория и практика рекламы, Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью, Теория и практика массмедиа, Русский язык и медиа: создание контента, Правовое и этическое регулирование массмедиа, Корпоративная социальная ответственность и т.д.

4. ОБЪЕМ ПРАКТИКИ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ И ЕЕ ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ В НЕДЕЛЯХ ЛИБО В АКАДЕМИЧЕСКИХ ИЛИ АСТРОНОМИЧЕСКИХ ЧАСАХ

Объем практики в зачетных единицах составляет 6 зачетных единиц (ЗЕ), 216 академических часов (6 недель).

Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой.

5. СОДЕРЖАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЯ ПРАКТИКИ

5.1. Содержание практики

Код формируемых компетенций	Содержание практики	Кол-во час.)	Формы контроля
ПК-1	Проведение организационного собрания с целью ознакомления студентов с целями и задачами практики, программой практики, с методическими рекомендациями по ее прохождению, оформлению и процедуре защиты. Консультация с руководителем практики от Института. Проведение первичного инструктажа по технике безопасности	2 (ауд.)	
ПК-2			
	Подбор необходимой литературы, работа с электронными базами данных. Прибытие на место проведения производственной практики. Оформление пропусков, прохождение инструктажа по технике безопасности и охране труда. Знакомство с правилами внутреннего трудового распорядка на организации и документами, регламентирующими маркетинговую деятельность	58	Собеседование с руководителем практики от организации (места прохождения практики)

	Организация работы по месту практики. Оформление рабочего графика прохождения практики; выполнение производственных заданий; мероприятия по сбору, обработке и систематизации собранного материала; другие виды работ в	70	
	Систематизация, анализ и обработка данных, полученных в процессе прохождения производственной практики. Анализ основных показателей эффективности рекламного отдела и (или) отдела по связям с общественностью – места прохождения практики. Распределение функций по структурам соответствующих отделов, планирование и контроль рекламной деятельности, анализ и оценка эффективности проводимых рекламных мероприятий. Методы разработки и реализации рекламных кампаний. Методы оценки экономической и коммуникативной эффективности рекламной и PR-деятельности. Показатели рекламной и PR-политики: описание коммуникативной стратегии, виды и график рекламных и PR-мероприятий, промо-акций, показатели доли марки и её узнаваемости, бюджет на рекламные и PR-кампании, результаты оценки эффективности рекламной и PR-политики. Разработка предложений по повышению эффективности подразделения (организации) места практики	70	Подготовка основных разделов отчета и согласование их с руководителем практики от организации (места прохождения практики)
	Оформление отчета по результатам прохождения производственной практики	16 (СРС)	Представление отчета по практике на проверку руководителю практики от Института
	ИТОГО:	216 час.	

5.2. Организация прохождения практики

Приказом по институту студенты направляются для прохождения практики в организации и учреждения Санкт-Петербурга, с которыми предварительно заключается договор. Для руководства практикой назначается руководитель (руководители) практики из числа лиц, относящихся к профессорско-преподавательскому составу Института, и руководитель (руководители) практики из числа работников организации.

Руководитель практики от Института:

- устанавливает связь с руководителями практики от организации и совместно с ними составляют рабочую программу проведения практики;
- разрабатывает тематику индивидуальных заданий;
- принимает участие в распределении студентов по рабочим местам и видам работ;
- несет ответственность совместно с руководителем практики от организации за соблюдение студентами правил техники безопасности;

- осуществляет контроль за соблюдением сроков практики и ее содержанием.
 - оказывает методическую помощь студентам при выполнении ими индивидуальных заданий и сборе материалов к выпускной квалификационной работе;
 - оценивает результаты выполнения студентами программы практики.
- Направление на практику оформляется Приказом по Институту с указанием:
- места закрепления каждого обучающегося за Институтом или организацией;
 - руководителя практики от Института и организации;
 - вида и срока прохождения практики.

Обучающиеся, совмещающие обучение с трудовой деятельностью, вправе проходить практику, по месту трудовой деятельности в случаях, если профессиональная деятельность, осуществляемая ими, соответствует требованиям к содержанию практики.

Обучающиеся в период прохождения практики:

- выполняют программу практики;
- соблюдают правила внутреннего трудового распорядка;
- соблюдают требования охраны труда и пожарной безопасности.

6. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПРОХОЖДЕНИЮ ПРАКТИКИ И ФОРМЫ ОТЧЕТНОСТИ ПО ПРАКТИКЕ

6.1. Методические рекомендации по прохождению практики и составлению отчета

1. До начала практики составляется рабочая программа практики; обучающиеся получают индивидуальные задания по практике; по результатам практики, обучающиеся представляют отчет по практике и проходят устное собеседование с руководителем практики от Института. Обучающиеся вправе представить отзыв руководителя практики от организации, составленный в произвольной форме.

2. В период практики студенты должны вести рабочие записи и собрать необходимые материалы для составления отчета о прохождении производственной практики.

3. Отчет о прохождении практики должен включать следующие основные разделы:

ВВЕДЕНИЕ

во введении необходимо указать:

- а) место и время прохождения практики (даты начала и окончания практики);
- б) цели практики (соответствуют целям в индивидуальном плане прохождения практики);
- в) перечень работ, выполненных в процессе практики.

РАЗДЕЛ 1. Общая характеристика организации, в которой студент проходил практику

- 3.1. Полное и сокращенное наименование организации
- 3.2. Организационно-правовой статус (ООО, ОАО,...)
- 3.3. Год создания, краткая история возникновения и развития компании
- 3.4. Сфера деятельности компании

РАЗДЕЛ 2. АНАЛИЗ РЕКЛАМОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

- 2.1. Характеристика продукта (продукция, работа и услуги), в том числе тип, вид, комплектность, ассортимент, конкурентные преимущества, позиция, упаковка
- 2.2. Характеристика рынка, сегментов и сложившейся конъюнктуры на производимые и/или продаваемые товары (продукцию, работу и услуги)

- 2.3. Распределение прав и обязанностей в системе управления рекламой, возможность и эффективность использования инструментов коммуникаций
- 2.4. Характеристика информационной базы для проведения маркетингового анализа деятельности исследуемого хозяйствующего субъекта.
- 2.5. Характеристика методов изучения маркетингового состояния организации.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Основные выводы и рекомендации по совершенствованию деятельности организации в области рекламы и связей с общественностью, подготовленные обучающимся в процессе прохождения производственной практики.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Приложения

Примечание *Обучающий может дополнить отчет разделами и параграфами по своему усмотрению, либо по согласованию с руководителем практик от Института и (или) организации – места прохождения практики. Приведенная выше структура отчета – является минимальным требованием к его содержанию.*

4. Отчет должен содержать развернутые ответы на все вопросы, предусмотренные программой прохождения практики. Отчет оформляется в печатном виде и должен быть оформлен в соответствии с общими требованиями, предъявляемыми к отчетным материалам: должен быть выполнен в компьютерном варианте на стандартных листах бумаги формата А4 (шрифт Times New Roman, размер - 14, полуторный интервал, поля: верхнее нижнее и правое - 2 см, левое - 3 см). Нумерация листов сквозная, титульный лист учитывается, но не нумеруется. Объем отчета определяется каждым студентом индивидуально. Обложкой отчета является титульный лист, на котором должны быть указаны все атрибуты работы и сведения о студенте. В конце отчета могут находиться приложения: выписки из устава организации, положения, должностные инструкции, образцы служебной документации, используемые методики и технологии и т. п.

