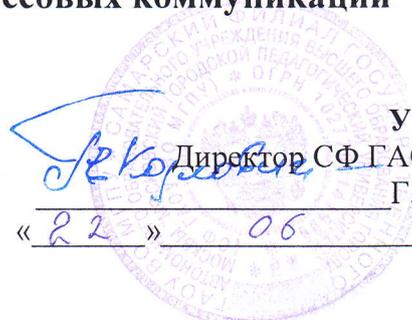


Департамент образования и науки города Москвы
Самарский филиал
Государственного автономного образовательного учреждения
высшего образования города Москвы
«Московский городской педагогический университет»

Филологический факультет
Кафедра филологии и массовых коммуникаций


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



**ПРОГРАММА И ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ПО ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЮ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ: УЧЕБНАЯ
ПРАКТИКА: ПРАКТИКА ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПЕРВИЧНЫХ
ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ, В ТОМ ЧИСЛЕ
ПЕРВИЧНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ
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 2018

Программа и оценочные материалы по организации и проведению учебной практики: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков обучающихся 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

© СФ ГАОУ ВО МГПУ, 2018

© Кафедра филологии и массовых коммуникаций, 2018

СОДЕРЖАНИЕ

Программа учебной практики	3
1. Общие положения	3
2. Виды учебной практики, способы и формы ее проведения	4
3. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении учебной практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП	5
4. Место учебной практики в структуре ОПОП ВО	9
5. Объем учебной практики в зачетных единицах и ее продолжительность в неделях либо в академических или астрономических часах	9
6. Содержание учебной практики	10
7. Формы отчетности по учебной практике	13
8. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по учебной практике	13
9. Перечень учебной литературы и ресурсов сети Интернет, необходимых для проведения учебной практики	14
10. Перечень информационных технологий, используемых при проведении учебной практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)	15
11. Описание материально-технической базы, необходимой для проведения учебной практики	16
Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по учебной практике	17
1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения ОПОП ВО	17
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	25
4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	27
Приложения	30

ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Программа и оценочные материалы по организации и проведению учебной практики: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков обучающихся предназначена для организации практики обучающихся очного и заочного отделения 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 (уровень бакалавриата), 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».

Учебная практика: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков является обязательным разделом ОПОП ВО и представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся. Учебная практика: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков имеет целью получения обучающимися первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности по направлению подготовки.

Объемы и виды учебной практики: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков 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).

Учебная практика: практика по получению первичных профессиональных умений

и навыков проводится в сторонних организациях, обладающих необходимым кадровым и научно-техническим потенциалом.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья форма проведения учебной практики: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков устанавливается с учетом особенностей психофизического развития индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

2. ВИДЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ, СПОСОБЫ И ФОРМЫ ЕЕ ПРОВЕДЕНИЯ

Вид учебной практики: Учебная практика: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности.

Способ проведения учебной практики: стационарная.

Стационарной является практика, которая проводится в Филиале или в профильной организации, расположенной на территории Самары, или расположенной в населенном пункте по месту жительства обучающихся. Учебная практика может проводиться в структурных подразделениях Филиала.

Учебная 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 учебной практики;

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

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

Выбор мест прохождения практик для лиц с ограниченными возможностями здоровья производится с учетом состояния здоровья обучающихся и требований по доступности.

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

Процесс прохождения учебной практики направлен на формирование следующих компетенций:

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

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

ОПК-4 - сумением планировать и организовывать 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-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.

В результате прохождения учебной практики обучающийся должен

Знать:

- основы работы в отделах рекламы/связей с общественностью;
- правила создания текстов рекламы и связей с общественностью, принципы литературного редактирования, копирайтинга;
- 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, 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;

Уметь:

- осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;
- писать рекламные сообщения и тексты для мероприятий по связям с общественностью, приемы литературного редактирования, копирайтинга;

- планировать и готовить 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;
- 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;

Владеть:

- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;
- базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, навыками литературного редактирования, копирайтинга;
- умением планировать и готовить 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;
- 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.

4. МЕСТО УЧЕБНОЙ 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.

Учебная практика в структуре ОПОП ВО располагается в Блоке 2. Практики относится к вариативной части. Шифр учебной практики: Б2.В.01(У) Учебная практика: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности.

