

Департамент образования и науки города Москвы  
Самарский филиал  
Государственного автономного образовательного учреждения  
высшего образования города Москвы  
«Московский городской педагогический университет»

Филологический факультет  
Кафедра филологии и массовых коммуникаций

УТВЕРЖДАЮ  
Директор СФ ГАОУ ВО МГПУ  
Г.Е. Козловская  
«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2022 г.

**ПРОГРАММА И ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ  
ПО ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЮ  
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ: ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ  
ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ  
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ НА ФИЛОЛОГИЧЕСКОМ  
ФАКУЛЬТЕТЕ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.03.01 РЕКЛАМА И  
СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ  
НАПРАВЛЕННОСТЬ (ПРОФИЛЬ) РЕКЛАМА И СВЯЗИ С  
ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В СИСТЕМЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО И  
МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ  
(УРОВЕНЬ БАКАЛАВРИАТА)**

Самара  
2022

Программа и оценочные материалы по организации и проведению производственной практики: практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности обучающихся составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки (специальности) 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и уровню высшего образования бакалавриат, утвержденный приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 № 512

**Разработчик:**

СФ ГАОУ ВО МГПУ, кандидат филологических наук, доцент кафедры филологии и массовых коммуникаций А.Н. Анисимова

**Эксперты:**

ФГОБУ ВПО «Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики» доктор политических наук, профессор, зав. кафедрой связей с общественностью И.В. Андропова

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры филологии и массовых коммуникаций

Протокол № 8 от 19 мая 2022 г.

Зав. кафедрой: Родионова Н.А., к. фил. наук, доцент.

Программа прошла экспертизу учебно-методической комиссии СФ ГАОУ ВО МГПУ

Протокол № 4 от 06 июня 2022 г.

Председатель УМК: к.т.н., доц. С.Р. Кирюков

Программа утверждена на заседании Ученого совета филологического факультета

Протокол № 10 от 22 июня 2022 г.

Декан факультета: д.п.н., доцент Э.С. Савицкая

© СФ ГАОУ ВО МГПУ, 2022

© Кафедра филологии и массовых коммуникаций, 2022

## СОДЕРЖАНИЕ

|  |           |
|--|-----------|
| <b>Программа производственной практики .....</b>   | <b>4</b>  |
| 1. Общие положения .....   | 4         |
| 2. Виды производственной практики, способы и формы ее проведения .....   | 5         |
| 3. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении производственной практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО .....  | 5         |
| 4. Место производственной практики в структуре ОПОП ВО .....   | 8         |
| 5. Объем производственной практики в зачетных единицах и ее продолжительность в неделях либо в академических или астрономических часах .....   | 8         |
| 6. Содержание производственной практики .....  | 9         |
| 7. Формы отчетности по производственной практике .....   | 12        |
| 8. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по производственной практике .....  | 13        |
| 9. Перечень учебной литературы и ресурсов сети Интернет, необходимых для проведения производственной практики .....  | 13        |
| 10. Перечень информационных технологий, используемых при проведении производственной практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости) .....          | 16        |
| 11. Описание материально-технической базы, необходимой для проведения производственной практики .....  | 16        |
| 12. Организация практик для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья   | 17        |
| <b>Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по производственной практике .....</b>  | <b>19</b> |
| 1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения ОПОП ВО .....   | 19        |
| 2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания .....   | 21        |
| 3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения ОПОП ВО ..... | 27        |
| 4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....   | 28        |
| <b>Приложения.....</b>   | <b>34</b> |

# ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

## 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Программа и оценочные материалы по организации и проведению производственной практики: практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности. Производственная практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности предназначена для организации практики обучающихся очного, заочного и очно-заочного отделений филологического факультета, предусмотренной Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки филологического факультета, предусмотренной Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления (уровень бакалавриата).

Программа и оценочные материалы по организации и проведению Производственной практики: практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности разработана в соответствии с:

- Федеральным законом от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

- Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки (специальности) 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и уровню высшего образования бакалавриат, утвержденный приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 № 512;

- Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 05.04.2017 г. № 301;

- Приказом Министерства образования и науки РФ от 27 ноября 2015 г. № 1383 «Об утверждении Положения о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования»;

- Уставом Государственного автономного образовательного учреждения высшего образования города Москвы «Московский городской педагогический университет» (далее – Университет);

- Положением о Самарском филиале Государственного автономного образовательного учреждения высшего образования города Москвы «Московский городской педагогический университет»;

- Положением о практике обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования в Самарском филиале Государственного автономного образовательного учреждения высшего образования города Москвы «Московский городской педагогический университет».

Производственная практика: практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности является обязательным разделом ОПОП ВО и представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся.

Производственная практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности имеет целью получения профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности по направлению подготовки.

Объемы и виды Производственной практики: практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности определяются ОПОП ВО СФ ГАОУ ВО МГПУ и Федеральным государственным образовательным стандартом

высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления (уровень бакалавриата).

Производственная практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности проводится в сторонних организациях, обладающих необходимым кадровым и научно-техническим потенциалом.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья форма проведения производственной практики: практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности устанавливается с учетом особенностей психофизического развития индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

## **2. ВИДЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ, СПОСОБЫ И ФОРМЫ ЕЕ ПРОВЕДЕНИЯ**

**Вид производственной практики:** Производственная практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности.

**Способ проведения производственной практики:** стационарная и выездная.

Стационарной является практика, которая проводится в Филиале или в профильной организации, расположенной на территории Самары, или расположенной в населенном пункте по месту жительства обучающихся.

Выездной является практика, которая проводится в организации, расположенной в иных населенных пунктах.

Производственная практика проводится в следующих **формах:**

а) непрерывно - путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения практики;

б) дискретно:

- по видам - путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения практики;

- по периодам проведения - путем чередования в календарном учебном графике периодов учебного времени для проведения практики с периодами учебного времени для проведения теоретических занятий.

Возможно сочетание дискретного проведения практики по видам и по периодам ее проведения.

## **3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОПОП ВО**

Процесс прохождения производственной практики направлен на формирование следующих компетенций:

УК-1 - способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

ОПК-1 - способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем;

ОПК-2 - способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах;

ОПК-3 - способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов;

ОПК-4 - способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности;

ОПК-5 - способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования;

ОПК-6 - способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии

ОПК-7 - способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности;

ПКО-2 – способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта;

В результате прохождения производственной практики обучающийся должен

**Знать:**

- профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;
- основы работы в отделах рекламы/связей с общественностью;
- правила создания текстов рекламы и связей с общественностью, принципы литературного редактирования, копирайтинга;
- правила и порядок планирования и подготовки коммуникационных кампаний и мероприятий;
- порядок проведения коммуникационных кампаний и мероприятий;
- суть стандартных задач профессиональной деятельности и основные требования информационной безопасности;
- специфику работы отделов рекламы и связей с общественностью, функциональные схемы построения отделов; принципы и приемы планирования и проведения мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, модели оценки эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью;
- организацию и оперативное планирование своей деятельности и деятельности фирмы
- организационно-управленческие принципы работы с малыми коллективами;
- правила и порядок подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);
- порядок реализации проектов и методы их реализации;
- методы создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, принципы внутренней и внешней эффективной коммуникации;
- порядок, приемы и принципы планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий;
- порядок подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;
- порядок проведения маркетинговых исследований;
- приемы и методы организации и проведения социологических исследований;
- структуру и содержание аналитических справок, обзоров и прогнозов;
- сущность профессиональных функций в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;
- содержание рекламных кампаний и мероприятий;
- приемы, принципы и содержание труда в области рекламы как сфере профессиональной деятельности;
- содержание работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве;
-

– приемы и методы подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы

**Уметь:**

- осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;
- работать в отделах рекламы/связей с общественностью;
- писать рекламные сообщения и тексты для мероприятий по связям с общественностью, приемы литературного редактирования, копирайтинга;
- планировать и готовить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;
- осуществлять под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;
- решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;
- участвовать в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью;
- организовывать и оперативно планировать свою деятельность и деятельность фирмы;
- организовывать работу малых коллективов;
- готовить проектную документацию (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);
- реализовывать проекты;
- создавать эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, обеспечивать внутреннюю и внешнюю коммуникации;
- принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;
- готовить к выпуску, производству и распространению рекламную продукцию, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;
- проводить маркетинговые исследования;
- организовывать и проводить социологические исследования;
- составлять аналитические справки, обзоры и прогнозы;
- осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;
- осуществлять под контролем рекламные кампании и мероприятия;
- реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности;
- работать в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве;
- осуществлять под контролем подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы

**Владеть:**

- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;
- знаниями и навыками работы в отделах рекламы/связей с общественностью;
- базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, навыками литературного редактирования, копирайтинга;
- умением планировать и готовить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;

- умением осуществлять под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;
- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;
- навыками управления и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществления оперативного планирования и оперативного контроля за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью, проведения мероприятий по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оцениванию эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью;
- навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы;
- навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами;
- навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);
- навыками реализовывать проекты и методами их реализации;
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации;
- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;
- навыками организации и подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;
- навыками проведения маркетинговых исследований;
- навыками организации и проведения социологических исследований;
- навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов;
- навыками осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;
- навыками осуществления под контролем рекламных кампаний и мероприятий;
- навыками реализации знаний в области рекламы как сферы профессиональной деятельности;
- навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве;
- навыками осуществления под контролем подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы

#### **4. МЕСТО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО**

Практика является обязательным разделом образовательной программы и представляет собой особый вид учебной деятельности, непосредственно ориентированный на профессионально-практическую подготовку обучающихся Университета.