6.2. ФОРМЫ ОТЧЕТНОСТИ ПО ПРАКТИКЕ

6.2.1. Направление на практику с рабочей программой практики и индивидуальным заданием по практике

НАПРАВЛЕНИЕ НА ПРАКТИКУ

обучающегося

(20__ - 20__ учебный год)

(Ф.И.О. обучающегося)

Направление подготовки _____

Направленность (профиль) _____

Курс, семестр _____

Вид практики _____

Способ проведения практики – стационарная _____

Срок проведения практики _____

Место проведения практики _____

Руководитель практики от Института _____

(Ф.И.О. должность, ученое звание)

Руководитель практики от организации (при направлении в организацию) _____

(Ф.И.О. должность, ученое звание)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

№	Планируемые формы работы	Сроки проведения

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ ПО ПРАКТИКЕ

При прохождении производственной практики, практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, студент должен выполнить следующие задания:

1. Познакомиться с организацией (при направлении в профильную организацию).
2. Проанализировать особенности деятельности отдела рекламы и связи с общественностью в организации индустрии гостеприимства.
3. Осуществить анализ основных показателей эффективности.
4. Разработка рекламного или PR продукта

Обучающийся _____ / _____
(подпись) (Ф.И.О.)

Руководитель практики _____ / _____
(подпись) (Ф.И.О.)

6.2.2. Отчет по практике

ОТЧЕТ о практике

_____ (Ф.И.О. обучающегося)
Направление подготовки _____

(шифр и наименование)

Направленность (профиль): _____

(шифр и наименование)

Курс, семестр _____

Вид практики _____

Способ проведения практики - стационарная _____
 Срок проведения практики _____
 Место проведения практики _____

 Руководитель практики: _____
 Содержание практики: _____

Раздел «Содержание практики» включает:

- Характеристику организации (учреждения), где проходила практика (базы практики).

1. Название организации (учреждения).

2. Основной вид деятельности, цели, задачи организации (учреждения).

3. Административно-организационная структура организации, место психологической службы в организации.

- Дневник практики, содержащий информацию о выполнении индивидуального задания по практике.

1. Результаты знакомства с организацией (учреждением), в котором проходит практика.

2. Знакомство с особенностями деятельности отдела рекламы и связи с общественностью в организации (учреждении).

3. Знакомство с номенклатурой и ведением документации..

4. Участие в практической деятельности специалистов отдела рекламы и связей с общественностью данной организации (учреждения).

6. Характеристика разработанного рекламного или PR продукта.

- Обобщенный рефлексивный отчет, в котором отражены полученные знания, умения и навыки (чему научились, что нового узнали, с какими трудностями столкнулись, их причины, пути разрешения и профилактика и т.д.).

7. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРАКТИКЕ

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования; описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Этап (уровень) освоения компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного индикатора достижения компетенций)	Шкала и критерии оценивания результатов обучения НЕ ЗАЧТЕНО ЗАЧТЕНО

<p>ПК-1 Проводит маркетинговое исследование с использованием инструментов комплекса маркетинга</p>	<p>ПК-1.1 Проводит маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга</p> <p>ПК-1.2 Проводить маркетинговые интернет-исследования и управлять большими базами маркетинговых данных с использованием цифровых технологий</p>	<p>Знать -</p> <p>Уметь - проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга;</p>	<p>Не знает методы маркетинговых исследований;</p> <p>-</p> <p>маркетинговые интернет-исследования и управлять большими базами маркетинговых данных с использованием цифровых технологий</p> <p>Не владеет методами проведения маркетинговых интернет-исследований и управлять большими базами маркетинговых данных с использованием цифровых технологий</p>	<p>Знает методы маркетинговых исследований;</p> <p>-</p> <p>маркетинговые интернет-исследования и управлять большими базами маркетинговых данных с использованием цифровых технологий</p>
		<p>Владеть - методами проведения маркетинговых исследований разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга;</p> <p>- методами проведения маркетинговых интернет-исследований и управлять большими базами маркетинговых данных с использованием цифровых технологий</p>	<p>Владеет методами проведения маркетинговых интернет-исследований и управлять большими базами маркетинговых данных с использованием цифровых технологий</p>	

<p>ПК-2 Осуществляет подготовку к проведению маркетингового исследования</p>	<p>ПК-2.1 Планировать проведение маркетингового исследования</p> <p>ПК-2.2 Подготавливать комплексный план проведения маркетингового исследования</p> <p>ПК-2.3 Подготовка процесса проведения маркетингового исследования, установление сроков проведения и требований к проведению маркетингового исследования</p>	<p>Знать</p> <p>- методы планирования маркетинговых исследований;</p> <p>- методами подготовки комплексного плана проведения маркетингового исследования</p> <p>Уметь</p> <p>- планировать маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга;</p> <p>- подготавливать комплексный план маркетингового исследования;</p> <p>Владеть</p> <p>- методами планирования маркетинговых исследований разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга;</p> <p>- методами подготовки комплексного плана проведения маркетингового исследования</p>	<p>Недостаточн о знает методы планирования маркетинговых исследований;</p> <p>- методы подготовки комплексного плана проведения маркетингового исследования</p> <p>Не владеет методами планирования маркетинговых исследований разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга;</p> <p>- методами подготовки комплексного плана проведения маркетингового исследования</p>	<p>Знает знает методы планирования маркетинговых исследований;</p> <p>- методы подготовки комплексного плана проведения маркетингового исследования</p> <p>Владеет методами планирования маркетинговых исследований разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга;</p> <p>- методами подготовки комплексного плана проведения маркетингового исследования</p>
--	--	--	--	---

--	--	--	--	--

7.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.

7.2.1. Примерные вопросы для подготовки к промежуточной аттестации по практике

1. Методы анализа конкурентной среды
2. Место предприятия-базы практики на рынке рекламных товаров и услуг.
3. Взаимодействие отдела рекламы с отделом маркетинга или продаж
4. Методы работы с нормативной документацией, регулирующих деятельность организации в целом и локальными нормативными актами организации, регламентирующих рекламную деятельность;
5. Способы изучения спроса и предложения, конкурентов, исследования каналов коммуникаций и сбыта продукции;
6. Методы продвижения продукта компании;
7. Факторы, определяющие эффективность рекламной деятельности.
8. Процессный подход к управлению рекламной деятельностью.
Распределение полномочий и проблема делегирования
9. Организация командной работы. Место и роль участников. Специфика социального взаимодействия.
10. Особенности реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий. Оценка их результативности.
11. Понятие авторской деятельности. Защита авторских прав в России и за рубежом.
12. Поиск и организация взаимодействия с деловыми партнерами в том числе субподрядчиками в области рекламной деятельности
13. Требования, предъявляемые к оформлению подученных в результате исследования выводов в форме аналитической записки или отчета.