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

Учебная практика проводится во втором семестре – 2 недели и в четвертом семестре – 2 недели. Сроки практики четко устанавливаются (Общая трудоемкость учебной практики составляет 6 зачетных единиц, 216 часа – 108 часов и 108 часов соответственно).

СМ. УЧ. ПЛАН

Вид учебной работы	Всего часов/ зачетных единиц	Семестр
Итого академических часов по плану	108/108	2,4
Самостоятельная работа	108/108	
Вид промежуточной аттестации	Зачет/Зачет	
Общая трудоемкость часы	216	
зачетные единицы	6	

6. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Цели и задачи практики:

Цель учебной практики - постепенное закрепление, расширение и систематизация знаний, полученных при изучении учебных дисциплин на основе изучения деятельности базы практики, получение обучающимися первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности.

Задачи учебной практики:

- обобщение, систематизация, конкретизация и закрепление теоретических знаний на основе изучения опыта работы базы практик;
- приобретение опыта организационной и правовой работы в целях приобретения навыков самостоятельной работы по решению стоящих перед ними задач;
- изучение и анализ медиапространства Самарской области;
- оценка поступающей в СМИ информации об исследуемом объекте;
- разработка рекомендаций по совершенствованию информационной политики изучаемого объекта;
- рассмотрение способов организации PR-кампаний;
- овладение методами аналитической и самостоятельной научно-исследовательской работы по изучению принципов PR-деятельности и экономического функционирования организаций, действующих на основе государственной и иных форм собственности по

различным областям финансово-хозяйственной деятельности;
Обучение технологиям проведения специальных событий, акций;
развитие языковой и коммуникативной компетенции обучающихся формирование у них готовности к эффективной коммуникации в различных сферах профессиональной деятельности;
- сбор необходимых материалов для подготовки и написания курсовых работ и 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 выступать производственные предприятия, научно-исследовательские и проектные организации, малые предприятия, биржи, финансовые и банковские учреждения, рекламные агентства и другие коммерческие, а также государственные структуры, обладающие необходимым кадровым и научно-техническим потенциалом. Базами практики могут выступать как сторонние организации, так и кафедры Филиала, обладающие необходимым кадровым и научным потенциалом.

Проведение практики осуществляется на основе договоров о сотрудничестве с профильными организациями на организацию и проведение практики (приложение 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 дифференцированного 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 непрохождение 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 учебной 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 УЧЕБНОЙ ПРАКТИКЕ

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 УЧЕБНОЙ ПРАКТИКЕ

Промежуточная аттестация обучающихся по учебной 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 учебной практике в случае выполнения им плана Программы практики и Индивидуального задания.

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

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

Учебная литература

1. Основная

Программа и оценочные материалы по организации и проведению Учебной практики: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской 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.
- Кривоносов А. Д. Основы теории связей с общественностью. М.: Питер, 2012. 375с.
- 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.

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

- 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 УЧЕБНОЙ 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 учебную практику: практику по получению первичных профессиональных умений и навыков обучающийся проходит в сторонней организации, то пользуется имеющейся в организации материально-технической базой.

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ПРАКТИКЕ

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

Контролируемые компетенции (шфркомпетенции)	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	2, 4 промежуточный
	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 - 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 - 6 - способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных	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	

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	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,	

обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)	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; владеть навыками реализовывать проекты и методами их реализации
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 маркетинговых исследований	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 – меть 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

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

Семестр	Шкала оценивания уровня сформированности компетенций			
	«неудовлетворительно»	«удовлетворительно»	«хорошо»	«отлично»
	Демонстрирует недостаточное понимание проблемы. Многие требования, предъявляемые к освоению компетенции не выполнены	Демонстрирует частичное понимание проблемы. Большинство требований, предъявляемых к освоению компетенции выполнены	Демонстрирует значительное понимание проблемы. Все требования, предъявляемые к освоению компетенции выполнены	Демонстрирует полное понимание проблемы. Все требования, предъявляемые к освоению компетенции выполнены
2, 4 семестр	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основы работы в отделах рекламы/связей с общественностью; – правила создания текстов рекламы и связей с общественностью, принципы литературного редактирования, копирайтинга; – 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, 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; <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> – осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах; – писать рекламные сообщения и тексты для мероприятий по связям с общественностью, приемы литературного редактирования, копирайтинга; 			

- планировать и готовить 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;
- 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;

Владеет:

- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;
- базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, навыками литературного редактирования, копирайтинга;
- умением планировать и готовить 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;
- 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.

