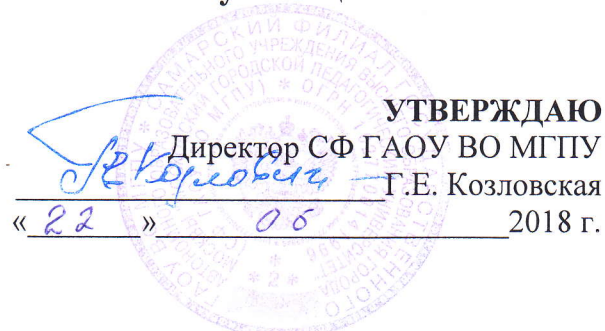


Департамент образования города Москвы
Самарский филиал
Государственного автономного образовательного учреждения
высшего образования и науки города Москвы
«Московский городской педагогический университет»

Филологический факультет
Кафедра филологии и массовых коммуникаций

УТВЕРЖДАЮ
Директор СФ ГАОУ ВО МГПУ
Г.Е. Козловская
« 22 » 06 2018 г.



**ПРОГРАММА И ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ПО ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЮ
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ:
НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА
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 2018

Программа и оценочные материалы по организации и проведению производственной практики: научно-исследовательская работа составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (уровень бакалавриата), утвержденного Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 11 августа 2016 г. № 997.

Разработчик:

СФ ГАОУ ВО МГПУ доктор филологических наук, профессор
Растягаев А.В.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры филологии и массовых коммуникаций

Протокол № 10/1 от «05» июня 2018 г.

Зав. кафедрой: д.филол.н., проф. А.В. Растягаев

Программа прошла экспертизу учебно-методической комиссии СФ ГАОУ
ВО МГПУ

Протокол № 19 от «18» июня 2018 г.

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

Программа утверждена на заседании Ученого совета филологического
факультета

Протокол №9/1

от «06» июня 2018 г.

Декан факультета: д-р филол.н., проф. Ю.В.Сложеникина

СОДЕРЖАНИЕ

Программа производственной практики:	
научно-исследовательская работа.....	4
1. Общие положения	4
2. Виды НИР, способы и формы ее проведения	5
3. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении НИР, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО	5
4. Место производственной практики: научно-исследовательская работа в структуре опоп во	10
5. Объем НИР в зачетных единицах и ее продолжительность в неделях либо в академических или астрономических часах	10
6. Содержание НИР	11
7. Формы отчетности по НИР	13
8. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по НИР	13
9. Перечень учебной литературы и ресурсов сети интернет, необходимых для проведения НИР	13
10. Перечень информационных технологий, используемых при проведении НИР, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)	16
11. Описание материально-технической базы, необходимой для проведения НИР ..	17
Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по НИР	18
1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения ОПОП ВО	18
2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания	22
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	28
4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	29
31	31
Приложения	33

ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ: НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Программа и оценочные материалы по организации и проведению производственной практики: научно-исследовательская работа предназначена для организации НИР обучающихся очного и заочного отделения филологического факультета, предусмотренных 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 учебной практики: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков обучающихся разработана в соответствии с:

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

- Федеральным государственным образовательным стандартом по направлению подготовки (далее - ФГОС) 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» высшего образования (бакалавриат), утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «11» августа 2016 г. № 997;

- 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: научно-исследовательская работа является обязательным разделом ОПОП ВО и представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся.

Производственная практика: научно-исследовательская работа имеет целью получения профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности по направлению подготовки.

Объемы и виды производственной практики: научно-исследовательской работы 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).

При выполнении научно-исследовательской работы СФ ГАОУ ВО МГПУ предоставляет возможность обучающимся осуществить сбор, обработку и анализ информации по теме исследования, участвовать в проведении научных исследований, составить отчет по теме и выступить с докладом на отчетной конференции.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья форма проведения производственной практики: научно-исследовательская работа устанавливается с учетом особенностей психофизического развития индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

2. ВИДЫ НИР, СПОСОБЫ И ФОРМЫ ЕЕ ПРОВЕДЕНИЯ

Вид производственной практики: научно-исследовательская работа.

Способ проведения НИР: стационарная и выездная.

Стационарной является НИР, которая проводится в Филиале.

Выездной является НИР, которая проводится в научных и образовательных организациях, расположенных на территории Самары, или в населенном пункте по месту жительства обучающихся.