7.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

По результатам собеседования и оценки отчета, руководителем практики выставляется оценка по шкале – «зачтено» или «не зачтено». В случае получения оценки «не зачтено», обучающийся может быть отчислен из Института, как не выполнивший учебный план, либо повторно направлен на прохождение соответствующей практики.

Промежуточная аттестация по результатам практики проводится в форме **зачета**.

При оценке работы студента во время практики принимается во внимание:

- деятельность студента в период практики (степень полноты выполнения программы);
- содержание и качество оформления отчета;

- ответы студента на собеседовании по результатам практики.

Оценка «**зачет с оценкой**» выставляется при выполнении следующих условий:

- 1) Своевременное предоставление материалов по этапам практики.
- 2) Полное соответствие предъявляемых студентом материалов по практике требованиям к их оформлению.
- 3) Грамотное описание всех этапов прохождения практики.
- 4) Активность позиции студента при прохождении практики, участие в разработке и создании рекламного проекта.

Оценка «**не зачтено**» выставляется при условии:

- 1) Нарушение этапов прохождения практики.
- 2) Несоответствие предъявляемых студентом материалов по практике требованиям к их оформлению, наличие существенных ошибок и недочетов.

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

а) основная учебная литература:

1. Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью : учебное пособие / составители А. В. Ларина. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2017. — 96 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102938.html> (дата обращения: 13.03.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/102938>

4. Горяева, Е. Г. Организация работы отдела по связям с общественностью : учебное пособие / Е. Г. Горяева. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2009. — 80 с. — ISBN 978-5-7782-1244-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/44976.html> (дата обращения: 13.03.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

б) дополнительная учебная литература:

1. Карпова, Г. Г. Реклама и связи с общественностью : учебно-методическое пособие / Г. Г. Карпова, Г. Р. Шамьенова, А. Ю. Егорова. — Саратов : Саратовский государственный технический университет имени Ю.А. Гагарина, ЭБС АСВ, 2016. — 308 с. — ISBN 978-5-7433-3018-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/80116.html> (дата обращения: 13.03.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/80116>

в) ресурсы сети «Интернет»

1. Российская научная электронная библиотека - eLIBRARY.ru.
2. <http://www.iprbookshop.ru/>- ЭБС «IPRBook».

9. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ПРАКТИКИ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ

В процессе прохождения практики студентами могут быть использованы следующие информационные технологии:

- использование электронных изданий (слайд-презентаций, электронного курса, графических объектов, видео- аудиоматериалов (через Интернет));
- использование информационных (справочных) систем, баз данных; организация

взаимодействия с обучающимися посредством электронной почты, форумов, Интернет-групп, скайп, чаты, видеоконференцсвязь; компьютерное тестирование.

а) Электронные базы данных:

1. Российская научная электронная библиотека - eLIBRARY.ru.
2. <http://www.iprbookshop.ru/>- ЭБС «IPR Book».

б) Состав лицензионного программного обеспечения: Microsoft Windows; Microsoft Office.

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Материально-техническая база для проведения практики формируется на основе требований к условиям реализации образовательных программ, определяемых ФГОС ВО по направлениям подготовки 43.03.03 Гостиничное дело и 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), действующей нормативно-правовой базой, с учетом особенностей, связанных с профилем образовательной программы.

Институт располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение практики.

Материально-техническая база соответствует действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Материально-техническая база включает помещения для самостоятельной работы, читальный зал Института, оборудованные компьютерной техникой и периферийным оборудованием, оборудованием для демонстрационного материала и наглядными пособиями.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ)

1. ВИД ПРАКТИКИ, СПОСОБЫ И ФОРМЫ ЕЕ ПРОВЕДЕНИЯ

Преддипломная практика (далее Практика) относится к виду производственной практики.

Способ проведения практики: стационарная.

Форма проведения практики: дискретно по виду практики, путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения практики.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Целью преддипломной практики является закрепление теоретических знаний, полученных при изучении специальных дисциплин на основе изучения деятельности конкретной организации; приобретение первоначального практического опыта по избранной специальности, практическое развитие профессиональных навыков и компетенций будущих специалистов.

Особенное внимание при прохождении преддипломной практики должно быть уделено всестороннему изучению объекта дипломного исследования, формированию и анализу данных о деятельности организации для выполнения выпускной квалификационной работы.

Задачами преддипломной практики являются:

- обобщение, систематизация, конкретизация и закрепление теоретических знаний на основе изучения опыта работы конкретной организации сферы гостеприимства по основным направлениям деятельности маркетинговой, рекламной и PR-служб;
- приобретение опыта организационной работы на должностях маркетинговых, рекламных и PR-служб различных организаций социокультурной сферы в целях приобретения навыков самостоятельной работы по решению стоящих перед ними задач;
- изучение передового опыта по избранному образовательному направлению;
- овладение методами принятия и реализации, на основе полученных теоретических знаний по принятию стратегических решений коммуникационной политики компании, а также контроля за их исполнением;
- овладение методами практической, аналитической и самостоятельной научно-исследовательской работы по изучению принципов деятельности и функционирования маркетинговых и PR-служб в государственных и негосударственных структурах;
- сбор необходимых материалов для подготовки и написания выпускной квалификационной (дипломной) работы.

Области профессиональной деятельности и сферы профессиональной деятельности, в которых выпускники, освоившие программу бакалавриата (далее - выпускники), могут осуществлять профессиональную деятельность:

33 Сервис, оказание услуг населению (торговля, техническое обслуживание, ремонт, предоставление персональных услуг, услуги гостеприимства, общественное питание и пр.), (в сфере оказания комплекса услуг по обеспечению временного проживания в гостиницах и иных средствах размещения, включая сопутствующие и дополнительные услуги; организации деятельности организаций общественного питания);

сфера прикладных исследований.

06 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы);

11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации); сфера рекламы и связей с общественностью. Выпускники могут осуществлять профессиональную деятельность в других областях и (или) сферах профессиональной деятельности при условии соответствия уровня их образования и полученных компетенций требованиям к квалификации работника.

Типы задач профессиональной деятельности выпускников:

- *исследовательский*.

Программа практики направлена на формирование следующих **компетенций**:

ПК-1 Проводит маркетинговое исследование с использованием инструментов комплекса маркетинга

ПК-2 Осуществляет подготовку к проведению маркетингового исследования

В результате прохождения практики обучающийся должен овладеть следующими результатами, соотнесенными с индикаторами достижения компетенции.