Производственная практика в структуре ОПОП ВО располагается в Блоке 2. Практики и относится к обязательной части. Шифр производственной практики: Б2.В.02(П) Производственная практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности.

#### **5. ОБЪЕМ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ И ЕЕ ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ В НЕДЕЛЯХ ЛИБО В АКАДЕМИЧЕСКИХ ИЛИ АСТРОНОМИЧЕСКИХ ЧАСАХ**

Практика проводится в пятом семестре – 6 недель, в девятом семестре – 8 недель. Всего 14 недель. Сроки практики четко устанавливаются (аттестация в 5 семестре – зачет,



в 9 семестре – зачет. – Всего 756 часов, (23 з.е.).

| Вид учебной работы                 | Всего часов/<br>зачетных<br>единиц | Семес<br>тр | Всего<br>часов/заче<br>тных<br>единиц | Семес<br>тр |
|------------------------------------|------------------------------------|-------------|---------------------------------------|-------------|
| Итого академических часов по плану | 324                                | <b>5</b>    | 432                                   | <b>9</b>    |
| Самостоятельная работа             | 324                                |             | 432                                   |             |
| Вид промежуточной аттестации       | Зачет                              |             | Зачет                                 |             |
| Общая трудоемкость часы            | 324                                |             | 432                                   |             |
| зачетные единицы                   | 9                                  |             | 12                                    |             |

## 6. СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

### Цели и задачи практики:

**Цель производственной практики** – получение профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности.

### Задачи производственной практики:

- обобщение, систематизация, конкретизация и закрепление теоретических знаний на основе изучения опыта работы базы;
- приобретение опыта организационной и правовой работы на должностях кадровых и управленческих служб организаций в целях приобретения навыков самостоятельной работы по решению стоящих перед ними задач;
- развитие правовой культуры, как важнейшего условия успешного решения задач будущей профессиональной деятельности;
- изучение передового и практического опыта по избранному направлению подготовки;
- углубление практических умений и навыков по профессиональной деятельности в отделах или агентствах рекламы и связей с общественностью,
- углубление практических умений и навыков по профессиональной деятельности в рамках направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» и разработка PR-мероприятия как составной части плана выпускной квалификационной работы (бакалаврской работы).
- закрепление общих представлений о принципах и законах функционирования рыночной экономики и места рекламной и СО практики в деятельности предприятия;
- ознакомление с особенностями использования различных инструментов продвижения рекламных и PR-средств;
- раскрытие прикладного характера рассматриваемых в учебных дисциплинах базовых категорий рекламы и PR;
- закрепление навыков расчета основных показателей рекламного планирования, определение рекламного бюджета, медиапланирования и анализа эффективности рекламных мероприятий;
- выработка умения анализировать и систематизировать факты рекламы и PR в соответствии с конкретно поставленной задачей;
- выработка филологических навыков написания рекламных и PR текстов различного характера;
- развитие навыков презентации и защиты результатов выполняемой деятельности.
- сбор необходимых материалов для подготовки и написания отчета по прохождению практики.

### Порядок направления обучающихся на практику:

База практики - место прохождения практики обучающимися Филиала. Места

прохождения практики определяются кафедрой и деканатом по предварительному согласованию с организацией с учетом предложений обучающегося. Базой практики могут быть государственные, муниципальные учреждения и ведомства, штабы политических партий и общественных организаций, средства массовой информации, частные компании, рекламные, консалтинговые и PR-агентства. и другие коммерческие, а также государственные структуры, обладающие необходимым кадровым и научно-техническим потенциалом.

Проведение практики осуществляется на основе договоров о сотрудничестве с профильными организациями на организацию и проведение практики (приложение 1, 1.1, 1.2).

Заключение договоров производится до начала практики. Обучающиеся вправе самостоятельно осуществлять поиск профильных организаций для прохождения практики. Обучающиеся, совмещающие обучение с трудовой деятельностью, вправе проходить практику в организации по месту работы, в случаях если профессиональная деятельность, осуществляемая ими в указанных организациях, соответствует целям и задачам практики. В случаях, самостоятельного поиска профильных организаций для прохождения практики, обучающиеся самостоятельно обеспечивают заключение договора с профильной организацией. При наличии в профильной организации вакантной должности, работа на которой соответствует требованиям к содержанию практики, с обучающимся может быть заключен срочный трудовой договор о замещении такой должности.

Перед началом практики кафедра проводит установочную конференцию.

*Установочная конференция* – собрание обучающихся, проходящих практику с целью разъяснения основных положений практики. Основными задачами вводной конференции являются:

- ознакомить обучающихся со спецификой практики;
- довести до сведения обучающихся сроки прохождения практики;
- довести до сведения обучающихся перечень необходимых документов для отчетности по практике;
- определить цели и задачи практики;
- снабдить обучающихся необходимыми формами отчетности, документацией, видами отчетных работ и критериями их оценивания, и приказом декана факультета;
- определить сроки проведения итоговой конференции.

Получив в деканате письменное направление на практику, обучающийся своевременно выясняет возможность прохождения практики по всей программе в выбранной организации.

Перед началом прохождения практики обучающийся должен ознакомиться с программой, изучить рекомендуемую справочную и специальную литературу, проконсультироваться у руководителя практики, получить в деканате факультета направление и всю необходимую документацию для прохождения практики.

В связи с конфиденциальностью или отсутствием нужной информации некоторые вопросы Программы, с письменного разрешения заведующего кафедрой, могут быть рассмотрены в отчете по специальному перечню и в относительных единицах.

Текущий контроль успеваемости проводится руководителями практики от Филиала с учетом мнения руководителей практики от профильных организаций.

Промежуточная аттестация по практике проводится руководителями практики от Филиала в форме зачета.

Результаты прохождения практики обучающихся обсуждаются на итоговых конференциях. К участию в итоговой конференции допускаются обучающиеся, представившие руководителю практики от Филиала дневник практики, отчет по практике, содержание которого определяется программой практики, и отзыв руководителя практики

от профильной организации до проведения итоговой конференции. Отчет по практике и отзыв руководителя практики от профильной организации хранятся в порядке, установленном номенклатурой дел Филиала.

Обучающийся, не выполнивший программу практики по уважительной причине, направляется на практику повторно в свободное от учебных занятий время. Невыполнение программы практики, неудовлетворительные результаты или не прохождение промежуточной аттестации по практике при отсутствии уважительных причин признаются академической задолженностью.

#### **Руководство практикой:**

Ответственность за организацию и проведение практики обучающихся возлагается на декана филологического факультета.

Организацию и проведение практики обучающихся осуществляют: руководители практики от Филиала и руководители практики от профильных организаций.

Руководители практики от Филиала осуществляют общее руководство организацией и проведением производственной практики. Руководителями практики от Филиала назначаются лица, из числа педагогических работников кафедры филологии и массовых коммуникаций.

*В обязанности руководителей практики от Филиала входят:*

- установление связи и подготовка договора с профильными организациями (при наличии договора с профильными организациями - проведение организационных работ с руководителями профильных организаций по обеспечению условий для прохождения практики обучающимися);
- распределение обучающихся по профильным организациям;
- подготовка учебно-методической документации для организации и проведения практики;
- проведение установочной и итоговой конференций;
- проведение инструктажа по ознакомлению обучающихся с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка в профильных организациях;
- внесение предложений по совершенствованию учебно-методического обеспечения практики;
- своевременное устранение недостатков в организации и проведении практики;
- оформление зачетно-экзаменационных ведомостей и зачетных книжек обучающихся;
- составление отчета по итогам организации и проведения практики, согласование его с руководителем учебного структурного подразделения Филиала (приложение 6, 6.1) в течение месяца после окончания практики.

Назначение руководителей практики от Филиала, закрепление обучающихся за профильными организациями оформляется приказом декана факультета. Приказ предоставляется в учебно-методическое управление Филиала до начала практики.

Руководителями практики от профильных организаций являются руководители профильных организаций или уполномоченные ими лица.

*В обязанности руководителей практики от профильных организаций входят:*

- согласование программы практики, индивидуальных заданий обучающихся, содержания и планируемых результатов практики;
- ознакомление обучающихся с основными направлениями деятельности профильной организации;
- предоставление рабочих мест обучающимся;
- обеспечение безопасных условий практики обучающихся, отвечающих санитарным правилам и требованиям охраны труда;
- проведение инструктажа по ознакомлению обучающихся с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего

- трудового распорядка и контроль за их соблюдением;
- составление письменного отзыва о результатах прохождения практики обучающимся (приложение 2);
  - внесение предложений по совершенствованию организации и проведения практики.

#### **Обязанности обучающегося-практиканта:**

При прохождении практики *обучающиеся имеют право:*

- обращаться по вопросам организации и проведения практики к руководителям практики от Филиала, руководителям практики от профильных организаций;
- пользоваться материально-технической базой профильной организации в период прохождения практики;
- использовать отчетную документацию по практике для формирования личного электронного портфолио;
- вносить предложения по совершенствованию системы организации и проведения практик.

При прохождении практики *обучающийся обязан:*

- участвовать в установочной и итоговой конференциях;
- выполнять задания, предусмотренные программой практики;
- подчиняться правилам внутреннего трудового распорядка, действующим в профильных организациях;
- соблюдать требования охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности;
- нести ответственность за выполняемую работу и ее результаты;
- изучить и строго соблюдать трудовую дисциплину.
- вести дневник, в котором систематически делать записи о выполненной работе.
- регулярно (не реже одного раза в неделю) информировать руководителя практики от вуза о проделанной работе, по требованию предоставлять ему для контроля дневник практики.
- представить на кафедру отчет о практике вместе с дневником и отзывом-характеристикой руководителя практики со стороны организации и защитить отчет в установленные кафедрой сроки.