НИР проводится в следующих **формах:**

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

б) дискретно:

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

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

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

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ НИР, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОПОП ВО

Процесс прохождения НИР направлен на формирование следующих компетенций:

ОПК-1 - способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;

ОПК-2 - владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы/связей с общественностью;

ОПК-3 - обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга;

ОПК-4 - с умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;

ОПК-5 - умением осуществлять под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;

ОПК-6 - способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;

ПК-1 – способностью принимать участие 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);

ПК-2 – владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы

ПК-3 – владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективам

ПК-4 – владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)

ПК-5 – способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации;

ПК-6 - способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации;

ПК-7 - способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;

ПК-8 – способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;

ПК-9 – способностью проводить маркетинговых исследований;

ПК-10 – способностью организовывать и проводить социологические исследования;

ПК-11 – владением навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов;

ПК-12 - способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;

ПК-13 - способностью осуществлять под контролем рекламные кампании и мероприятия;

ПК-14 - способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности;

ПК-15 - владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве;

ПК-16 - способностью осуществлять под контролем подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы.

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: НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА 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: научно-исследовательская работа в структуре ОПОП ВО располагается в Блоке 2. Практики и относится к вариативной части. Шифр производственной практики: научно-исследовательская работа Б2.В.03(П) Производственная практика: научно-исследовательская работа.

5. ОБЪЕМ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ: НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ И ЕЕ ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ В НЕДЕЛЯХ ЛИБО В АКАДЕМИЧЕСКИХ ИЛИ АСТРОНОМИЧЕСКИХ ЧАСАХ ОТСУТСТВУЕТ В УЧ. ПЛАНЕ

Вид учебной работы	Всего часов/ зачетных единиц	Семестр
Итого академических часов по плану	108	8
Самостоятельная работа	108	
Вид промежуточной аттестации	Зачет с оценкой	
Общая трудоемкость часы	108	
зачетные единицы	3	

6. СОДЕРЖАНИЕ НИР

Цель и задачи НИР

Основной целью производственной практики: научно-исследовательская работа обучающихся 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 высшего образования бакалавриат) являются: совершенствование навыков научно-исследовательской работы для выполнения выпускной квалификационной работы.

Производственная практика: научно-исследовательская работа способствует закреплению и углублению теоретических знаний, полученных при обучении, приобретению и развитию навыков самостоятельной научно-исследовательской работы.

Задачи производственной практики: научно-исследовательская работа:

- сбор данных, необходимых для написания выпускной квалификационной работы;
- обработка научной литературы по проблемам, рассматриваемым в ВКР (ее анализ

в проблемном аспекте);

- систематизация и обобщение полученной теоретической информации;
- обработка фактического материала, его структурирование.
- теоретическое осмысление современного состояния объекта и предмета исследования за определенный период;
- обобщение, систематизация и анализ данных, полученных в результате проведенного исследования, формирование логически обоснованных выводов;
- обоснование новизны и практической значимости решений в области связей с общественностью, подготовка рекомендаций и предложений, разработанных в дипломном исследовании;
- разработка рекомендаций и предложений по усовершенствованию существующей практики связей с общественностью;
- коммуникативный аудит PR-кампании;
- изучение проблем взаимодействия PR-специалиста со СМИ;
- обоснование и описание применяемых методов научного познания;
- проверка авторских гипотез в процессе сбора и анализа эмпирического материала.

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 3) 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 4);
- 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;
- своевременно предоставлять руководителю практики от Филиала отчетные материалы.

7. ФОРМЫ ОТЧЕТНОСТИ ПО НИР

Заполнение дневника (приложение 7) и написание отчета (приложение 6) 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: НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА

Промежуточная аттестация обучающихся по производственной практике: научно-исследовательская работа проводится в соответствии с Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся Университета и Филиала.

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

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по НИР указаны во втором разделе настоящей Программы.

9. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И РЕСУРСОВ СЕТИ ИНТЕРНЕТ, НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ: НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА

Учебная литература

1. Основная

Программа и оценочные материалы по организации и проведению Производственной практики: практика 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 высшего образования бакалавриат)

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°, 2013. 538 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., Аренс 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.sfmgpu.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»

Договор ГПД АУ № 189-294/03-01 от 28.03.2018

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

Электронно-библиотечная система «eLibrary»

Договор ГПД № 29-867/10-04 до 31.10.2018

По IP-адресу. Количество подключений – без ограничений.

Электронно-библиотечная система «ЮРАЙТ»

Договор ГПД АУ № 189-418/04-02 от 17.05.2018

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

Электронно-библиотечная система «ZNANIUM.COM»

Договор ГПД АУ № 189-18/01-01 от 22.03.2018

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

Электронно-библиотечная система «IPRbooks»

Договор ГПД АУ № 189-293/03-01 от 28.04.2018

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.mgpi.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.