Результаты освоения ООП, компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
<p>ПК-1 Проводит маркетинговое исследование с использованием инструментов комплекса маркетинга</p>	<p>ПК-1.1 Проводит маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга</p> <p>ПК-1.2 Проводить маркетинговые интернет-исследования и управлять большими базами маркетинговых данных с использованием цифровых технологий</p>	<p>Знать</p> <ul style="list-style-type: none"> - методы маркетинговых исследований; - маркетинговые интернет-исследования и управлять большими базами маркетинговых данных с использованием цифровых технологий <p>Уметь</p> <ul style="list-style-type: none"> - проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга; - проводить маркетинговые интернет-исследования и управлять большими базами маркетинговых данных с использованием цифровых технологий;

		<p>Владеть</p> <ul style="list-style-type: none"> - методами проведения маркетинговых исследований разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга; - методами проведения маркетинговых интернет-исследований и управлять большими базами маркетинговых данных с использованием цифровых технологий
<p>ПК-2 Осуществляет подготовку к проведению маркетингового исследования</p>	<p>ПК-2.1 Планировать проведение маркетингового исследования</p> <p>ПК-2.2 Подготавливать комплексный план проведения маркетингового исследования</p> <p>ПК-2.3 Подготовка процесса проведения маркетингового исследования, установление сроков проведения и требований к проведению маркетингового исследования</p>	<p>Знать</p> <ul style="list-style-type: none"> - методы планирования маркетинговых исследований; - методами подготовки комплексного плана проведения маркетингового исследования <p>Уметь</p> <ul style="list-style-type: none"> - планировать маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга; - подготавливать комплексный план маркетингового исследования; <p>Владеть</p> <ul style="list-style-type: none"> - методами планирования маркетинговых исследований разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга; - методами подготовки комплексного плана проведения маркетингового исследования

3. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Преддипломная практика относится к выборной части ООП, части, формируемой участниками образовательных отношений (Блок 2).

Практика проводится на следующих курсах, семестрах:

Очная и очно-заочная форма обучения - на 4 курсе в 8 семестре (очная) и на 5 курсе в 9 семестре (очно-заочная).

До начала практики студент должен освоить дисциплины обязательной части и части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана, и

приобрести соответствующие компетенции на обеспечиваемыми дисциплинами уровне их сформированности.

4. ОБЪЕМ ПРАКТИКИ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ И ЕЕ ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ В НЕДЕЛЯХ ЛИБО В АКАДЕМИЧЕСКИХ ИЛИ АСТРОНОМИЧЕСКИХ ЧАСАХ

Объем практики в зачетных единицах составляет 9 зачетных единиц (ЗЕТ), 324 академических часов (9 недель).

Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой.

5. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

5.1. Содержание практики, структурированное по разделам

Подготовительный этап

На подготовительном этапе обучающийся должен ознакомиться с программой практики и требованиями к оформлению ее результатов. Оформить направление на практику. Получить индивидуальное задание и совместный рабочий график (план) проведения практики.

Производственная (преддипломная) практика обучающихся начинается с методического занятия, на котором решаются следующие задачи:

- довести приказ ректора о направлении на практику до всех обучающихся-практикантов;
- уточнить распределение обучающихся по группам и представить им руководителей;
- информировать обучающихся о целях и задачах производственной (преддипломной) практики, особенностях ее проведения и предъявляемых требованиях к отчетности по итогам практики;
- распределить время групповых и индивидуальных консультаций в ходе производственной (преддипломной) практики.

Основной этап

Основной этап проходит в профильной организации и начинается с ознакомления с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка.

Сбор, изучение и анализ материалов для выполнения выпускной квалификационной работы следует начинать с нормативно-правовых и литературных источников, раскрывающих основные вопросы по выбранной теме.

Необходимо ознакомиться с нормативными правовыми актами, регулирующими деятельность исследуемой профильной организации в РФ, материалами о развитии мирового зарубежного опыта, изучить специальную финансово-экономическую, управленческую и справочную литературу по выбранной теме.

При ознакомлении с научной и учебной литературой целесообразно выписывать их библиографические данные для последующего составления списка использованной литературы.

В сбор практических материалов входит сбор материалов, характеризующих организационную структуру профильной организации, внутренние нормативные акты, а также сбор цифровых данных и их обработка, получение копий оперативных документов, отчетности и других материалов, оформляемых специалистами профильной организации, на примере которой выполняется выпускная квалификационная работа.

Прежде чем начать сбор практических материалов, обучающийся должен тщательно изучить организационную структуру управления исследуемой профильной организации, чтобы знать, каким образом осуществляется взаимодействие его подразделений.

Необходимая информация может содержаться в годовых отчетах, в статистической, бухгалтерской и оперативной отчетности профильной организации, а также в Уставе, в планах и проч. Обучающийся может получить нужную информацию путем личных наблюдений, письменного и устного опросов сотрудников и руководителей организации, либо ее подразделений.

Одновременно со сбором практического материала обучающемуся рекомендуется вести его предварительную обработку: составлять таблицы, графики, диаграммы, использовать методы анализа. В случае возникновения вопросов при обработке материала целесообразно обращаться за разъяснениями к специалистам профильной организации к руководителю производственной (преддипломной) практики от профильной организации и от института.

Общая характеристика организации. Обучающийся должен получить информацию и установить:

- краткую историю предприятия (организации);
- организационно-правовую форму предприятия (организации);
- миссию, стратегические цели и задачи предприятия (организации);
- стратегию и тактику управления предприятием (организацией);
- направления деятельности;
- характеристику основных видов деятельности организации;
- организационную структуру управления деятельностью организации;
 - внешнюю среду организации, ее целевые аудитории.

Обязательным является рассмотрение вопросов, раскрывающих тему выпускной квалификационной работы, например:

Задание 1. Организационно-экономическая характеристика предприятия

1. Общая характеристика предприятия (краткая история создания, основные направления деятельности, миссия, цели деятельности, график работы, количество персонала, характеристика технологии, основные конкуренты и любая другая общая информация, которая даст полное представление об этом предприятии).

2. Анализ организационной структуры предприятия. Характеристика направлений деятельности основных функциональных служб.

3. Экономическая характеристика предприятия.

Задание 2. Исследование управления рекламной деятельностью предприятия.

1. Анализ маркетинговой стратегии предприятия, репутационного

капитала предприятия, анализ средств и инструментов, используемых для продвижения предприятия в медиа-пространстве, с комментариями и выводами).

2. Исследование и оценка управления рекламной кампанией предприятия. Полный анализ этапов, инструментов, методик проводимой рекламной кампании. Проектирование рекламной кампании для предприятия, анализ ее элементов.

Задание 3. Разработка рекомендаций по совершенствованию технологий разработки рекламной кампании для данной организации и аналогичных коммерческих структур.

Практический материал должен быть конкретным и отражать специфику предприятия (организации), на котором была организована практика, с обязательным приложением необходимого цифрового и графического материала. К примеру, в приложение к тексту выпускной квалификационной работы возможно включить следующие документы:

- Схема оргструктуры управления предприятием.
- Маркетинговая политика предприятия.
- Штатное расписание.
- Должностные инструкции.
- Положение о структурном подразделении.
- План рекламной кампании.
- Медиаплан.
- Календарный план мероприятий рекламной кампании и их сценарии.
- Бюджетный план рекламной кампании и смета.
- Примеры рекламных материалов, используемых в ходе рекламной кампании.

В основной части ВКР раскрываются сущностные основы, структурные и динамические аспекты исследуемого явления или процесса, дается их теоретическое обоснование с широким использованием специальной литературы и статистических материалов.

В практической части ВКР раскрываются структурные и динамические аспекты исследуемого явления или процесса применительно к профильной организации, дается их обоснование с широким использованием специальной литературы и статистических материалов.