Обучающиеся, не выполнившие программу практики, получившие отрицательный отзыв или неудовлетворительную оценку при защите отчета, направляются на практику повторно или по представлению кафедры могут быть отчислены из вуза.

Контроль выполнения обучающимися программы практики обеспечивается проверкой собранных материалов руководителями практики от организации и от вуза.

## **7. ФОРМЫ ОТЧЕТНОСТИ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ**

Основными документами отчетности по производственной практике: практике по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, являются:

1. Отчет (приложение 6, 6.1)
2. Дневник практики (приложение 7).

Заполнение дневника (приложение 7) и написание отчета (приложение 6, 6.1) должно осуществляться обучающимся систематически во время прохождения практики в соответствии с Программой практики и индивидуальным заданием.

По окончании практики обучающийся должен оформить отчет и дневник по прохождению практики в соответствии с требованиями кафедры филологии и массовых коммуникаций. В последний день срока прохождения практики представить для рецензирования и защиты на кафедру отчет, дневник и отзыв о результатах прохождения практики. Отчет сдается в папке. Неполные и небрежно оформленные отчеты к защите не допускаются.

Критерии оценки защиты отчета о практике обучающихся:

- выполнение программы практики, соответствие разделов отчета разделам программы;
- полнота собранного материала в соответствии с программой практики и индивидуальным заданием;
- самостоятельность обучающегося при подготовке отчета;
- соответствие названий разделов их содержанию;
- наличие выводов и предложений по разделам;
- уровень квалифицированности и грамотности изложенного аналитического и практического материала и результатов проведенных исследований;
- выполнение индивидуального задания, согласованного с руководителем практики от кафедры;
- соблюдение требований к оформлению отчета по практике;
- соблюдение требований к объему текстовой части отчета;
- полные и четкие ответы на вопросы руководителя от кафедры при защите отчета.

## **8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ**

Промежуточная аттестация обучающихся по производственной практике проводится в соответствии с Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам магистратуры в Самарском филиале Государственного автономного образовательного учреждения высшего образования города Москвы «Московский городской педагогический университет».

Обучающийся допускается к промежуточной аттестации по производственной практике в случае выполнения им плана Программы практики и Индивидуального задания.

**Оценочные материалы** для проведения промежуточной аттестации обучающихся по производственной практике, указаны во втором разделе настоящей Программы.

## **9. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И РЕСУРСОВ СЕТИ ИНТЕРНЕТ, НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**

### **Учебная литература**

#### **1. Основная**

Программа и оценочные материалы по организации и проведению Производственной практики: практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности обучающихся на филологическом факультете, по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления (уровень бакалавриата).

Вильчинская-Бутенко М.Э. Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах: учебное пособие. СПб., 2014.

Гареева В.Г. Интегрированные коммуникации: основы рекламы и связей с общественностью: учебное пособие / В. Г. Гареева, Н. Н. Журавлева. СПб., 2013.

Гусаров Ю. В. Рекламная деятельность. М.: ИНФРА-М, 2013. 311 с.

Душкина М.Р. PR и продвижение в маркетинге: коммуникации и воздействие, технологии и психология: учебное пособие. М., 2011.

- Забурдаева Е.В. Политическая кампания: стратегии и технологии. М.: Аспект Пресс, 2012. 343 с.
- Игнатенко А. А. Очерки истории российской рекламы. СПб.: Алетейя, 2013. 86 с.
- Измайлова М. А. Психология рекламной деятельности. М.: Дашков и К°, 2014. 443 с.
- Коноваленко, В. А. Основы интегрированных коммуникаций: учебник и практикум для академического бакалавриата / В.А. Коноваленко, М.Ю. Коноваленко, Н.Г. Швед. М., 2014.
- Кривонос А. Д. Основы теории связей с общественностью. М.: Питер, 2012. 375 с.
- Кузнецов П. А. Public Relations. Связи с общественностью для бизнеса : практические приемы и технологии. М.: Дашков и Ко, 2013. 294 с.
- Макарова Т. В. Основы информационных технологий в рекламе. М.: ЮНИТИ, 2012. - 269 с.
- Панкратов Ф. Г. Основы рекламы. М.: Дашков и К°. М., 2013. 540 с
- Подорожная Л. В. Теория и практика рекламы. М.: ОМЕГА-Л, 2012. 343 с.
- Сагинова О.В. Интегрированные коммуникации: учебник / [Сагинова О. В. и др.]; под ред. О. В. Сагиновой. М., 2014.
- Синяева И.М. Интегрированные маркетинговые коммуникации: учебник / [И. М. Синяева и др. / под ред. И. М. Синяевой. М., 2012.
- Смирнов Э. А. Управление качеством рекламы. М.: РИОР: ИНФРА-М, 2013. 167 с.
- Чумиков А. Н. Антикризисные коммуникации. М.: Аспект Пресс, 2013. 172 с.
- Чумиков А. Н. Реклама и связи с общественностью: имидж, репутация, бренд. М.: Аспект Пресс, 2012. 157 с.
- Чумиков А.Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов. М.: ИНФРА-М, 2012. 327 с.

## **2. Дополнительная**

- Апенс У.Ф., Вейголд М.Ф., Арнс К. Современная реклама. М.: Эксмо, 2011.
- Бердышев С.Н. Рекламный текст. Методика составления и оформления. М.: Дашков и Ко, 2012.
- Голованов В. Рекламное агентство. С чего начать, как преуспеть. СПб.: Питер, 2012.
- Душкина М.Р. PR и продвижение в маркетинге: коммуникации и воздействие, технологии и психология: Учеб. пособие. СПб.: Питер, 2010. 560 с.
- Огилви Д. Огилви о рекламе. М.: Эксмо, 2011.
- Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: Учебное пособие. М., 2011.

## **3. Ресурсы сети Интернет**

Доступ к изданиям с помощью информационной библиотечной системы филиала МАРК-SQL по средством сети Интернет по адресу: <http://library.sfmgru.ru>.

В Университете создана Электронная библиотека, которая регулярно пополняется.

Каждый обучающийся имеет индивидуальный логин и пароль к ЭБС «Университетская библиотека online» и ЭБС ZNANIUM.COM, содержащей издания по основным изучаемым дисциплинам.

**Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» (ООО «НексМедиа»)**

Лицензионный договор № 30-129/03-20еп от 26.03.2020 г.

Срок действия с 03.04.2020 до 02.04.2021 г.

<http://biblioclub.ru>

По индивидуальным логинам и паролям, предоставляемым Исполнителем, из любой точки доступа в сеть Интернет, круглосуточно, без ограничения времени пользования.

**Универсальная база данных ООО «ИВИС» (ООО «ИВИС»)**

Лицензионный договор № 30-704/12-20еп от 25.12.2020 г.

Срок действия с 01.01.2021 до 31.12.2021 г.

Лицензионный договор № 30-40/02-20еп от 14.02.2020 г.

Срок действия с 22.03.2020 до 31.12.2020 г.

<http://ebiblioteka.ru>

По IP-адресу. Количество подключений – без ограничений.

**База данных «Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU» (ООО «РУНЭБ»)**

Гражданско-правовой договор автономного учреждения №30-466/11-20еп от 25.11.2020

Срок действия с 01.01.2021 по 31.12.2021

Договор №189-585/12-19еп от 05.12.2019 Срок действия с 01.01.2020 по 31.12.2020

<http://elibrary.ru>

По IP-адресу. Количество подключений – без ограничений.

**Электронно-библиотечная система «ЮРАЙТ» (ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ»)**

Гражданско-правовой договор автономного учреждения № 30-157/05-20еп от 27.05.2020 г.

Срок действия с 01.07.2020 до 30.06.2021 г. + (открыт свободный доступ с 19.05.2020 до 30.06.2020)

[www.urait.ru](http://www.urait.ru)

По индивидуальным логинам и паролям, предоставляемым Исполнителем, из любой точки доступа в сеть Интернет, круглосуточно, без ограничения времени пользования.

**Электронно-библиотечная система «ЭБС ZNANIUM.COM» (ООО «ЗНАНИУМ»)**

Гражданско-правовой договор автономного учреждения № 30-50/01-19еп от 17.02.2020 г.

Срок действия с 26.03.2020 до 26.03.2021 г.

[www.znanium.com](http://www.znanium.com)

По индивидуальным логинам и паролям, предоставляемым Исполнителем, из любой точки доступа в сеть Интернет, круглосуточно, без ограничения времени пользования

**Электронно-библиотечная система «IPRbooks» (ООО Компания «Ай Пи Эр Медиа»)**

Гражданско-правовой договор автономного учреждения № 30-534/11-20еп от 10.11.2020 г.

Срок действия с 10.11.2020 до 31.12.2021 г.

Лицензионный договор № 30-601/12-19еп от 06.12.2019 г.

Срок действия с 10.01.2020 до 10.11.2020 г.

[www.iprbookshop.ru](http://www.iprbookshop.ru)

По индивидуальным логинам и паролям, предоставляемым Исполнителем, из любой точки доступа в сеть Интернет, круглосуточно, без ограничения времени пользования.

**Электронно-библиотечная система «ЛАНЬ»**

(ООО «Издательство ЛАНЬ»)

Гражданско-правовой договор автономного учреждения № 30-95/03-20еп от 11.03.2020 г.

Срок действия с 11.03.2020 до 22.03.2021 г.

<https://e.lanbook.com>

По индивидуальным логинам и паролям, предоставляемым Исполнителем, из любой точки доступа в сеть Интернет, круглосуточно, без ограничения времени пользования.