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 учебной практики

Содержание учебной практики

1 КУРС, II СЕМЕСТР

Данная практика предусматривает изучение одного из базовых методов работы специалиста по связям с общественностью – информационного аудита. Под информационным аудитом понимается изучение определенного объема прессы с целью выявления присутствия в СМИ материалов об организации или личности (паблисити). Для исследования СМИ используется метод контент-анализа, охватывающий как количественные, так и качественные характеристики объекта.

Главным источником материалов для информационного аудита являются средства массовой информации (масс-медиа), а в качестве итогового документа выступает медиапортрет – образ исследуемого объекта в информационном пространстве, который характеризует качество присутствия в медиаконтенте.

Во время практики обучающийся занимается изучением публикаций об определенной организации или персоне. Указанная организация или персона именуется в дальнейшем «объектом изучения» и выбираются обучающимся из предоставленного списка (или определяются самостоятельно и согласовываются с руководителем практики).

Объем источников для исследования обозначается заранее и не может быть изменён обучающимся в ходе выполнения работы.

Содержание учебной практики

2 КУРС, IV СЕМЕСТР

1. Сформулировать цель и задачи специального мероприятия.
2. Проанализировать параметры внешней и внутренней среды СФ МГПУ. Сделать SWOT-анализ.
3. Выделить и проанализировать целевую аудиторию.
4. Определить каналы коммуникации с целевой аудиторией. Обосновать выбор СМИ. Составить медиакарту, дать медиапортрет 1 СМИ. Обосновать использование других средств коммуникации.
5. Разработать сценарий специального мероприятия.
6. Составить график проведения мероприятия в виде таблицы. В графике указываются название события, сроки проведения, ответственные лица и задействованные каналы коммуникации.
7. Составить бюджет, подсчитать расходы на проведение PR-кампании. В таблице отразить мероприятия, ресурсы, необходимые для их осуществления, и их стоимость.
8. Определить критерии оценки эффективности кампании, конечные цели, которые планируется достигнуть после завершения мероприятия.

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.

Индивидуальное задание на практику 1 КУРС, II СЕМЕСТР

К индивидуальному заданию учебной практики относятся следующие вопросы, подлежащие изучению (приложение 5):

-изучить схему информационного аудита:

Анализируемые источники. В этом разделе необходимо представить структурированный список источников анализируемой информации, в котором в алфавитном порядке перечисляются конкретные СМИ: пресса (газеты и журналы, массовые и специализированные издания), ТВ-каналы, радиостанции, интернет-ресурсы. Структурировать источники можно по тематике, целевым аудиториям, массовости распространения, популярности и т.д. в зависимости от целей исследования. Здесь же указывается объем выборки за определенный срок, например 150 единиц материалов СМИ (новостей, анонсов, статей, интервью, обзоров и т.д.) за 2008-2009 годы.

Темы. После обработки из всего массива информации выделяют основные направления, по которым СМИ характеризуют наш объект. Темы получают краткое обозначение и представляются на линейной диаграмме в виде рейтинга по убыванию популярности (в процентном выражении от общего количества источников информации, которое берется равным 100%). К диаграмме прилагается комментарий с расшифровкой тем и пояснением выявленных особенностей.

Оценки. Все оценки, представленные в различных источниках, подразделяют на четыре группы: положительные (+), отрицательные (-), сбалансированные (+/-), нейтральные (0). Их процентное соотношение представляется графически. Далее определяется, какие оценки преобладают в том или ином издании, в зависимости от этого источники группируются. Перечень групп с пояснениями сопровождает общий график.

Позиции. Для более подробного представления результатов анализа в Дополнительном разделе «Позиции» можно привести фрагменты отдельных статей, наиболее ярко характеризующих отношение конкретного источника к нашему объекту. Основные позиции, занимаемые СМИ, интересны контекстами подтекстом, особенностями стиля, полутонами, настроением. Эти категория трудно передать косвенной речью, и поэтому лучше привести конкретные яркие примеры - выдержки из статей разных изданий. Прием цитирования позволяет заказчику составить собственное представление о данном издании, так как основан на принципе «лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать». Цитирование нагляднее субъективных описаний исследователя.

Требования к использованию этого приема включают краткость (малый объем) и концентрированность аналогично с sample - представлением образца товара в магазине.