В первой главе рассматривается сущность и теоретические основы исследуемого организационно-управленческого явления или процесса. Базой для данного исследования являются полученные обучающимся основы коммуникативных и маркетинговых знаний. Выявляются их предпосылки, условия развития, характеризуется структура (или классификация), анализируются показатели и значимость, описываются методики (методика), на основе которых будет изучаться современное состояние объекта и предмета ВКР в последующих частях работы.

В практической части ВКР характеризуются состояние, динамика, проблемы, а также тенденции развития исследуемого явления или процесса (как правило, за последние несколько лет), в том числе на основе изучения соответствующих нормативных и правовых документов. Описываются способы устранения или ослабления негативных тенденций, при этом формулируются конкретные рекомендации

на основе принятого организационно-управленческого решения и готовности нести за него ответственность с позиции социальной значимости. В обязательном порядке часть из них должна касаться конкретных фактов, явлений в сфере рекламной деятельности и связей с общественностью в бизнесе и реализации корпоративной социальной политики организации (образец оформления текста основной части представлен в программе государственной итоговой аттестации).

В заключении подводятся итоги исследования, формулируются краткие, самостоятельные выводы по содержанию работы. Как правило, содержательный аспект заключения определяется поставленной в работе целью и сформулированными задачами. Рекомендуемый объем заключения – 2–3 страницы.

Заключение должно содержать общие выводы, сделанные по результатам проведенного исследования. В заключении необходимо проанализировать проделанную работу, изложить в порядке проведения исследования промежуточные практические и теоретические результаты и выводы, обобщить их и сформулировать общий вывод по всей работе, оценив ее успешность, показать общий вывод в контексте складывающихся перспектив дальнейшего изучения, охарактеризовать его научную значимость и возможность практического применения. Желательно оценить не только главные итоги работы, но и побочные, второстепенные результаты, которые также могут обладать самостоятельным научным значением.

Следует указать пути и перспективы дальнейшего исследования темы, обрисовать задачи, которые еще предстоит решить.

Текст заключения должен быть написан так, чтобы выводы соотносились с поставленными во введении целью и задачами исследования.

Основные выводы необходимо изложить в форме тезисов, в каждом из которых выделить и обосновать один конкретный вывод. Формулировки всех выводов должны быть предельно четкими, ясными, краткими и логически безупречными; давать полное представление о содержании, значимости, обоснованности и эффективности разработок.

Таким образом, заключение представляет собой окончательный, итоговый синтез всего ценного и значимого, существенного и нового, что обучающий освоил в период прохождения преддипломной практики.

Заключительный этап

Подготовка и защита отчета

В качестве отчета по производственной (преддипломной) практике принимается отчет с приложениями, написанный в соответствии с индивидуальным заданием на производственную (преддипломную) практику. Результатом прохождения производственной (преддипломной) практики является защита отчета с выставлением зачета с оценкой в зачетно-экзаменационную ведомость и в зачетную книжку.

Руководитель практики от института:

-составляет рабочий график (план) проведения практики;

разрабатывает индивидуальные задания для обучающихся, выполняемые в период практики;

- участвует в распределении обучающихся по рабочим местам и видам работ в организации;

- осуществляет контроль за соблюдением сроков проведения практики и соответствием ее содержания требованиям, установленным ОПОП ВО;

- оказывает методическую помощь обучающимся при выполнении ими индивидуальных заданий;

- оценивает результаты прохождения практики обучающегося.

Руководитель практики от профильной организации:

- согласовывает индивидуальные задания, содержание и планируемые результаты практики;

- предоставляет рабочие места обучающимся;

- обеспечивает безопасные условия прохождения практики обучающимся, отвечающие санитарным правилам и требованиям охраны труда;

- проводит инструктаж обучающихся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка.

При проведении практики в профильной организации руководителем практики от института и руководителем практики от профильной организации составляется совместный рабочий график (план) проведения практики.

Направление на практику оформляется приказом ректора университета с указанием закрепления каждого обучающегося за организацией или профильной организацией, а также с указанием вида и срока прохождения практики.

Программа практики включает в себя обязательное выполнение индивидуальных заданий для обучающихся, выполняемых в период практики.

Руководитель практики от института, учитывая особенности профильной организации и тему выпускной квалификационной работы, может внести уточнения в содержание заданий. Производственная (преддипломная) практика проводится в целях выполнения выпускной квалификационной работы.

Результаты прохождения практики оцениваются при прохождении промежуточной аттестации по практике в форме зачета с оценкой.

Примерное содержание заданий, входящих в состав индивидуального задания.

Задание 1. По заданию руководителя практики, используя открытые источники данных, проанализировать (и отразить в отчете) характеристику выбранной коммерческой структуры: миссию предприятия, цель, виды деятельности, ее фирменный стиль, организационную структуру. Изучить комплекс законодательных актов, регулирующих деятельность предприятия. В отчете по практике указать состав подразделений, их функции, соподчиненность, взаимодействие, отразить общие принципы управления, специфику отрасли, в которой функционирует предприятие. В презентации на практическом занятии и в отчете по практике указать состав подразделений, их функции, соподчиненность, взаимодействие, отразить общие принципы управления компании.

Задание 2. Используя открытые источники данных, проанализировать профессиональные этические нормы в области рекламы и PR, разработанные в профессиональном сообществе. Сформировать представление о принципах и профессионально-этических нормах работы в коллективе. Составить сравнительную таблицу кодексов профессионально-этических норм различных профессиональных объединений. Найти в сети описанные случаи нарушения этики в профессии и в сфере медиа и поучаствовать в дискуссии по данной проблеме. Проанализировать соблюдение профессиональных этических норм в тексте и (или) продукте, предложенном руководителем практики.

Задание 3. Осуществить поиск заданной руководителем темы и выявить существующую проблему. Провести мониторинг СМИ на предмет освещения в СМИ конкретной заданной темы в конкретный период времени. Принять участие в обсуждении найденных по теме публикаций: проанализировать их с точки зрения содержания, формата, типа размещения.

Задание 4. Изучить особенности работы с входящей и исходящей информацией в подразделении, ознакомиться с общими принципами ведения баз данных на предприятии. Научиться оперировать основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации. Научиться работать с входящей и исходящей документацией, в том числе корреспонденцией отдела. Описать данные процедуры в отчете.

Задание 5. Используя открытые источники данных, составить оптимизированную должностную инструкцию для конкретного руководителя (специалиста) подразделения предприятия (должностную инструкцию специалиста отдела рекламы/PR-менеджера/PR-директора/специалиста по медиапланированию и т.д.).

Задание 6. Разработать несколько PR-материалов в различных жанрах: пресс-релиз, байлайнер, бэкграундер, кейс-стори, факт-лист, лист «вопрос-ответ», обзорная статья, биография. Составить проект пресс-кита. Представить данные в отчете.

Задание 7. Придерживаясь установленного графика, создать тематическую базу СМИ, используя современные редакционные технологии, медиаканалы и платформы. Решить поставленные руководителем практики задачи при работе над коллективным проектом. Отразить ход и результаты этой работы в отчете.

Задание 8. Сформулировать основные направления разрабатываемых стратегий конкретного предприятия, т.е. маркетинговой стратегии; коммуникационной стратегии. Описать коммуникационные задачи организации. В отчете можно отразить матрицу SWOT-анализа сильных и слабых сторон организации по линии ее организационно-управленческой, информационно-аналитической, коммуникативной деятельности.