Развитие библиотеки и формирование фондов осуществляется по разным направлениям. Это расширение сервисов и услуг для читателей на сайте [www.samara.mgpu.ru](http://www.samara.mgpu.ru) (каталог оглавлений периодики, бюллетень новых поступлений, электронный каталог, удалённые ресурсы – ссылки на полнотекстовые источники, виртуальная библиографическая справка, электронный формуляр читателя, заявка на комплектование изданий), обеспечение учебной и научно-исследовательской деятельности, пополнение традиционных библиотечных фондов, обеспечение доступа к полнотекстовым ресурсам внутренним и внешним, базам данных и информационным системам в соответствии с образовательными и научными интересами.

## **10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ (ПРИ НЕОБХОДИМОСТИ)**

Электронно-библиотечная система Znanium.com - Режим доступа: зарегистрированным пользователям круглосуточный доступ к электронным изданиям из любой точки мира посредством сети Интернет. - <http://znanium.com/>

Университетская библиотека онлайн - Режим доступа: зарегистрированным пользователям круглосуточный доступ к электронным изданиям из любой точки мира посредством сети Интернет. - <http://biblioclub.ru/>. Ресурс библиотеки СФ МГПУ <http://library.sfmgpu.ru/>

*Информационные технологии* – это совокупность методов, способов, приемов и средств обработки документированной информации, включая прикладные программные средства.

Использование компьютерной техники и систем связи для создания, сбора, передачи, хранения и обработки информации.

Использование на занятиях электронных изданий (чтение лекций с использованием слайд-презентаций, видео- аудио-материалов (через Интернет).

Организация взаимодействия с обучающимися посредством электронной почты.

Организация Интернет-групп.

Компьютерное тестирование.

Стандартный набор лицензионного программного обеспечения.

Операционная система Microsoft Windows 10 для образовательных учреждений

Microsoft Office профессиональный плюс 2016

Microsoft online Services. Office 365

Антивирус ESET NOD32 Antivirus Business Edition.

Пакет сервисов – GoogleSuiteforEducation

- при подготовке рефератов используется программа Microsoft Word;
- при подготовке презентаций – Microsoft PowerPoint;
- при поиске информации – браузер Google Chrome.

## **11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**

Для реализации ОПОП ВО Филиал располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, лабораторной, практической и научно-исследовательской работы обучающихся, которые предусмотрены учебным планом Филиала, и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.



Филиал имеет 2 здания, общая площадь которых составляет 4938 кв.м. В составе используемых помещений имеются специальные помещения для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания оборудования: лекционные аудитории, аудитории для практических и семинарских занятий, лингафонный кабинет, компьютерные классы, аудитории, оборудованные стационарными мультимедиа проекторами, интерактивными досками, открытая спортивная площадка.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Филиала.

Библиотека филиала содержит более 50 тысяч единиц хранения, электронный каталог изданий и публикаций насчитывает почти 300 описаний электронных ресурсов, периодических изданий и статей. Библиотека оснащена компьютерной и мультимедийной техникой, а существующий в филиале неограниченный доступ к сети Интернет позволяет обучающимся, преподавателям и научным сотрудникам воспользоваться электронными ресурсами любой библиотеки мира.

В филиале при организации и проведении учебного процесса используется 245 компьютеров (108 ноутбуков, 5 планшетных компьютеров, 17 мультимедийных проекторов, 8 интерактивных досок, 31 принтеров, 12 сканеров, 25 многофункциональных устройств). Преподаватели также активно используют в своей деятельности персональные компьютеры. Все компьютеры имеют доступ к сети Интернет. В корпусах доступ предоставляется к сети Интернет с помощью оптического канала. Скорость передачи данных составляет до 100 Мбит/сек.

Рабочий и учебный процесс в филиале обеспечивается лицензионным программным обеспечением, используются обучающие компьютерные программы по отдельным дисциплинам и темам, профессиональные пакеты программ по направлениям подготовки, программы компьютерного тестирования, программы для решения организационных, управленческих и экономических задач филиала.

В филиале функционирует медицинский кабинет (лицензия №ЛО-63-01-003850 от 12.08.2016), который снабжен необходимым оборудованием, медикаментами и мебелью. Для питания обучающихся и сотрудников организована столовая, которая рассчитана на 262 посадочных места, и ее площадь составляет 165 кв.м. Столовая работает в течение всего дня, что позволяет обучающимся любой формы обучения и сотрудникам питаться в удобное время.

Если производственную практику: практику по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности обучающийся проходит в сторонней организации, то пользуется имеющейся в организации материально-технической базой.

## **12. ОРГАНИЗАЦИЯ ПРАКТИКИ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

Производственная практика для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья проводится с учетом Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по ОП высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утв. Приказом Министерства образования и науки РФ от 05 апреля 2017 г. № 301) и нормативно-методических документов СФ ГАОУ ВО МГПУ: Положения об организации обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (от 26.05.2017 г.).

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

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрены соответствующие здоровью формы и порядок проведения практики:

1. Разработка индивидуальных заданий, например: анализ интернет-пространства; анализ сайта «Медиалогия»; анализ учебно-методической литературы по проблемам связей с общественностью; анализ сайтов крупных компаний и др.

2. Выбор места прохождения практики для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья производится с учетом требований их доступности для данных категорий обучающихся. При определении места производственной практики для инвалидов, лиц с ограниченными возможностями учитываются рекомендации медико-социальной экспертизы, отраженные в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда. При необходимости для прохождения практики создаются специальные рабочие места в соответствии с характером нарушений, а также с учетом профессионального вида деятельности и характера труда, выполняемыми студентом-инвалидом трудовых функций.

3. Материально-технические условия прохождения практики обеспечивают возможность беспрепятственного доступа практикантов из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов к специально оборудованным рабочим местам, а также в другие помещения.

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ  
АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ**

**1. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ С УКАЗАНИЕМ ЭТАПОВ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОПОП ВО**

| Контролируемые компетенции<br>(шифр компетенции)   | Планируемые результаты обучения<br>(знает, умеет, владеет)   | Семестр /<br>Этап<br>формирования<br>компетенции |
|--|--|--|
| УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач | УК-1.1.<br>Анализирует задачу, выделяя этапы ее решения, действия по решению задачи<br>УК-1.2.<br>Находит, критически анализирует и выбирает информацию, необходимую для решения поставленной задачи<br>УК-1.3.<br>Рассматривает различные варианты решения задачи, оценивает их преимущества и риски<br>УК-1.4.<br>Грамотно, логично, аргументированно формирует собственные суждения и оценки. Отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности<br>УК-1.5.<br>Определяет и оценивает практические последствия возможных вариантов решения задачи | 5, 9<br>промежуточный                            |
| УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде  | УК-3.1.<br>Понимает эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, определяет свою роль в команде<br>УК-3.2.<br>Различает особенности поведения разных групп людей, с которыми работает/взаимодействует, учитывает их в своей деятельности<br>УК-3.3.<br>Способен устанавливать разные виды коммуникации (учебную, деловую, неформальную и др.)<br>УК-3.4.<br>Понимает результаты (последствия) личных действий и планирует последовательность шагов для достижения заданного результата   |  |

|  |  |  |
|--|--|--|
|  | УК-3.5.<br>Эффективно взаимодействует с другими членами команды, в т.ч. участвует в обмене информацией, знаниями и опытом, в презентации результатов работы команды  |  |
| ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем | ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ<br>ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем |  |
| ОПК-6. Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии  | ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение<br>ОПК-6.2. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов   |  |
| ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности   | ОПК-7.1.<br>Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности<br>ОПК-7.2.<br>Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом                                    |  |

**ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ**

| Семестр      | Шкала оценивания |           |
|--------------|------------------|-----------|
| 5, 9 семестр | «Не зачтено»     | «Зачтено» |

|  |   |  |
|--|---|--|
|  | <p><b>Не знает:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;</li> <li>– основы работы в отделах рекламы/связей с общественностью;</li> <li>– правила создания текстов рекламы и связей с общественностью, принципы литературного редактирования, копирайтинга;</li> <li>– правила и порядок планирования и подготовки коммуникационных кампаний и мероприятий;</li> <li>– порядок проведения коммуникационных кампаний и мероприятий;</li> <li>– суть стандартных задач профессиональной деятельности и основные требования информационной безопасности;</li> <li>– специфику работы отделов рекламы и связей с общественностью, функциональные схемы построения отделов; принципы и приемы планирования и проведения мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, модели оценки эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью;</li> <li>– организацию и оперативное планирование своей деятельности и деятельности фирмы</li> <li>– организационно-управленческие принципы работы с малыми коллективами;</li> <li>– правила и порядок подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);</li> <li>– порядок реализации проектов и методы их реализации;</li> <li>– методы создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, принципы внутренней и внешней эффективной коммуникации;</li> </ul> | <p><b>Знает:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;</li> <li>– основы работы в отделах рекламы/связей с общественностью;</li> <li>– правила создания текстов рекламы и связей с общественностью, принципы литературного редактирования, копирайтинга;</li> <li>– правила и порядок планирования и подготовки коммуникационных кампаний и мероприятий;</li> <li>– порядок проведения коммуникационных кампаний и мероприятий;</li> <li>– суть стандартных задач профессиональной деятельности и основные требования информационной безопасности;</li> <li>– специфику работы отделов рекламы и связей с общественностью, функциональные схемы построения отделов; принципы и приемы планирования и проведения мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, модели оценки эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью;</li> <li>– организацию и оперативное планирование своей деятельности и деятельности фирмы</li> <li>– организационно-управленческие принципы работы с малыми коллективами;</li> <li>– правила и порядок подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);</li> <li>– порядок реализации проектов и методы их реализации;</li> <li>– методы создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, принципы внутренней и</li> </ul> |
|--|---|--|