Тенденции: экспертные мнения - дополнительный раздел, в котором можно ознакомиться с мнением независимых экспертов, специалистов, работающих в той сфере, к которой относится исследуемый объект. Здесь рецепт борьбы с выявленными проблемами могут предложить профессионалы в данной области - «товарищи по цеху».

Выводы и рекомендации. В наиболее важном заключительном разделе необходимо четко назвать выявленные в ходе анализа проблемы, обоснованные статистически, и предложить рекомендации по их коррекции. Как справедливо отмечают практики, аналитик представит вам больше всего полезной информации, но главная сложность состоит не в том, как понять его слова, а в том, как понять связь между отдельными предложениями и что, в конце концов, со всем этим делать.

- изучить принципы создания медиапортрета:
 - индивидуальный подход.
 - креативность;
 - визуализация;
 - практичность.
- составить карту СМИ;

- выявить присутствие в СМИ материалов об организации или личности (паблисити)
- составить медиапортрет организации (персоны).

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

Индивидуальное задание на практику II КУРС, IV СЕМЕСТР

Разработать специальное мероприятие для продвижения имиджа организации (персоны) по следующему плану:

1. Сформулировать цель и задачи специального мероприятия.
2. Проанализировать параметры внешней и внутренней среды СФ МГПУ. Сделать SWOT-анализ.
3. Выделить и проанализировать целевую аудиторию.
4. Определить каналы коммуникации с целевой аудиторией. Обосновать выбор СМИ. Составить медиакарту, дать медиапортрет 1 СМИ. Обосновать использование других средств коммуникации.
5. Разработать сценарий специального мероприятия.
6. Составить график проведения мероприятия в виде таблицы. В графике указываются название события, сроки проведения, ответственные лица и задействованные каналы коммуникации.
7. Составить бюджет, подсчитать расходы на проведение PR-кампании. В таблице отразить мероприятия, ресурсы, необходимые для их осуществления, и их стоимость.
8. Определить критерии оценки эффективности кампании, конечные цели, которые планируется достигнуть после завершения мероприятия.

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 учебной 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 учебной практики.

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

Промежуточная аттестация обучающихся по результатам прохождения учебной практики проводится в форме защиты отчета и сдачи зачета. Зачет дается согласно расписанию и служит формой проверки учебных достижений обучающихся по всей программе учебной 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 учебной 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 учебной практики.

Методические указания для обучающихся по освоению программы учебной 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 учебной практике определяется как сумма баллов, набранных обучающимся в результате учебной практики (текущая успеваемость) и защиты отчета на отчетной конференции (промежуточная аттестация).

Текущая успеваемость обучающихся определяется по сумме баллов, набранных в результате учебной практики. Контроль за текущей успеваемостью осуществляет руководитель учебной практики от кафедры. По результатам аттестации в ведомость выставляется число баллов, полученных обучающимся за время прохождения учебной 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 учебной практике по результатам **текущей успеваемости** составляет **40 баллов**.

Обучающийся считается допущенным к отчетной конференции, если выполнил все задания учебной 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 учебной практики составляет **20 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 учебной практики. Максимальная сумма рейтинговых баллов при промежуточной аттестации – **40 баллов**.

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

Ответ обучающегося на зачете 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 баллов – допуск к зачету

41-60 баллов – «удовлетворительно»

61-80 баллов – «хорошо»

81-100 баллов – «отлично»

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

ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Содержание заданий	Кол-во мероприятий / полученный балл	Допустимое количество баллов	Максимальное кол-во баллов	Срок предоставления
ТЕКУЩАЯ УСПЕВАЕМОСТЬ				
Изучить и отразить в отчете общую характеристику организации	1/5	5	10	В ходе прохождения учебной практики
Изучить и отразить в отчете организационную структуру управления	1/5	5	10	
Изучить и отразить в отчете внешнюю среду организации	1/5	5	10	
Выполнить индивидуальное задание	1/5	5	10	
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	Защита отчета по учебной практике	20	40	Отчетная конференция
ИТОГО		20	40	
ИТОГОВАЯ БАЛЛЬНАЯ ОЦЕНКА				
ИТОГО		50	100	

Договор о сотрудничестве № _____

г. Самара от _____ 2018 года

Самарский филиал Государственного автономного образовательного учреждения высшего образования и науки 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 _____, с одной стороны, и _____, именуемое в дальнейшем «профильная организация» в лице _____, действующего(щей) на основании _____ с другой стороны, вместе именуемые «Стороны», заключили договор о нижеследующем.