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

Договор ГПД АУ № 189-294/03-01 от 28.03.2018

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

Электронно-библиотечная система «eLibrary»

Договор ГПД № 29-867/10-04 до 31.10.2018

По IP-адресу. Количество подключений – без ограничений.

Электронно-библиотечная система «ЮРАЙТ»

Договор ГПД АУ № 189-418/04-02 от 17.05.2018

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

Электронно-библиотечная система «ZNANIUM.COM»

Договор ГПД АУ № 189-18/01-01 от 22.03.2018

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

Электронно-библиотечная система «IPRbooks»

Договор ГПД АУ № 189-293/03-01 от 28.04.2018

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.mgpi.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 НИР, 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 – Google Suite for Education

11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ: НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА

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 НИР обучающийся проходит в сторонней организации, то пользуется имеющейся в организации материально-технической базой.

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО НИР

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

Контролируемые компетенции (шифр компетенции)	Планируемые результаты обучения (знает, умеет, владеет)	Семестр / Этап формирования компетенции
ОПК - 1 - способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах	Когнитивный – знать профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах	8/завершающий
	Деятельностно-практический – уметь осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах; владеть способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах	
ОПК - 2 - владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы/связей с общественностью	Когнитивный – знать основы работы в отделах рекламы/связей с общественностью	
	Деятельностно-практический – уметь работать в отделах рекламы/связей с общественностью владеть: знаниями и навыками работы в отделах рекламы/связей с общественностью	
ОПК - 3 - обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга	Когнитивный – знать правила создания текстов рекламы и связей с общественностью, принципы литературного редактирования, копирайтинга	
	Деятельностно-практический – уметь писать рекламные сообщения и тексты для мероприятий по связям с общественностью, приемы литературного редактирования, копирайтинга владеть базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, навыками литературного редактирования, копирайтинга	
ОПК - 4 - умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	Когнитивный – знать правила и порядок планирования и подготовки коммуникационных кампаний и мероприятий	
	Деятельностно-практический – уметь планировать и готовить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия; владеть: умением планировать и готовить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	
ОПК - 5 – умение осуществлять под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	Когнитивный – знать порядок проведения коммуникационных кампаний и мероприятий	
	Деятельностно-практический – уметь осуществлять под контролем коммуникационные кампании и мероприятия владеть: умением осуществлять под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	
ОПК - 6 - способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований	Когнитивный – знать суть стандартных задач профессиональной деятельности и основные требования информационной безопасности	
	Деятельностно-практический – уметь решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности; владеть способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований	

информационной безопасности	требований информационной безопасности	
ПК-1- способностью принимать участие 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	Когнитивный –знать 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	
	Деятельностно-практический –уметь 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; владеть: 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	
ПК-2 - владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы	Когнитивный –знать организацию и оперативное планирование своей деятельности и деятельности фирмы	
	Деятельностно-практический –уметь:организовывать и оперативно планировать свою деятельность и деятельность фирмы; владеть:навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы	
ПК-3 - владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами	Когнитивный –Знать организационно-управленческие принципы работы с малыми коллективами	
	Деятельностно-практический –уметь организовывать работу малых коллективов; владеть навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами	
ПК-4 - владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)	Когнитивный – знать правила и порядок подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)	
	Деятельностно-практический –уметь готовить проектную документацию (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт); владеть навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)	
ПК-5 - способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации	Когнитивный – знать порядок реализации проектов и методы их реализации	
	Деятельностно-практический –уметь реализовывать проекты; владетьнавыками реализовывать проекты и методами их реализации	
ПК-6 - способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней	Когнитивный – знатьметоды создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, принципы внутренней и внешней эффективной коммуникации	
	Деятельностно-практический – уметьсоздавать эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, обеспечивать внутреннюю и внешнюю коммуникации; владеть способностью участвовать в создании эффективной	