|  |  |   |
|--|--|---|
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>– порядок, приемы и принципы планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий;</li> <li>– порядок подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;</li> <li>– порядок проведения маркетинговых исследований;</li> <li>– приемы и методы организации и проведения социологических исследований;</li> </ul>   | <p>внешней эффективной коммуникации;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– порядок, приемы и принципы планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий;</li> <li>– порядок подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;</li> <li>– порядок проведения маркетинговых исследований;</li> <li>– приемы и методы организации и проведения социологических исследований;</li> </ul>   |
|  | <p><b>Не умеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;</li> <li>– работать в отделах рекламы/связей с общественностью;</li> <li>– писать рекламные сообщения и тексты для мероприятий по связям с общественностью, приемы литературного редактирования, копирайтинга;</li> <li>– планировать и готовить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;</li> <li>– осуществлять под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;</li> <li>– решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;</li> <li>– участвовать в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с</li> </ul> | <p><b>Умеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;</li> <li>– работать в отделах рекламы/связей с общественностью;</li> <li>– писать рекламные сообщения и тексты для мероприятий по связям с общественностью, приемы литературного редактирования, копирайтинга;</li> <li>– планировать и готовить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;</li> <li>– осуществлять под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;</li> <li>– решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;</li> <li>– участвовать в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с</li> </ul> |

|  |   |   |
|--|---|---|
|  | <p>общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– организовывать и оперативно планировать свою деятельность и деятельность фирмы;</li> <li>– организовывать работу малых коллективов;</li> <li>– готовить проектную документацию (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);</li> <li>– реализовывать проекты;</li> <li>– создавать эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, обеспечивать внутреннюю и внешнюю коммуникации;</li> <li>– принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;</li> <li>– готовить к выпуску, производству и распространению рекламную продукцию, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;</li> <li>– проводить маркетинговые исследования;</li> <li>– организовывать и проводить социологические исследования;</li> <li>– составлять аналитические справки, обзоры и прогнозы;</li> <li>– осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;</li> <li>– осуществлять под контролем рекламные кампании и мероприятия;</li> <li>– реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности;</li> <li>– работать в отделе рекламы, маркетинговом отделе,</li> </ul> | <p>общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– организовывать и оперативно планировать свою деятельность и деятельность фирмы;</li> <li>– организовывать работу малых коллективов;</li> <li>– готовить проектную документацию (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);</li> <li>– реализовывать проекты;</li> <li>– создавать эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, обеспечивать внутреннюю и внешнюю коммуникации;</li> <li>– принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;</li> <li>– готовить к выпуску, производству и распространению рекламную продукцию, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;</li> <li>– проводить маркетинговые исследования;</li> <li>– организовывать и проводить социологические исследования;</li> <li>– составлять аналитические справки, обзоры и прогнозы;</li> <li>– осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;</li> <li>– осуществлять под контролем рекламные кампании и мероприятия;</li> <li>– реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности;</li> <li>– работать в отделе рекламы, маркетинговом отделе,</li> </ul> |
|--|---|---|

|  |  |   |
|--|--|---|
|  | <p>рекламном агентстве;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– осуществлять под контролем подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы</li> </ul>  | <p>рекламном агентстве;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– осуществлять под контролем подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы</li> </ul>   |
|  | <p><b>Не владеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;</li> <li>– знаниями и навыками работы в отделах рекламы/связей с общественностью;</li> <li>– базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, навыками литературного редактирования, копирайтинга;</li> <li>– умением планировать и готовить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;</li> <li>– умением осуществлять под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;</li> <li>– способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;</li> <li>– навыками управления и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществления оперативного планирования и оперативного контроля за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью, проведения мероприятий по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оцениванию эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью;</li> </ul> | <p><b>Владеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;</li> <li>– знаниями и навыками работы в отделах рекламы/связей с общественностью;</li> <li>– базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, навыками литературного редактирования, копирайтинга;</li> <li>– умением планировать и готовить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;</li> <li>– умением осуществлять под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;</li> <li>– способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;</li> <li>– навыками управления и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществления оперативного планирования и оперативного контроля за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью, проведения мероприятий по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оцениванию эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью;</li> </ul> |



|  |   |   |
|--|---|---|
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>– навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы;</li> <li>– навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами;</li> <li>– навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);</li> <li>– навыками реализовывать проекты и методами их реализации;</li> <li>– способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации;</li> <li>– способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;</li> <li>– навыками организации и подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;</li> <li>– навыками проведения маркетинговых исследований;</li> <li>– навыками организации и проведения социологических исследований;</li> <li>– навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов;</li> <li>– навыками осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;</li> <li>– навыками осуществления под контролем рекламных кампаний и мероприятий;</li> <li>– навыками реализации знаний в области рекламы как сферы</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>– навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы;</li> <li>– навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами;</li> <li>– навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);</li> <li>– навыками реализовывать проекты и методами их реализации;</li> <li>– способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации;</li> <li>– способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;</li> <li>– навыками организации и подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;</li> <li>– навыками проведения маркетинговых исследований;</li> <li>– навыками организации и проведения социологических исследований;</li> <li>– навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов;</li> <li>– навыками осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;</li> <li>– навыками осуществления под контролем рекламных кампаний и мероприятий;</li> <li>– навыками реализации знаний в области рекламы как сферы</li> </ul> |
|--|---|---|

|  |   |   |
|--|---|---|
|  | <p>профессиональной деятельности;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве;</li> <li>– навыками осуществления под контролем подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы</li> </ul> | <p>профессиональной деятельности;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве;</li> <li>– навыками осуществления под контролем подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы</li> </ul> |
|--|---|---|

### **3. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОПОП ВО**

#### **Структура и содержание производственной практики 3 КУРС, V СЕМЕСТР**

При прохождении всех видов практик сохраняется преемственность изучаемого материала. Наиболее эффективный вариант - прохождение всех видов практик в одной организации. Обучающемуся необходимо дополнять собранный на предыдущей практике материал материалом из соответствующих разделов, предусмотренных для рассмотрения в период очередной практики. В случае если место прохождения практик будет меняться, подлежат изучению на объекте исследования все разделы, предусмотренные программой и заданием на практику.

*Анализируя информационную систему управления организации, обучающиеся должны дать:*

*1. Характеристику коммуникационных процессов:*

- коммуникации между уровнями управления и подразделениями;
- коммуникации между организацией и внешней средой (органы государственного регулирования, потребители, поставщики и др.);

*2. Характеристику общей схемы информационных потоков в организации:*

- информационный процесс (передача, преобразование, хранение, оценка и использование информации);
- средства передачи и преобразования информации;

*Обучающийся должен получить информацию об организации и закрепить в отчете:*

- наименование организации, ФИО руководителя, местоположение и основные реквизиты предприятия;
- историю развития организации;
- особенности отрасли, к которой относится организация;
- цели и задачи предприятия;
- историю-легенду организации;
- миссию и философию организации;
- имидж организации;
- организационно-правовые формы структурных подразделений предприятия и характер организационных отношений между ними;
- уровень корпоративной культуры.

#### **Индивидуальное задание на практику № 1**

1. Наблюдение и участие в работе рекламных и PR-служб предприятия;
2. Проведение мероприятий по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок;
3. Создание проектов с использованием рекламных и PR-технологий, востребованных в условиях рынка (составление прогноза развития рынка, его емкости, динамики спроса и предпочтений потребителей и разработка мер по повышению конкурентной позиции фирмы, организации, товаров и услуг);
4. Создание эффективной коммуникационной системы организации, обеспечение внутренней и внешней коммуникации, формирование и поддержание корпоративной культуры; планирование, подготовка и проведение коммуникационных кампаний и мероприятий;

5. Разработка, производство и распространение рекламной и PR-продукции;
6. Организация и проведение социологических и маркетинговых исследований; составление и оформление материалов для экспертных заключений и отчетов; написание аналитических справок, обзоров и прогнозов.

## **Структура и содержание производственной практики 5 КУРС, IX СЕМЕСТР**

### **Индивидуальное задание на производственную практику № 2**

Обучающиеся во время производственной практики должны подготовить и провести PR-мероприятие по продвижению имиджа компании, в которой они проходят практику.

1. Сформулировать цель и задачи специального мероприятия.
2. Проанализировать параметры внешней и внутренней среды организации. Сделать SWOT-анализ.
3. Провести анализ и оценку существующего положения компании, указать причины, приведшие к началу PR-кампании.
4. Выделить и проанализировать целевую аудиторию.
5. Определить каналы коммуникации с целевой аудиторией. Обосновать выбор СМИ. Составить медиакарту, дать медиапортрет: 2 газет, 2 журналов (1 специализированный), 2 телеканалов, 2 интернет-порталов, 2 радиостанций. Обосновать использование других средств коммуникации.
6. Разработать сценарий специального мероприятия.
7. Составить график проведения мероприятия в виде таблицы. В графике указываются название события, сроки проведения, ответственные лица и задействованные каналы коммуникации.
8. Составить бюджет, подсчитать расходы на проведение PR-кампании. В таблице отразить мероприятия, ресурсы, необходимые для их осуществления, и их стоимость.
9. Определить критерии оценки эффективности кампании, конечные цели, которые планируется достигнуть после завершения мероприятия.

В отчете по практике перечисленные вопросы отразить в соответствующих разделах отчета и заключении.

#### **4. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ**

**Порядок проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по прохождению производственной практики**

Порядок проведения текущего контроля успеваемости предполагает систематическую проверку знаний обучающихся и выполнение их самостоятельной работы.

*Текущий контроль успеваемости* – это контроль знаний, умений, навыков, приобретенных обучающимися в ходе прохождения производственной практики.

Текущий контроль успеваемости обучающихся проводится по каждому разделу программы производственной практики и включает контроль знаний в рамках самостоятельной работы обучающихся. Результаты текущего контроля оглашаются обучающимся.