1. Предмет договора

Предметом настоящего Договора является сотрудничество сторон с целью организации и проведения учебной практики (далее – практика) обучающегося _____ курса филиала _____ формы обучения по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления в срок с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.

2. Обязанности сторон**2.1. Филиал обязуется:**

2.1.1. Направить обучающегося в профильную организацию для прохождения практики в сроки, указанные в договоре.

2.1.2. Обеспечить обучающегося программой практики, согласовав ее с руководителем профильной организации.

2.1.3. Контролировать деятельность обучающегося в профильной организации оказывать ему методическую и консультативную помощь.

2.2. Профильная организация обязуется:

2.2.1. Предоставить Филиалу возможность проведения практики в срок, указанный в договоре.

2.2.2. Создать необходимые условия для выполнения обучающимся программы практики.

2.2.3. Для обеспечения качественного прохождения практики обучающимся выделить руководителя из числа квалифицированных специалистов.

2.2.4. Не допускать использование обучающегося на работах, не предусмотренных программой практики.

2.2.5. Обеспечить обучающемуся условия безопасной работы на рабочем месте, отвечающие санитарным правилам и требованиям охраны труда.

2.2.6. Проводить обязательные инструктажи о правилах внутреннего трудового распорядка, охраны труда, техники безопасности и противопожарной защиты, принятых в профильной организации.

3. Ответственность за нарушение условий Договора

3.1. Ответственность за неисполнение или ненадлежащее исполнение настоящего Договора стороны несут в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации.

4. Основания изменения и расторжения Договора

4.1. Условия, на которых заключен настоящий Договор, могут быть изменены либо по соглашению сторон, либо в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации.

4.2. Настоящий Договор может быть расторгнут по соглашению сторон.

5. Порядок рассмотрения споров

5.1. Споры и разногласия, которые могут возникнуть по настоящему Договору или в связи с ним, стороны будут разрешать путем переговоров. Сторонами установлено, что в случае возникновения споров или разногласий срок рассмотрения соответствующих претензий составляет 10 календарных дней с момента получения такой претензии. Претензии могут направляться заказным письмом либо вручаться под расписку.

5.2. В случае невозможности разрешения возникших споров или разногласий путем переговоров (п. 5.1 настоящего Договора) стороны передают их на рассмотрение в суд по месту нахождения Ответчика.

6. Заключительные положения

6.1. Настоящий Договор вступает в силу с момента его подписания Сторонами и действует до _____ г.

6.2. Условия освобождения Сторон от ответственности:

6.2.1. Стороны освобождаются от ответственности, за частичное или полное неисполнение обязательств по настоящему Договору, в случае наступления обстоятельств непреодолимой силы, если такое неисполнение явилось следствием природных явлений, действий внешних объективных факторов, за которые Стороны не отвечают, и предотвратить неблагоприятное воздействие которых они не имеют возможности, включая принятие органами власти актов, повлекших невозможность исполнения, либо ненадлежащее исполнение настоящего Договора.

6.3. Во всем остальном, что не предусмотрено настоящим Договором, стороны руководствуются действующим законодательством Российской Федерации.

6.4. Настоящий Договор составлен в двух экземплярах, имеющих равную юридическую силу, по одному для каждой из сторон.

7. Реквизиты и подписи сторон

Профильная организация:	Филиал:
	Самарский филиал Государственного автономного образовательного учреждения высшего образования и науки города Москвы «Московский городской педагогический университет» (СФ ГАОУ ВО МГПУ) ИНН: 7717043346 КПП: 631543001 Юр. адрес: 443081, г. Самара, ул. Стара Загора, 76 Тел./факс: (846) 932-50-35 Р/счет: 40603810054110100018 Поволжский банк ПАО «Сбербанк России», г. Самара Самарское отд. №6991 БИК: 043601607 К/сч: 30101810200000000607 ОГРН 1027700141996
_____ (подпись) (расшифровка подписи) М.П.	_____ Директор СФ ГАОУ ВО МГПУ (подпись) (расшифровка подписи) М.П.

Договор о сотрудничестве № _____

г. Самара от _____ 2018 года

Самарский филиал Государственного автономного образовательного учреждения высшего образования и науки 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 _____, с одной стороны, и _____, именуемое в дальнейшем «профильная организация» в лице _____, действующего(щей) на основании _____ с другой стороны, вместе именуемые «Стороны», заключили договор о нижеследующем.