Задание 9. Осуществить наблюдение и участие в процессе осуществления коммуникации с внешними аудиториями: проинформировать аудиторию о предстоящей рекламной акции с помощью релевантных онлайн- и офлайн-ресурсов. Провести

мониторинг общественного мнения, реакции целевой аудитории. Принять участие в обсуждении полученных результатов.

Задание 10. Используя в качестве источника информации различные базы данных, проанализировать состояние общественного мнения по тому или иному общественно-значимому вопросу. Определить актуальную повестку дня СМИ на текущий момент, используя службы мониторинга. Провести контент-анализ нескольких медиатекстов на предмет их соответствия общественному запросу. Определить какие жанры и выразительные средства использованы в данных текстах. Принять участие в обсуждении найденных по теме науки, культуры и искусства публикаций: проанализировать их с точки зрения содержания, формата, типа размещения.

5.2. Организация прохождения практики

В качестве основного места прохождения практики определен Институт. Прохождение практики в других организациях (учреждениях) должно быть заранее, в установленные сроки, согласовано с руководителем практики, предварительно должен быть заключен договор о прохождении практики. Для руководства практикой, проводимой в профильной организации, назначается руководитель (руководители) практики из числа лиц, относящихся к профессорско-преподавательскому составу Института, и руководитель (руководители) практики из числа работников профильной организации.

Руководитель практики от Института:

- составляет рабочий график (план) проведения практики;
- разрабатывает индивидуальные задания для обучающихся, выполняемые в период практики;
- участвует в распределении обучающихся по рабочим местам и видам работ;
- осуществляет контроль за соблюдением сроков проведения практики и соответствием ее содержания требованиям, установленным ООП;
- оказывает методическую помощь обучающимся при выполнении ими индивидуальных заданий;
- оценивает результаты прохождения практики обучающимися.

Руководитель практики от профильной организации:

- согласовывает индивидуальные задания, содержание и планируемые результаты практики;
- обеспечивает безопасные условия прохождения практики обучающимся, отвечающие санитарным правилам и требованиям охраны труда;
- проводит инструктаж обучающихся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка.

При проведении практики в профильной организации руководителем практики от Института и руководителем практики от профильной организации составляется совместный рабочий график (план) проведения практики.

Направление на практику оформляется Приказом по Институту с указанием:

- места закрепления каждого обучающегося за Институтом или профильной организацией;
- руководителя практики от Института и профильной организации;
- вида, типа, и срока прохождения практики.

Обучающиеся, совмещающие обучение с трудовой деятельностью, вправе проходить практику, по месту трудовой деятельности в случаях, если профессиональная деятельность, осуществляемая ими, соответствует требованиям к содержанию практики.

Обучающиеся в период прохождения практики:

- выполняют рабочий график (план), предусмотренный программами практики;
- соблюдают правила внутреннего трудового распорядка;
- соблюдают требования охраны труда и пожарной безопасности.

6. ФОРМЫ ОТЧЕТНОСТИ ПО ПРАКТИКЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПРОХОЖДЕНИЮ ПРАКТИКИ

6.1. Формы отчетности по практике

6.1.1. Направление на практику с рабочим графиком (планом) практики и индивидуальным заданием для обучающегося по практике

НАПРАВЛЕНИЕ НА ПРАКТИКУ

обучающегося

(20__ - 20__ учебный год)

(Ф.И.О. обучающегося)

Направление подготовки _____

Направленность (профиль) _____

Курс, семестр _____

Вид, тип практики _____

Способ проведения практики _____

Срок проведения практики _____

Место проведения практики _____

Руководитель практики от Института _____

(Ф.И.О. должность, ученое звание)

Руководитель практики от профильной организации (при направлении в профильную организацию) _____

(Ф.И.О. должность, ученое звание)

РАБОЧИЙ ГРАФИК (ПЛАН) ПРАКТИКИ

№	Планируемые формы работы	Сроки проведения

6.1.2. Отчет по практике**ОТЧЕТ
по практике**

Направление подготовки _____	(Ф.И.О. обучающегося)
_____	(шифр и наименование)
Направленность (профиль): _____	
_____	(шифр и наименование)
Курс, семестр _____	
Вид, тип практики _____	
Способ проведения практики _____	
Срок проведения практики _____	
Место проведения практики _____	
Содержание практики: _____	

**6.2. Методические рекомендации по прохождению практики
и составлению отчета**

1. До начала практики составляется рабочий график (план) проведения практики; обучающиеся получают индивидуальные задания по практике; по результатам практики, обучающиеся представляют отчет по практике и проходят устное собеседование с руководителем практики от Института. Обучающиеся вправе представить отзыв руководителя практики от профильной организации, составленный в произвольной форме.

2. В период практики студенты должны накапливать и оформлять в соответствии с требованиями необходимые материалы для подготовки выпускной квалификационной работы в виде «бакалаврской работы».

3. Основные методы работы в процессе преддипломной практики:

- *теоретический метод исследования*: анализ и синтез, индукция и дедукция, логические методы (сравнение, различие, сходство), моделирование на примере избранной темы дипломного исследования, герменевтический анализ, комплексный анализ, критический анализ, проблемный анализ, сравнительный анализ, контент-анализ;

- *эмпирические методы исследования*: наблюдение, анкетирование, беседа, тестирование, эксперимент в рамках исследуемой выборки (с применением методов маркетинговых исследований и количественной обработки данных);

- *методы статистической обработки данных*.

4. Отчет должен содержать развернутые ответы на все вопросы, предусмотренные программой прохождения практики. Отчет оформляется в печатном виде и должен быть оформлен в соответствии с общими требованиями, предъявляемыми к отчетным материалам: должен быть выполнен в компьютерном варианте на стандартных листах бумаги формата А4 (шрифт Times New Roman, размер - 14, полуторный интервал, поля: верхнее нижнее и правое - 2 см, левое - 3 см). Нумерация листов сквозная, титульный лист учитывается, но не нумеруется.

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

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования; описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Этап (уровень) освоения компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного индикатора достижения компетенций)	Шкала и критерии оценивания результатов обучения НЕ ЗАЧТЕНО ЗАЧТЕНО	
ПК-1 Проводит маркетинговое исследование с использованием инструментов маркетинга	ПК-1.1 Проводит маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга	Знать - Уметь - проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга;	Не знает методы маркетинговых исследований; - маркетинговые исследования и управлять большими базами маркетинговых данных с использованием	Знает методы маркетинговых исследований; - маркетинговые интернет-исследования и управлять большими базами маркетинговых данных с использованием цифровых технологий
	ПК-1.2 Проводить маркетинговые интернет-исследования и управлять большими базами маркетинговых данных с использованием цифровых технологий	Уметь - проводить маркетинговые интернет-исследования и управлять большими базами маркетинговых данных с использованием цифровых технологий; Владеть - методами проведения маркетинговых исследований разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга; - методами	маркетинговых исследований и управлять большими базами маркетинговых данных с использованием цифровых технологий Не владеет методами проведения маркетинговых исследований и управлять большими базами маркетинговых данных с использованием цифровых технологий	Владеет методами проведения маркетинговых исследований и управлять большими базами маркетинговых данных с использованием цифровых технологий