**Промежуточная аттестация** обучающихся по результатам прохождения производственной практики проводится в форме защиты отчета и сдачи зачета с оценкой. Зачет с оценкой сдается согласно расписанию и служит формой проверки учебных достижений обучающихся, по всей программе производственной практики и преследуют цель оценить учебные достижения за период прохождения практики. Результаты успеваемости обучающихся выставляются в рейтинговый лист, ведомость деканата по БРС, экзаменационную ведомость и зачетную книжку обучающихся.

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация в рамках производственной практики проводятся с целью определения степени освоения обучающимися ОПОП ВО. Учебные достижения обучающихся по всем видам заданий в ходе текущего контроля оцениваются по балльно-рейтинговой системе в соответствии с Технологической картой производственной практики.

### **Методические указания для обучающихся по освоению программы производственной практики при балльно-рейтинговой системе оценки качества освоения ОПОП ВО**

Балльно-рейтинговая система используется для оценки знаний обучающихся. Рейтинг устанавливает уровень подготовки обучающегося относительно других обучающихся в сопоставимых условиях.

Задачами балльно-рейтинговой системы являются:

- повышение мотивации обучающихся к освоению ОПОП ВО путем более высокой дифференциации оценки их учебной работы;
- стимулирование регулярной и результативной самостоятельной учебной работы обучающихся в семестре;
- получение дифференцированной и разносторонней информации о качестве и результативности обучения, а также о персональных академических достижениях обучающихся;
- повышение уровня учебно-организационной работы кафедр.

**Итоговая балльная оценка** по производственной практике определяется как сумма баллов, набранных обучающимся в результате производственной практики (текущая успеваемость) и защиты отчета на отчетной конференции (промежуточная аттестация).

**Текущая успеваемость** обучающихся определяется по сумме баллов, набранных в результате производственной практики. Контроль за текущей успеваемостью осуществляет руководитель производственной практики от кафедры. По результатам аттестации в ведомость выставляется число баллов, полученных обучающимся за время прохождения производственной практики. Обучающийся считается допущенным к промежуточной аттестации, если по итогам текущей успеваемости он набрал в совокупности **не менее 20 баллов**.

Максимальная сумма рейтинговых баллов по производственной практике по результатам **текущей успеваемости** составляет **40 баллов**.

Обучающийся считается допущенным к отчетной конференции, если выполнил все задания производственной практики. По результатам аттестации в ведомость выставляется число баллов, полученных обучающимся на отчетной конференции.

**Оценка социальных характеристик обучающегося** рассматривается как неотъемлемый элемент учебно-воспитательного процесса, проводится в целях повышения ответственности и организованности обучающихся, их мотивации к глубокому и всестороннему усвоению необходимого объема знаний, а также прививания навыков систематической работы.

Максимальная сумма рейтинговых баллов по оценке **социальных характеристик обучающегося** за время прохождения производственной практики составляет **10 баллов** и основана на отзыве-характеристике с места прохождения практики. В число допустимых для включения в оценку параметров входят:

- отношение обучающегося к работе (интерес, инициатива, исполнительность, дисциплинированность и др.) –от 2,5 до 5 баллов;
- объем выполненной работы на практике – от 2,5 до 5 баллов;
- качество выполненной обучающимся работы, степень проявленной самостоятельности в работе, уровень овладения теоретическими навыками– от 2,5 до 5 баллов;
- помощь, оказанная обучающимся в выполнении отдельных заданий - от 2,5 до 5 баллов.

Оценка социальных характеристик обучающихся осуществляется преподавателем на основе отзыва-характеристики с места прохождения практики.

**Промежуточная аттестация** зачет с оценкой проводится в форме выступления на отчетной конференции или собеседования по материалам, собранным и систематизированным в форме отчета в ходе прохождения производственной практики. Максимальная сумма рейтинговых баллов при промежуточной аттестации – **50 баллов**.

**При** передаче зачета с оценкой фактическая рейтинговая оценка, полученная обучающимся **снижается на 6 баллов**.

Ответ обучающегося на зачете с оценкой оценивается в баллах с учетом шкалы соответствия рейтинговых оценок пятибалльным оценкам. Для перевода балльной оценки по промежуточной аттестации в академическую используется следующая шкала:

**Зачет**

20 балл – допуск к зачету

41-100 баллов – зачтено

**Итоговая балльная оценка** по производственной практике определяется как сумма баллов по текущей успеваемости, промежуточной аттестации и оценки социальных характеристик обучающегося. Безупречное освоение программы производственной практики оценивается в **100 рейтинговых баллов**.

## ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ВСЕМЕСТР

| Содержание заданий  | Кол-во мероприятий / полученный балл | Допустимое количество баллов | Максимальное кол-во баллов | Срок предоставления                          |
|---|--------------------------------------|------------------------------|----------------------------|--|
| <b>ТЕКУЩАЯ УСПЕВАЕМОСТЬ</b>   |                                      |                              |                            |  |
| Наблюдать за работой сотрудников предприятия и участвовать в работе рекламных и PR-служб предприятия  |                                      | 4                            | 7                          | В ходе прохождения производственной практики |
| Провести мероприятие по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок  |                                      | 4                            | 7                          |  |
| Создать проекты с использованием рекламных и PR-технологий, востребованных в условиях рынка (составление прогноза развития рынка, его емкости, динамики спроса и предпочтений потребителей) |                                      | 4                            | 7                          |  |

|  |  |           |            |                      |
|--|--|-----------|------------|----------------------|
| и разработка мер по повышению конкурентной позиции фирмы, организации, товаров и услуг)  |  |           |            |                      |
| Принять участие в работе рекламного или PR-отдела при создании эффективной коммуникационной системы организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, формировании и поддержании корпоративной культуры; планирование, подготовка и проведение коммуникационных кампаний и мероприятий |  | 4         | 7          |                      |
| Провести разработку, производство и распространение рекламной и PR-продукции   |  | 3         | 7          |                      |
| Оказать помощь в процессе разработки рекламных кампаний и кампаний по СО   |  | 3         | 7          |                      |
| Выполнить индивидуальное задание   |  | 3         | 8          |                      |
| <b>ИТОГО</b>   |  | <b>25</b> | <b>50</b>  |                      |
| <b>ПООЩРИТЕЛЬНЫЕ БАЛЛЫ</b>   |  |           |            |                      |
| Консультации   |  | 0         | 10         | <b>По расписанию</b> |
| Составление отчета   |  | 0         | 10         |                      |
| <b>ИТОГО</b>   |  | <b>0</b>  | <b>20</b>  |                      |
| <b>СОЦИАЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ</b>  |  |           |            |                      |
| отношение обучающегося к работе  |  | 1,25      | 2,5        | Отчетная конференция |
| объем выполненной работы на практике   |  | 1,25      | 2,5        |                      |
| качество выполненной работы  |  | 1,25      | 2,5        |                      |
| помощь, оказанная в выполнении отдельных заданий   |  | 1,25      | 2,5        |                      |
| <b>ИТОГО</b>   |  | <b>5</b>  | <b>10</b>  |                      |
| <b>ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ</b>  |  |           |            |                      |
| Зачет  |  |           |            |                      |
| <b>ИТОГО</b>   | Защита отчета по производственной практике | <b>11</b> | <b>20</b>  | Отчетная конференция |
| <b>ИТОГОВАЯ БАЛЛЬНАЯ ОЦЕНКА</b>  |  | <b>20</b> | <b>40</b>  |                      |
| <b>ИТОГОВАЯ БАЛЛЬНАЯ ОЦЕНКА</b>  |  |           |            |                      |
| <b>ИТОГО</b>   |  | <b>41</b> | <b>100</b> |                      |

## ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ IX СЕМЕСТР

| Содержание заданий   | Кол-во мероприятий / полученный балл | Допустимое количество баллов | Максимальное кол-во баллов | Срок предоставления |
|----------------------|--------------------------------------|------------------------------|----------------------------|---------------------|
| ТЕКУЩАЯ УСПЕВАЕМОСТЬ |                                      |                              |                            |                     |

|   |  |           |           |  |
|---|--|-----------|-----------|--|
| Сформулировать цель и задачи специального мероприятия.  |  | 3         | 6         | В ходе прохождения производственной практики |
| Проанализировать параметры внешней и внутренней среды организации. Сделать SWOT-анализ.   |  | 3         | 6         |  |
| Провести анализ и оценку существующего положения компании, указать причины, приведшие к началу PR-кампании.   |  | 3         | 6         |  |
| Выделить и проанализировать целевую аудиторию.  |  | 3         | 6         |  |
| Определить каналы коммуникации с целевой аудиторией. Обосновать выбор СМИ. Составить медиакарту, дать медиапортрет: 2 газет, 2 журналов (1 специализированный), 2 телеканалов, 2 интернет-порталов, 2 радиостанций. Обосновать использование других средств коммуникации. |  | 3         | 6         |  |
| Разработать сценарий специального мероприятия. Составить график проведения мероприятия в виде таблицы. В графике указываются название события, сроки проведения, ответственные лица и задействованные каналы коммуникации.  |  | 3         | 6         |  |
| Составить бюджет, подсчитать расходы на проведение PR-кампании. В таблице отразить мероприятия, ресурсы, необходимые для их осуществления, и их стоимость.  |  | 3         | 6         |  |
| Определить критерии оценки эффективности кампании, конечные цели, которые планируется достигнуть после завершения мероприятия.  |  | 4         | 8         |  |
| <b>ИТОГО</b>  |  | <b>25</b> | <b>50</b> |  |
| <b>ПООЩРИТЕЛЬНЫЕ БАЛЛЫ</b>  |  |           |           |  |
| Консультации  |  | 0         | 10        |  |
| Составление отчета  |  | 0         | 10        |  |



|   |  |           |            |                      |
|---|--|-----------|------------|----------------------|
| <b>ИТОГО</b>                                  |  | <b>0</b>  | <b>20</b>  |                      |
| <b>СОЦИАЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ</b> |  |           |            |                      |
| Активность на практике                        | 1  | 5         | 5          | Отчетная конференция |
| Инициативность на практике                    | 1  |           | 5          |                      |
| <b>ИТОГО</b>                                  |  | <b>5</b>  | <b>10</b>  |                      |
| <b>ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ</b>               |  |           |            |                      |
| Зачет   | Защита отчета<br>по<br>производствен<br>ной практике | <b>11</b> | <b>20</b>  | Отчетная конференция |
| <b>ИТОГО</b>                                  |  | <b>11</b> | <b>20</b>  |                      |
| <b>ИТОГОВАЯ БАЛЛЬНАЯ ОЦЕНКА</b>               |  |           |            |                      |
| <b>ИТОГО</b>                                  |  | <b>41</b> | <b>100</b> |                      |