1. Предмет договора

Предметом настоящего Договора является сотрудничество сторон с целью организации и проведения практик, обучающихся филиала.

2. Обязанности сторон

2.1. Филиал обязуется:

- 2.1.1. Направлять обучающихся в профильную организацию для прохождения практик, предусмотренных образовательными программами филиала.
- 2.1.2. Обеспечить обучающихся программой практики, согласовав ее с руководителем профильной организации.
- 2.1.3. Контролировать деятельность обучающегося в профильной организации и оказывать ему методическую и консультативную помощь при прохождении практики.

2.2. Профильная организация обязуется:

- 2.2.1. Предоставить Филиалу возможность проведения практики в сроки, предусмотренные календарным графиком учебного процесса Филиала.
- 2.2.2. Создать необходимые условия для выполнения обучающимися программы практики.
- 2.2.3. Для обеспечения качественного прохождения практики обучающимися выделить руководителя из числа квалифицированных специалистов.
- 2.2.4. Не допускать использование обучающихся на работах, не предусмотренных программой практики.
- 2.2.5. Обеспечить обучающимся условия безопасной работы на рабочем месте, отвечающие санитарным правилам и требованиям охраны труда.
- 2.2.6. Проводить обязательные инструктажи о правилах внутреннего трудового распорядка, охраны труда, техники безопасности и противопожарной защиты, принятых в профильной организации.

4. Ответственность за нарушение условий Договора

3.1. Ответственность за неисполнение или ненадлежащее исполнение настоящего Договора стороны несут в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации.

4. Основания изменения и расторжения Договора

4.1. Условия, на которых заключен настоящий Договор, могут быть изменены либо по соглашению сторон, либо в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации.

4.2. Настоящий Договор может быть расторгнут по соглашению сторон.

5. Порядок рассмотрения споров

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 проведения 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)

ОТЗЫВ
о результатах прохождения практики

_____ (ФИО обучающегося)
 Обучающегося по направлению подготовки _____
 Направленность _____
 _____ курса, _____ формы обучения, проходящего _____ (вид практики)
 практику в _____,
 _____ (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 профильной организации _____
 (подпись) (ФИО)

МП

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

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ НА УЧЕБНУЮ ПРАКТИКУ

Выдано обучающемуся ___ курса _____ группы

(ФИО обучающегося)

(полное наименование организации)

1. Ведение и оформление дневника практиканта.
2. Составление и оформление отчета по практике.
3. Индивидуальное задание:
 - изучить схему информационного аудита;
 - изучить принципы создания медиапортрета
 - составить карту СМИ;
 - выявить присутствие в СМИ материалов об организации или личности (паблисити);
 - составить медиапортрет организации (персоны).

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

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 УЧЕБНУЮ ПРАКТИКУ

Выдано обучающемуся ___ курса _____ группы

(ФИО обучающегося)

(полное наименование организации)

1. Ведение и оформление дневника практиканта.
2. Составление и оформление отчета по практике.
3. Индивидуальное задание:
Разработать специальное мероприятие для продвижения имиджа организации (персоны) по следующему плану:
 1. Сформулировать цель и задачи специального мероприятия.
 2. Проанализировать параметры внешней и внутренней среды СФ МГПУ. Сделать SWOT-анализ.
 3. Выделить и проанализировать целевую аудиторию.
 4. Определить каналы коммуникации с целевой аудиторией. Обосновать выбор СМИ. Составить медиакарту, дать медиапортрет 1 СМИ. Обосновать использование других средств коммуникации.
 5. Разработать сценарий специального мероприятия.
 6. Составить график проведения мероприятия в виде таблицы. В графике указываются название события, сроки проведения, ответственные лица и задействованные каналы коммуникации.
 7. Составить бюджет, подсчитать расходы на проведение PR-кампании. В таблице отразить мероприятия, ресурсы, необходимые для их осуществления, и их стоимость.
 8. 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.

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 учебной практики**

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 2018 г.

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 УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ**

обучающегося _____ курса _____ группы

(ФИО)

Место практики _____

Руководитель практики от организации _____

(ФИО)

Месяц и число	Подразделение предприятия	Краткое описание выполненной работы	Подпись руководителя практики

Начало практики _____ Окончание практики _____

Подпись практиканта _____

Содержание и объем выполненной работы подтверждаю.

Руководитель практики от организации _____

(должность, ФИО) (подпись)

МП