		<p>проведения маркетинговых интернет-исследований и управлять большими базами маркетинговых данных с использованием цифровых технологий</p>		
<p>ПК-2 Осуществляет подготовку к проведению маркетингового исследования</p>	<p>ПК-2.1 Планировать проведение маркетингового исследования</p> <p>ПК-2.2 Подготавливать комплексный план проведения маркетингового исследования</p> <p>ПК-2.3 Подготовка процесса проведения маркетингового исследования, установление сроков проведения и требований к проведению маркетингового исследования</p>	<p>Знать - методы планирования маркетинговых исследований; - методами подготовки комплексного плана проведения маркетингового исследования</p> <p>Уметь - планировать маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов маркетинга; - подготавливать комплексный план маркетингового исследования;</p> <p>Владеть - методами планирования маркетинговых исследований разных типов и видов с использованием инструментов комплекса</p>	<p>Недостаточно знает методы планирования маркетинговых исследований; - методы подготовки комплексного плана проведения маркетингового исследования</p> <p>Не владеет методами планирования маркетинговых исследований разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга; - методами подготовки комплексного плана проведения маркетингового исследования</p>	<p>Знает методы планирования маркетинговых исследований; - методы подготовки комплексного плана проведения маркетингового исследования</p> <p>Владеет методами планирования маркетинговых исследований разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга; - методами подготовки комплексного плана проведения маркетингового исследования</p>

		маркетинга; - методами подготовки комплексного плана проведения маркетингового исследования		
--	--	---	--	--

7.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.

7.2.1. Примерные вопросы для подготовки к промежуточной аттестации по практике

1. Методы анализа конкурентной среды
2. Место предприятия-базы практики на рынке рекламных товаров и услуг.
3. Взаимодействие отдела рекламы с отделом маркетинга или продаж
4. Методы работы с нормативной документацией, регулирующих деятельность организации в целом и локальными нормативными актами организации, регламентирующих рекламную деятельность;
5. Способы изучения спроса и предложения, конкурентов, исследования каналов коммуникаций и сбыта продукции;
6. Методы продвижения продукта компании;
7. Факторы, определяющие эффективность рекламной деятельности.
8. Процессный подход к управлению рекламной деятельностью.
Распределение полномочий и проблема делегирования
9. Организация командной работы. Место и роль участников. Специфика социального взаимодействия.
10. Особенности реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий. Оценка их результативности.
11. Понятие авторской деятельности. Защита авторских прав в России и за рубежом.
12. Поиск и организация взаимодействия с деловыми партнерами в том числе субподрядчиками в области рекламной деятельности
13. Требования, предъявляемые к оформлению подученных в результате исследования выводов в форме аналитической записки или отчета.

7.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

По результатам собеседования и оценки отчета, руководителем практики выставляется оценка по шкале – «зачтено» или «не зачтено». В случае получения оценки «не зачтено», обучающийся может быть отчислен из Института, как не выполнивший учебный план, либо повторно направлен на прохождение соответствующей практики.

Промежуточная аттестация по результатам практики проводится в форме **зачета**.

Оценка **«зачет с оценкой»** выставляется при выполнении следующих условий:

- 1) Своевременное предоставление материалов по этапам практики.
- 2) Полное соответствие предъявляемых студентом материалов по практике

требованиям к их оформлению.

3) Активность обучающегося и сформированность исследовательской позиции студента при прохождении практики;

4) Правильное выполнение заданий, полученных обучающимся от руководителя практики.

Оценка «не зачтено» выставляется при условии:

1) Нарушение этапов прохождения практики.

2) Несоответствие предъявляемых студентом материалов по практике требованиям к их оформлению, наличие существенных ошибок и недочетов;

3) Неучастие и научных мероприятиях, отстраненность от их организации.

4) Грубые ошибки при выполнении заданий, полученных обучающимся от руководителя практики.

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

а) основная учебная литература:

1. Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью : учебное пособие / составители А. В. Ларина. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2017. — 96 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102938.html> (дата обращения: 13.03.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/102938>

2. Горяева, Е. Г. Организация работы отдела по связям с общественностью : учебное пособие / Е. Г. Горяева. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2009. — 80 с. — ISBN 978-5-7782-1244-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/44976.html> (дата обращения: 13.03.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

б) дополнительная учебная литература:

1. Карпова, Г. Г. Реклама и связи с общественностью : учебно-методическое пособие / Г. Г. Карпова, Г. Р. Шамьенова, А. Ю. Егорова. — Саратов : Саратовский государственный технический университет имени Ю.А. Гагарина, ЭБС АСВ, 2016. — 308 с. — ISBN 978-5-7433-3018-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/80116.html> (дата обращения: 13.03.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/80116>

в) ресурсы сети «Интернет»

1. Российская научная электронная библиотека - eLIBRARY.ru.

2. <http://www.iprbookshop.ru/>- ЭБС «IPRBook».

9. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ПРАКТИКИ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ

В процессе прохождения практики студентами могут быть использованы следующие информационные технологии:

использование электронных изданий (слайд-презентаций, электронного курса, графических объектов, видео- аудио- материалов (через Интернет));

использование информационных (справочных) систем, баз данных; организация взаимодействия с обучающимися посредством электронной почты, форумов, Интернет-

групп, скайп, чаты, видеоконференцсвязь;
компьютерное тестирование.

а) Электронные базы данных и информационно-справочные системы:

<p>Polpred.com - Обзор СМИ https://www.polpred.com/</p>	<p>База данных с рубрикатом: 53 отрасли / 600 источников / 8 федеральных округов РФ / 235 стран и территорий / главные материалы / статьи и интервью 13000 первых лиц. Ежедневно тысяча новостей, полный текст на русском языке. Миллионы сюжетов информагентств и деловой прессы за 15 лет. Интернет-сервисы по отраслям и странам.</p>
<p>Научная электронная библиотека eLIBRARY http://elibrary.ru</p>	<p>Информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 29 млн научных статей и публикаций, в том числе электронные версии более 5600 российских научно-технических журналов, из которых более 4800 журналов в открытом доступе.</p>
<p>Информационный портал http://htmlbook.ru/</p>	<p>Сайт разбит на несколько тем и областей, ориентированных на пользователей разного уровня подготовки. Набор статей по разным темам создания сайта. Каждая статья является независимой и в то же время выступает как часть темы, в которую входит. Сборник задач для самостоятельного решения. Все задачи делятся на три уровня сложности.</p>
<p>Служба распространения пресс-релизов «Пресс-релиз.ру»: http://www.press-release.ru/</p>	<p>Он-лайн служба распространения пресс-релизов "Press-release.ru" - ресурс, созданный для решения задач коммуникации. Для удобства пользователей все поступающие пресс-релизы разбиты на тематические рубрики. Существует возможность подписки на материалы любого выбранного раздела, как в ежедневном, так и в еженедельном режиме. Предлагаются самые актуальные новости политики, экономики, регионов.</p>
<p>Система мониторинга и анализа СМИ – «Медиалогия» https://www.mlg.ru/</p>	<p>Медиалогия — разработчик автоматической системы мониторинга и анализа СМИ и соцмедиа в режиме реального времени. На сегодняшний день Медиалогия является лидером в мониторинге и анализе СМИ. Более 54 тысяч издателей федерального и регионального уровня поставляют свой контент в режиме 24x7. Медиалогия автоматически обрабатывает 500 тыс. сообщений СМИ и 100 млн. сообщений соц.медиа в сутки, чтобы каждое утро сотрудники пресс-служб получали мониторинг в 2 клика.</p>
<p>Измерения аудитории и анализ СМИ - «Медиаскоп» https://mediascope.net/</p>	<p>Mediascope – технологичная исследовательская компания, лидер российского рынка медиаисследований, мониторинга рекламы и СМИ. Деятельность компании основана на международных стандартах проведения исследований. Клиентами Mediascope являются большинство участников медиа-рекламного рынка: рекламные агентства и группы, издательские дома, телеканалы, радиостанции, интернет-площадки и компании-рекламодатели. Данные Mediascope служат основой для принятия стратегических решений. В он-лайн режиме можно задать запрос по интересующим параметрам и получить статистические данные мгновенно.</p>