**Приложение 1**

**Договор о практической подготовке обучающихся, заключаемый между Самарским филиалом Государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Московского городского педагогического университета» осуществляющим образовательную деятельность, и организацией, осуществляющей деятельность по профилю соответствующей образовательной программы**  
№ \_\_\_\_\_

г. Самара

\_\_\_\_\_ 2022 года

Самарский филиал Государственного автономного образовательного учреждения высшего образования города Москвы «Московский городской педагогический университет» (СФ ГАОУ ВО МГПУ) (далее – Филиал), в лице директора Козловской Галины Ефимовны, действующей на основании Положения о филиале и доверенности 77 АГ 9066755 от 18 марта 2022 г., с одной стороны, и \_\_\_\_\_, именуемое в дальнейшем «профильная организация» в лице директора \_\_\_\_\_, действующего(щей) на основании Устава, вместе именуемые «Стороны», заключили договор о нижеследующем.

### **1. Предмет Договора**

1.1. Предметом настоящего Договора является организация практической подготовки обучающихся (далее - практическая подготовка).

1.2. Образовательная программа (программы), компоненты образовательной программы, при реализации которых организуется практическая подготовка, количество обучающихся, осваивающих соответствующие компоненты образовательной программы, сроки организации практической подготовки, согласуются Сторонами и являются неотъемлемой частью настоящего Договора (приложением 1.1).

1.3. Реализация компонентов образовательной программы, согласованных Сторонами в Приложении №1 к настоящему Договору (далее - компоненты образовательной программы), осуществляется в помещениях Профильной организации, перечень которых согласуется Сторонами и является неотъемлемой частью настоящего Договора (Приложение № 1.2).

### **2. Права и обязанности Сторон**

2.1. Филиал обязан:

2.1.1. не позднее, чем за 10 рабочих дней до начала практической подготовки по каждому компоненту образовательной программы представить в Профильную организацию поименные списки обучающихся, осваивающих соответствующие компоненты образовательной программы посредством практической подготовки;

2.1.2. назначить руководителя по практической подготовке (руководителя практики) от Филиала, который:

обеспечивает организацию образовательной деятельности в форме практической подготовки при реализации компонентов образовательной программы;

организует участие обучающихся в выполнении определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью;

оказывает методическую помощь обучающимся при выполнении 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 и работников Филиала,

соблюдение ими правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности и санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов;

2.1.3. при смене руководителя по практической подготовке в 3-хдневный срок сообщить об этом Профильной организации;

2.1.4. установить виды учебной деятельности, практики и иные компоненты образовательной программы, осваиваемые обучающимися в форме практической подготовки, включая место, продолжительность и период их реализации;

2.1.5. направить обучающихся в Профильную организацию для освоения компонентов образовательной программы в форме практической подготовки;

2.1.6. \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ (иные обязанности

Филиала).

2.2. Профильная организация обязана:

2.2.1. создать условия для реализации компонентов образовательной программы в форме практической подготовки, предоставить оборудование и технические средства обучения в объеме, позволяющем выполнять определенные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью обучающихся;

2.2.2. назначить ответственное лицо, соответствующее требованиям трудового законодательства Российской Федерации о допуске к педагогической деятельности, из числа работников Профильной организации, которое обеспечивает организацию реализации компонентов образовательной программы в форме практической подготовки со стороны Профильной организации;

2.2.3. при смене лица, указанного в пункте 2.2.2, в 3-хдневный срок сообщить об этом Филиалу;

2.2.4. обеспечить 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;

2.2.5. проводить оценку условий труда на рабочих местах, используемых при реализации компонентов образовательной программы в форме практической подготовки, и сообщать руководителю Филиала об условиях труда и требованиях охраны труда на рабочем месте;

2.2.6. ознакомить обучающихся с правилами внутреннего трудового распорядка Профильной  
организации

и,

\_\_\_\_\_ (указываются иные локальные нормативные

\_\_\_\_\_ ;

\_\_\_\_\_ акты Профильной организации)

2.2.7. провести инструктаж обучающихся по охране труда и технике безопасности и осуществлять надзор за соблюдением обучающимися правил техники безопасности;

2.2.8. предоставить обучающимся и руководителю по практической подготовке от Филиала возможность пользоваться помещениями Профильной организации, согласованными Сторонами (приложение №1.2 к настоящему Договору), а также находящимися в них оборудованием и техническими средствами обучения;

2.2.9. обо всех случаях нарушения обучающимися правил внутреннего трудового распорядка, охраны труда и техники безопасности сообщить руководителю по практической подготовке от Филиала;

2.2.10. \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ (иные обязанности

Профильной организации).

2.3. Филиал имеет право:

2.3.1. осуществлять контроль соответствия условий реализации компонентов образовательной программы в форме практической подготовки требованиям настоящего Договора;

2.3.2. запрашивать информацию об организации практической подготовки, в том числе о качестве и объеме выполненных обучающимися работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью;

2.3.3. \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ (иные права Филиала).

2.4. Профильная организация имеет право:

2.4.1. требовать от обучающихся соблюдения правил внутреннего трудового распорядка, охраны труда и техники безопасности, режима конфиденциальности, принятого в Профильной организации, предпринимать необходимые действия, направленные на предотвращение ситуации, способствующей разглашению конфиденциальной информации;

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

2.4.3. \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ (иные права

Профильной организации).

### 3. Срок действия договора

3.1. Настоящий Договор вступает в силу после его подписания и действует до полного исполнения Сторонами обязательств.

### 4. Заключительные положения

4.1. Все споры, возникающие между Сторонами по настоящему Договору, разрешаются Сторонами в порядке, установленном законодательством Российской Федерации.

4.2. Изменение настоящего Договора осуществляется по соглашению Сторон в письменной форме в виде дополнительных соглашений к настоящему Договору, которые являются его неотъемлемой частью.

4.3. Настоящий Договор составлен в двух экземплярах, по одному для каждой из Сторон. Все экземпляры имеют одинаковую юридическую силу.

### 5. Реквизиты и подписи сторон

|                                |   |
|--------------------------------|---|
| <b>Профильная организация:</b> | <b>Филиал:</b><br>Самарский филиал Государственного автономного образовательного учреждения высшего образования города Москвы «Московский городской педагогический университет» (СФ ГАОУ ВО МГПУ)<br>ИНН:7717043346 КПП:631543001<br>Юр. адрес: 443081, г.Самара, ул. Стара Загора, 76<br>Тел./факс: (846) 932-50-35<br>Р/счет:40603810054110100018 |
|--------------------------------|---|

|  |  |
|--|--|
| <p>Директор _____</p> <p>_____ ( _____ )</p> <p>(Подпись) (расшифровка подписи)</p> <p><b>М.П.</b></p> | <p>Поволжский банк ПАО «Сбербанк России»,<br/>г. Самара Самарское отд. №6991<br/>БИК:043601607<br/>К/сч:30101810200000000607<br/>ОГРН 1027700141996</p> <p>Директор СФ ГАОУ ВО МГПУ</p> <p>_____ ( _____ )</p> <p>(Подпись) (расшифровка подписи)</p> <p><b>М.П.</b></p> |
|--|--|

Приложение 1.1

К Договору о практической подготовке обучающихся, заключаемый между организацией, осуществляющей образовательную деятельность, и организацией, осуществляющей деятельность по профилю соответствующей образовательной программы

**Образовательная программа (программы), компоненты образовательной программы, при реализации которых организуется практическая подготовка, количество обучающихся, осваивающих соответствующие компоненты образовательной программы, сроки организации практической подготовки**

Филиал направляет в профильную организацию обучающихся направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления», \_\_\_ курса (за)очной формы обучения:

1. \_\_\_\_\_

Обучающиеся направляются для прохождения практической подготовки в рамках реализации образовательной программы высшего образования бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления» (уровень бакалавриата). Практическая подготовка обучающихся проводится с «\_\_» \_\_\_\_\_ 2022 г. по «\_\_» \_\_\_\_\_ 2022 г.

|   |   |
|---|---|
| <b>Профильная организация:</b><br><br>_____<br>(Подпись) (расшифровка подписи)<br><b>М.П.</b> | <b>Филиал:</b><br><br>Директор СФ ГАОУ ВО МГПУ<br>_____<br>(Подпись) (расшифровка подписи)<br><b>М.П.</b> |
|---|---|

К Договору о практической подготовке обучающихся, заключаемый между организацией, осуществляющей образовательную деятельность, и организацией, осуществляющей деятельность по профилю соответствующей образовательной программы

**Перечень помещений Профильной организации, в которых осуществляется практическая подготовка обучающихся**

Профильная организация предоставляет следующие помещения, оборудование и технические средства обучения для организации практической подготовки обучающихся:

1. офисное помещение;
2. рекламные материалы;
3. мультимедийные средства обучения.

|   |   |
|---|---|
| <p><b>Профильная организация:</b></p><br><br><p>Директор _____</p> <p>_____ ( _____ )</p> <p>(Подпись) (расшифровка подписи)</p> <p><b>М.П.</b></p> | <p><b>Филиал:</b></p><br><br><p>Директор СФ ГАОУ ВО МГПУ</p> <p>_____ ( _____ )</p> <p>(Подпись) (расшифровка подписи)</p> <p><b>М.П.</b></p> |
|---|---|

**Приложение 2**

К Договору о практической подготовке обучающихся, заключаемому между организацией, осуществляющей образовательную деятельность, и организацией, осуществляющей деятельность по профилю соответствующей образовательной программы

**ОТЗЫВ  
о результатах прохождения практики**

\_\_\_\_\_,  
обучающегося по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления» \_\_\_\_ курса, (за)очной формы обучения, проходящего производственную практику: практику по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности в \_\_\_\_\_, расположенном по адресу: \_\_\_\_\_ с «\_\_» \_\_\_\_\_ 2022г. по «\_\_» \_\_\_\_\_ 2022 г.