и внешней коммуникации	коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	
ПК-7 - способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	Когнитивный – знать порядок, приемы и принципы планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий	
	Деятельностно-практический – уметь принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий; владеть способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	
ПК-8 - способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	Когнитивный – знать порядок подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	
	Деятельностно-практический – уметь готовить к выпуску, производству и распространению рекламную продукцию, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы; владеть 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	
ПК-9 - способностью проводить маркетинговые исследования	Когнитивный – знать порядок проведения маркетинговых исследований	
	Деятельностно-практический – уметь проводить маркетинговые исследования Владеть навыками проведения маркетинговых исследований	
ПК-10 - способностью организовывать и проводить социологические исследования	Когнитивный – знать приемы и методы организации и проведения социологических исследований	
	Деятельностно-практический – уметь организовывать и проводить социологические исследования; владеть навыками организации и проведения социологических исследований	
ПК-11 - владением навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов	Когнитивный – знать структуру и содержание аналитических справок, обзоров и прогнозов	
	Деятельностно-практический – уметь составлять аналитические справки, обзоры и прогнозы; владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов	
ПК-12 - способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации	Когнитивный – знать сущность профессиональных функций в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации	
	Деятельностно-практический – уметь осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации; владеть навыками осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации	
ПК-13- способностью осуществлять под контролем рекламные кампании и мероприятия	Когнитивный – знать содержание рекламных кампаний и мероприятий	
	Деятельностно-практический – уметь осуществлять под контролем рекламные кампании и мероприятия; владеть навыками осуществления под контролем рекламных кампаний и мероприятий	

ПК-14 - способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности	Когнитивный –знатьприемы, принципы и содержание труда в области рекламы как сфере профессиональной деятельности	
	Деятельностно-практический – уметьреализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности; владетьнавыками реализации знаний в области рекламы как сферы профессиональной деятельности	
ПК-15- владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве	Когнитивный –знатьсодержание работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве	
	Деятельностно-практический – уметьработать в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве; владетьнавыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве	
ПК-16- способностью осуществлять под контролем подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы	Когнитивный –знатьприемы и методы подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы	
	Деятельностно-практический – уметьосуществлять под контролем подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы; владетьнавыками осуществления под контролем подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы	

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

Се мес тр	Шкала оценивания	
	«не зачтено»	«зачтено»
8	<p>Не знает</p> <ul style="list-style-type: none"> – основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции; – основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции; – основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности; – правовые основы в различных сферах жизнедеятельности; – нормы произношения и ударения; особенности грамматического и синтаксического строя языка; жанровые особенности текстов на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия; – порядок проведения коммуникационных кампаний и мероприятий; – правила работы в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия; – принципы самоорганизации и самообразования; 	<p>Знает</p> <ul style="list-style-type: none"> – основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции; – основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции; – основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности; – правовые основы в различных сферах жизнедеятельности; – нормы произношения и ударения; особенности грамматического и синтаксического строя языка; жанровые особенности текстов на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия; – порядок проведения коммуникационных кампаний и мероприятий; – правила работы в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия; – принципы самоорганизации и самообразования; – методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности; – основные методы защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий; – 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;

<ul style="list-style-type: none"> – методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности; – основные методы защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий; – 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 	<ul style="list-style-type: none"> – 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 <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> – использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции; – анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции; – использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности; – использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности; – решать задачи межличностного и межкультурного взаимодействия; – работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия; – самостоятельно организовывать свою деятельность и самостоятельно получать знания из доступных источников; – использовать методы и средства физической культуры для
---	---

<p>современных средств рекламы;</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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 <p>Не умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> – использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции; – анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции; – использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности; – использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности; – решать задачи межличностного и межкультурного взаимодействия; – работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия; – самостоятельно организовывать свою деятельность и самостоятельно получать знания из доступных источников; – использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности; – пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий; – осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах; – работать в отделах рекламы/связей с общественностью; 	<p>обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности;</p> <ul style="list-style-type: none"> – пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий; – 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, деятельность 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 <p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> – способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции; – способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской
--	---

<ul style="list-style-type: none"> – 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, 	<ul style="list-style-type: none"> позиции; – способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности; – способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности; – способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия; – способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия; – способностью к самоорганизации и самообразованию; – способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности; – готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий; – 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
---	---

<p>производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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 <p>Не владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> – способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции; – способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции; – способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности; – способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности; – способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия; – способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия; – способностью к самоорганизации и самообразованию; – способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности; – готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий; – 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 	<p>прогнозов;</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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
---	--

<p>мероприятия;</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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 	
--	--

<p>информации;</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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 	
---	--

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: НИР 4 КУРС, VIII СЕМЕСТР

Обучающиеся во время производственной практики: НИР должны собрать данные, необходимые для написания выпускной квалификационной работы, обработать научную литературу по проблемам, рассматриваемым в ВКР .