<p>Федеральная служба государственной статистики http://www.gks.ru/</p>	<p>Удовлетворение потребностей органов власти и управления, средств массовой информации, населения, научной общественности, коммерческих организаций и предпринимателей, международных организаций в разнообразной, объективной и полной статистической информации – главная задача Федеральной службы государственной статистики. Международная экспертиза признала статистические данные Федеральной службы государственной статистики надежными.</p>
<p>портал Электронная библиотека: диссертации http://diss.rsl.ru/?menu=disscatalog/</p>	<p>Российская государственная библиотека предоставляет возможность доступа к полным текстам диссертаций и авторефератов, находящимся в электронной форме, что дает уникальную возможность многим читателям получить интересующую информацию, не покидая своего города. Для доступа к ресурсам ЭБД РГБ создаются Виртуальные читальные залы в библиотеках организаций, в которых и происходит просмотр электронных диссертаций и авторефератов пользователями. Каталог Электронной библиотеки диссертаций РГБ находится в свободном доступе для любого пользователя сети Интернет.</p>
<p>сайт Института научной информации по общественным наукам РАН. http://www.inion.ru</p>	<p>Библиографические базы данных ИНИОН РАН по социальным и гуманитарным наукам ведутся с начала 1980-х годов. Общий объем массивов составляет более 3 млн. 500 тыс. записей (данные на 1 января 2012 г.). Ежегодный прирост — около 100 тыс. записей. В базы данных включаются аннотированные описания книг и статей из журналов и сборников на 140 языках, поступивших в Фундаментальную библиотеку ИНИОН РАН. Описания статей и книг в базах данных снабжены шифром хранения и ссылками на полные тексты источников из Научной электронной библиотеки.</p>
<p>Федеральный портал «Российское образование» [Электронный ресурс] – http://www.edu.ru</p>	<p>Федеральный портал «Российское образование» – уникальный интернет-ресурс в сфере образования и науки. Ежедневно публикует самые актуальные новости, анонсы событий, информационные материалы для широкого круга читателей. Ежедневно на портале размещаются эксклюзивные материалы, интервью с ведущими специалистами – педагогами, психологами, учеными, репортажи и аналитические статьи. Читатели получают доступ к нормативно-правовой базе сферы образования, они могут пользоваться самыми различными полезными сервисами – такими, как онлайн-тестирование, опросы по актуальным темам и т.д.</p>

<p>Портал Роскомнадзора: http://rkn.gov.ru/</p>	<p>Официальный сайт Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций. На сайте опубликованы открытые данные Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор), в том числе: Сведения из реестра зарегистрированных средств массовой информации; Реестр лицензий в области связи; Сведения из реестра лицензий на деятельность по телерадиовещанию и др. Пользователь без заключения договора с Роскомнадзором может использовать открытые данные свободно, бесплатно, бессрочно, безвозмездно и без ограничения, в том числе имеет право копировать, публиковать, распространять открытые данные, видоизменять открытые данные и объединять их с другой информацией, использовать открытые данные в некоммерческих и коммерческих целях, использовать для создания программ для ЭВМ и приложений.</p>
<p>АНО «Радиочастотный спектр»: https://rspectr.com/</p>	<p>АНО «Радиочастотный спектр» - это: Портал по вопросам связи, информационных технологий и массовых коммуникаций RSPECTR.COM. Специализированный журнал по вопросам связи, информационных технологий и массовых коммуникаций «РСпектр». Конференции, форумы, семинары PROJECT-SI.RU. Ежедневный мониторинг СМИ, аналитические отчеты и исследования.</p>
<p>Проект «Цифровой дом»: http://digitalprivacy.ru/about</p>	<p>Проект «Цифровой дом» инициирован в рамках реализации «Стратегии институционального развития и информационно-публичной деятельности в области защиты прав субъектов персональных данных на период до 2020 года». Главная цель Проекта - создание комфортного и безопасного информационного пространства, повышение уровня цифровой грамотности граждан России, повышение поведенческой культуры в информационно-телекоммуникационной среде, единый подход к совершенствованию и гармонизации цифровой среды.</p>
<p>Библиотека научных публикаций «КиберЛенинка»: https://cyberleninka.ru/</p>	<p>КиберЛенинка поддерживает распространение знаний по модели открытого доступа (Open Access), обеспечивая бесплатный оперативный доступ к научным публикациям в электронном виде. Данная инициатива является основной для построения инфраструктуры открытой науки в России. Библиотека комплектуется научными статьями, публикуемыми в журналах России и ближнего зарубежья, в том числе, научных журналах, включённых в перечень ВАК РФ. Научные тексты размещены бесплатно.</p>
<p>Сайт Министерства связи и массовых коммуникаций Российской Федерации: https://digital.gov.ru/ru/</p>	<p>Сайт Министерства связи и массовых коммуникаций Российской Федерации содержит документы и открытые данные в виде реестров, такие как: Реестр аккредитованных организаций, осуществляющих деятельность в области информационных технологий; Таблица распределения полос радиочастот между радиослужбами Российской Федерации (статистические данные); План перспективного использования радиоэлектронных средств в Российской Федерации (статистические данные) и др.</p>

б) Состав лицензионного программного обеспечения: Microsoft Windows; Microsoft Office.

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Материально-техническая база для проведения преддипломной практики формируется на основе требований к условиям реализации образовательных программ, определяемых ФГОС ВО по направлениям подготовки 43.03.03 Гостиничное дело и 42.03.01 Реклама и связь с общественностью (уровень бакалавриата), действующей нормативно-правовой базой, с учетом особенностей, связанных с профилем образовательной программы.

Институт располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение преддипломной практикой (функционируют научно-исследовательский отдел, научная лаборатория, регулярно проводятся научные семинары, конференции, круглые столы и т.д.).

Материально-техническая база соответствует действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Материально-техническая база включает помещения для самостоятельной работы, читальный зал Института, оборудованные компьютерной техникой и периферийным оборудованием, оборудованием для демонстрационного материала и наглядными пособиями