За период прохождения практики обучающийся \_\_\_\_\_  
(ФИО обучающегося)

\_\_\_\_\_  
(Отношение обучающегося к работе (интерес, инициатива, исполнительность, дисциплинированность и др.)

\_\_\_\_\_  
(Объем выполненной работы на практике)

\_\_\_\_\_  
(Качество выполненной обучающимся работы, степень проявленной самостоятельности в работе, уровень овладения теоретическими знаниями и практическими навыками)

\_\_\_\_\_  
(Помощь, оказанная обучающимся в выполнении отдельных заданий)

\_\_\_\_\_  
(Освоенные компетенции и степень их освоения)

Оценка за практику: зачтено/не зачтено

Руководитель профильной организации \_\_\_\_\_  
(подпись) \_\_\_\_\_ (ФИО)

МП



### Отчет руководителя практики от Филиала

1. Учебное структурное подразделение Филиала.
2. Направление подготовки \_\_\_\_\_  
(код и наименование подготовки)

направленность \_\_\_\_\_.

3. Форма обучения \_\_\_\_\_, курс \_\_\_\_\_, семестр \_\_\_\_\_.
4. Вид практики \_\_\_\_\_.
5. Сроки проведения \_\_\_\_\_.
6. Закрепление обучающихся за руководителем практики от Филиала и профильными организациями:

| Ф.И.О. руководителя практики от Филиала | Количество обучающихся | Наименование профильной организации |
|---|------------------------|-------------------------------------|
|   |                        |                                     |

7. Анализ результатов практики:

- а) цель и задачи практики
- б) уровень организации и проведении практики
- в) состояние учебно-отчетной документации
- г) итоги успеваемости

| Направление подготовки / направленность | Количество обучающихся на начало проведения практики | Не явились на практику |                      |                    | Итоговая оценка |          |                     |                       |
|---|--|------------------------|----------------------|--------------------|-----------------|----------|---------------------|-----------------------|
|   |  | по болезни             | академический отпуск | по другим причинам | «отлично»       | «хорошо» | «удовлетворительно» | «неудовлетворительно» |
|   |  |                        |                      |                    |                 |          |                     |                       |

Руководитель практики от Филиала \_\_\_\_\_  
(подпись) (ФИО)

СОГЛАСОВАНО:

\_\_\_\_\_  
(Должность руководителя, наименование (подпись) (ФИО) учебного структурного подразделения)

Департамент образования и науки города Москвы  
**Самарский филиал**  
**Государственного автономного образовательного учреждения**  
**высшего образования города Москвы**  
**«Московский городской педагогический университет»**

**ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ**  
**НА ПРОИЗВОДСТВЕННУЮ ПРАКТИКУ: ПРАКТИКУ ПО ПОЛУЧЕНИЮ**  
**ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ**  
**ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Выдано обучающемуся \_\_\_ курса \_\_\_\_\_ группы

---

(ФИО обучающегося)

---

(полное наименование организации)

1. Наблюдение и участие в работе рекламных и PR-служб предприятия;
2. Проведение мероприятий по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок;
3. Создание проектов с использованием рекламных и PR-технологий, востребованных в условиях рынка (составление прогноза развития рынка, его емкости, динамики спроса и предпочтений потребителей и разработка мер по повышению конкурентной позиции фирмы, организации, товаров и услуг);
4. Создание эффективной коммуникационной системы организации, обеспечение внутренней и внешней коммуникации, формирование и поддержание корпоративной культуры; планирование, подготовка и проведение коммуникационных кампаний и мероприятий;
5. Разработка, производство и распространение рекламной и PR-продукции;
6. Организация и проведение социологических и маркетинговых исследований; составление и оформление материалов для экспертных заключений и отчетов; написание аналитических справок, обзоров и прогнозов.

Начало практики: \_\_\_\_\_

Окончание практики: \_\_\_\_\_

Задание выдал \_\_\_\_\_ ( \_\_\_\_\_ )  
(подпись) (ФИО)

Задание принял \_\_\_\_\_ ( \_\_\_\_\_ )  
(подпись) (ФИО)

Департамент образования и науки города Москвы

**Самарский филиал**

**Государственного автономного образовательного учреждения  
высшего образования города Москвы**

**«Московский городской педагогический университет»**

**ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ  
НА ПРОИЗВОДСТВЕННУЮ ПРАКТИКУ: ПРАКТИКУ ПО ПОЛУЧЕНИЮ  
ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ  
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Выдано обучающемуся \_\_\_ курса \_\_\_\_\_ группы

---

(ФИО обучающегося)

---

(полное наименование организации)

1. Сформулировать цель и задачи специального мероприятия.
2. Проанализировать параметры внешней и внутренней среды организации. Сделать SWOT-анализ.
3. Провести анализ и оценку существующего положения компании, указать причины, приведшие к началу PR-кампании.
4. Выделить и проанализировать целевую аудиторию.
5. Определить каналы коммуникации с целевой аудиторией. Обосновать выбор СМИ. Составить медиакарту, дать медиапортрет: 2 газет, 2 журналов (1 специализированный), 2 телеканалов, 2 интернет-порталов, 2 радиостанций. Обосновать использование других средств коммуникации.
6. Разработать сценарий специального мероприятия.
7. Составить график проведения мероприятия в виде таблицы. В графике указываются название события, сроки проведения, ответственные лица и задействованные каналы коммуникации.
8. Составить бюджет, подсчитать расходы на проведение PR-кампании. В таблице отразить мероприятия, ресурсы, необходимые для их осуществления, и их стоимость.
9. Определить критерии оценки эффективности кампании, конечные цели, которые планируется достигнуть после завершения мероприятия.

Начало практики: \_\_\_\_\_

Окончание практики: \_\_\_\_\_

Задание выдал \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_)  
(подпись) (ФИО)

Задание принял \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_)  
(подпись) (ФИО)

Департамент образования и науки города Москвы  
Самарский филиал  
Государственного автономного образовательного учреждения  
высшего образования города Москвы  
«Московский городской педагогический университет»

Филологический факультет

Кафедра филологии и массовых коммуникаций

**ОТЧЕТ**  
**О ПРОХОЖДЕНИИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ:**  
**ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И**  
**ОПЫТА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Обучающегося \_\_\_\_\_ курса \_\_\_\_\_ группы  
\_\_\_\_\_ формы обучения

Направления подготовки  
42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
Направленность (профиль) Реклама  
и связи с общественностью  
в системе государственного  
и муниципального управления

\_\_\_\_\_  
(ФИО)

Руководитель практики от организации

\_\_\_\_\_  
(должность)

\_\_\_\_\_  
(ФИО)

Руководитель практики от кафедры

\_\_\_\_\_  
(уч. степень, должность)

\_\_\_\_\_  
(ФИО)

Самара 2022 г.

**О Т Ч Е Т**  
**О ПРОХОЖДЕНИИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ: ПРАКТИКИ ПО**  
**ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА**  
**ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

обучающейся \_\_ курса (за)очной формы обучения  
Направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
Направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в системе  
государственного и муниципального управления

\_\_\_\_\_  
(ФИО)

Название учреждения места проведения практики, адрес: \_\_\_\_\_,  
расположенный по адресу: \_\_\_\_\_

1. **Описание места практики.**
2. **Описание выполненной работы, согласно разделам индивидуального задания.**
3. **Результаты выполнения заданий.**
4. **Трудности и проблемы практики, предложения по совершенствованию ее организации.**
5. **Степень удовлетворенности практикой.**

**Верно:** \_\_\_\_\_

(Руководитель практики от учреждения)

**Итоговая оценка:** \_\_\_\_\_

МП

Департамент образования и науки города Москвы

**Самарский филиал  
Государственного автономного образовательного учреждения  
высшего образования города Москвы  
«Московский городской педагогический университет»**

Филологический факультет

Кафедра филологии и массовых коммуникаций

**ДНЕВНИК  
ПРОХОЖДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ: ПРАКТИКИ  
ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

обучающегося \_\_\_\_\_ курса \_\_\_\_\_ группы

\_\_\_\_\_ ( ФИО)

Место практики \_\_\_\_\_

Руководитель практики от организации \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ (ФИО)

| Месяц и число | Подразделение<br>предприятия | Краткое<br>описание<br>выполненной<br>работы | Подпись<br>руководителя<br>практики |
|---------------|------------------------------|--|-------------------------------------|
|               |                              |  |                                     |
|               |                              |  |                                     |
|               |                              |  |                                     |

Начало практики \_\_\_\_\_ Окончание практики \_\_\_\_\_

Подпись практиканта \_\_\_\_\_

Содержание и объем выполненной работы подтверждаю.

Руководитель практики от организации \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ (должность, ФИО) (подпись)