1. Составить список литературы для написания ВКР, обратившись к сайтам РГБ, e-library, dissercat, «Международный пресс-клуб» и др.
2. Систематизировать и обобщить полученную теоретическую информацию в параграфе 1.1. ВКР, рассмотрев эволюцию вопроса, проследив тенденции развития и сделав заключение о состоянии изучаемого объекта.
3. Обосновать актуальность темы научного исследования, новизну и практическую значимость решений в области связей с общественностью.
4. Обосновать и описать применяемые методы научного исследования ВКР.
5. Изучить проблемы взаимодействия PR-специалиста со СМИ
6. Разработать рекомендации и предложения по усовершенствованию существующей практики связей с общественностью в компании.

Индивидуальное задание на НИР

1. Составить список литературы для написания ВКР, обратившись к сайтам РГБ, e-library, dissercat, «Международный пресс-клуб» и др.
2. Систематизировать и обобщить полученную теоретическую информацию в параграфе 1.1. ВКР, рассмотрев эволюцию вопроса, проследив тенденции развития и сделав заключение о состоянии изучаемого объекта.
3. Обосновать актуальность темы научного исследования, новизну и практическую значимость решений в области связей с общественностью.
4. Обосновать и описать применяемые методы научного исследования ВКР.
5. Изучить проблемы взаимодействия PR-специалиста со СМИ
6. Обработать фактический материал, структурировать его.
7. Разработать рекомендации и предложения по усовершенствованию существующей практики связей с общественностью в компании.

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 НИР

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 НИР.

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

Промежуточная аттестация обучающихся по результатам прохождения НИР проводится в форме зачета с оценкой. Зачет с оценкой сдается согласно расписанию и служит формой проверки учебных достижений обучающихся по всей программе НИР и преследуют цель оценить учебные достижения за период прохождения НИР. 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 НИР 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 НИР.

Методические указания для обучающихся по освоению программы НИР 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 НИР определяется как сумма баллов, набранных обучающимся в результате НИР (текущая успеваемость) и зачета с оценкой на отчетной конференции (промежуточная аттестация).

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

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

Обучающийся считается допущенным к отчетной конференции, если выполнил все задания НИР. По результатам аттестации в ведомость выставляется число баллов, полученных обучающимися 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 НИР составляет **20 баллов** и основана на отзыве-характеристике. 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 ходе прохождения НИР. Максимальная сумма рейтинговых баллов при промежуточной аттестации – **40 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 с оценкой

20 баллов – допуск к зачету с оценкой

41-60 баллов – «удовлетворительно»

61-80 баллов – «хорошо»

81-100 баллов – «отлично»

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

ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА НИР

Содержание заданий	Кол-во мероприятий / полученный балл	Допустимое количество баллов	Максимальное кол-во баллов	Срок предоставления
ТЕКУЩАЯ УСПЕВАЕМОСТЬ				
Составить список литературы для написания ВКР, обратившись к сайтам РГБ, e-library, dissercat, «Международный пресс-клуб» и др..	1/3	3	6	В ходе прохождения НИР
Систематизировать и обобщить полученную теоретическую информацию в параграфе 1.1. ВКР, рассмотрев эволюцию вопроса, проследив тенденции развития и сделав заключение о состоянии изучаемого объекта.	1/3	3	6	
Обосновать актуальность темы научного исследования, новизну и практическую значимость решений в области связей с общественностью	12	2	4	
Обосновать и описать применяемые методы научного исследования ВКР	1/3	3	6	
Обработать фактический материал, структурировать его	1/3	3	6	
Изучить проблемы взаимодействия PR-специалиста со СМИ	1/3	3	6	
Разработать рекомендации и предложения по усовершенствованию существующей практики связей с общественностью в компании	1/3	3	6	
ИТОГО		20	40	
СОЦИАЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ				
отношение обучающегося к работе	1	2,5	5	Отчетная конференция
объем выполненной работы на практике	1	2,5	5	
качество выполненной работы	1	2,5	5	
помощь, оказанная в выполнении отдельных заданий	1	2,5	5	

ИТОГО	10	20	
ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ			
Зачет с оценкой	20	40	Отчетная конференция
ИТОГО	20	40	
ИТОГОВАЯ БАЛЬНАЯ ОЦЕНКА			
ИТОГО	50	100	

Отчет руководителя практики по производственной практике: НИР

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 (кафедра)

7. Анализ результатов практики:

а) цель и задачи НИР

б) уровень организации и проведения НИР

в) 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»

Зав. каф. _____ (подпись) _____ (ФИО)

**ОТЗЫВ
о результатах НИР**

_____ (ФИО обучающегося)
Обучающегося по направлению подготовки _____
Направленность _____
_____ курса, _____ формы обучения, проходящего _____
(вид практики)
практику в _____,
(наименование кафедры или полное название профильной организации)
расположенном по адресу: _____

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

Руководитель практики _____
(подпись)

(ФИО)