

Частное образовательное учреждение высшего образования

«Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса»

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по учебной работе



Н.А. Еськова

«31» августа 2023 г

ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ:

Б2.О.02.01(П) ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКОЙ ПРАКТИКИ

Направление подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль «Реклама и связи с общественностью в отраслях и сферах деятельности»

Программа производственной практики: профессионально-творческой практики составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 N 512 (Зарегистрировано в Минюсте России 29 июня 2017 г. 47220).

Разработчики:

доцент Еськова Наталья Анатольевна
(занимаемая должность) (ФИО)



доцент Гусева Ирина Васильевна



Рецензент:
Заместитель начальника отдела
функционирования контрактной системы

УФК по Курской области



Подосинников Евгений Юрьевич

Программа практики одобрена на заседании кафедры управления и связей с общественностью

Протокол № 1 от «30» августа 2023 г.

Заведующий кафедрой:



доцент, к.г.н. Еськова Н.А.

1. Вид практики, способы и формы проведения производственной практики: профессионально-творческой практики

Цель практики - научить студентов применять на практике полученные знания по обязательным базовым и специальным дисциплинам, проявить умение выражать свой уровень обще-профессиональной и специальной подготовки в сфере рекламы и связей с общественностью.

1. Задачи производственной практики: профессионально-творческой практики

- 1) закрепление и углубление теоретической подготовки студента,
- 2) приобретение и совершенствование практических навыков и компетенций, а также опыта самостоятельной профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью;
- 3) выявление степени профессиональной подготовленности бакалавра к самостоятельной профессиональной деятельности;
- 4) сбор, обобщение и анализ полученных в ходе практики материалов для подготовки отчета по практике.

Вид практики – производственная практика.

Тип практики – профессионально-творческая практика.

Способы проведения практики – стационарный, выездной.

Форма проведения практики – дискретно.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья выбор мест прохождения практики может быть произведен с учетом состояния здоровья и требований по доступности.

Практическая подготовка при проведении практики организуется путем непосредственного выполнения обучающимися определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Практическая подготовка - форма организации образовательной деятельности при освоении образовательной программы в условиях выполнения обучающимися определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью и направленных на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенций по профилю соответствующей образовательной программы.

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

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

Таблица 1 - Трудовые действия и виды деятельности на практике

Наименование трудового действия	Наименование вида деятельности	Количество часов /ЗЕТ
06 Связь, информационные и коммуникационные технологии ПС 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации <i>В/01.6 Организация маркетинговых исследований в области СМИ</i> <i>В/02.6 Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ</i> ПС 06.013 Специалист по информационным ресурсам С/02.6 Управление информацией из различных источников		
<i>Поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ</i> Формирование запросов	Проектная деятельность 1 этап (изучение действующих в подразделении нормативно-правовых актов по его функциональному предназначению, режиму работы, делопроизводству, структуре данной организации и др.)	72/2

и получение информации от сотрудников организации		
<p>Профессиональное обеспечение создания и реализации рекламного и PR-продукта</p> <p><i>Анализ на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ</i></p> <p><i>Разработка концепции продвижения продукции СМИ, формирование коммуникационных целей и маркетинговых стратегий</i></p> <p>Мониторинг появления новой или необходимой информации внутри организации, в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и других источниках</p>	<p>Проектная деятельность. 2 этап</p> <p>Подготовка информационных, аналитических и исследовательских материалов, включающих в себя:</p> <ul style="list-style-type: none"> • общие сведения о компании (организации), такие как полное название и юридический адрес, организационно-правовая форма, структура управления; перечень оказываемых услуг и производимых продуктов; корпоративная и маркетинговая стратегия; общие показатели экономической деятельности (прибыль, товарооборот, затраты на маркетинговую и рекламную деятельность) по согласованию с руководителем базы практики; • маркетинговые показатели, такие как: продажи, доля рынка предприятия, компании, организации; число клиентов и количество лояльных клиентов; распределение функций по структурам службы маркетинга и наличие подразделений рекламных и PR-служб; планирование и контроль рекламно-маркетинговой деятельности; анализ и оценка эффективности проводимых рекламно-маркетинговых мероприятий; • показатели рекламной и PR-политики, включающие: описание коммуникативной стратегии предприятия, компании, организации; брифы, техзадания, виды и график рекламных и PR-мероприятий, промо-акций; показатели доли марки и её узнаваемости; бюджет на рекламные и PR-кампании, результаты оценки эффективности рекламной и PR-политики. 	504/14
<p>Общая оценка значимости и приоритетности получаемой информации</p> <p>Подготовка информационных, аналитических и исследовательских материалов</p>	<p>Проектная деятельность (составление проектов документов и информационных материалов, оформление дневников, отчетов и защита отчета в последний день практики)</p>	72/2

Профессионально-творческая практика способствует комплексному формированию универсальных, общепрофессиональных компетенций у обучающихся:

УК-8.2; УК-9.2; ОПК-1.2; ОПК-2.2; ОПК-3.2; ОПК-4.2; ОПК-5.2; ОПК-6.2; ОПК-

7.2

УК-8

Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов

УК-8.2

Выявляет признаки, причины и условия возникновения чрезвычайных ситуаций; оценивает вероятность возникновения потенциальной опасности для обучающегося и принимает меры по ее предупреждению в условиях образовательного учреждения; оказывает первую помощь в чрезвычайных ситуациях

УК-9	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
УК-9.2	Применяет экономические знания при выполнении практических задач; принимает обоснованные экономические решения в различных областях профессиональной деятельности
ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
ОПК-1.2	Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
ОПК-2.2	Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов
ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
ОПК-3.2	Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности
ОПК-4.2	Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
ОПК-5.2	Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
ОПК-6	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности
ОПК-6.2	Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности
ОПК-7.2	Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом

Перечень компетенций с указанием индикаторов их формирования в процессе освоения образовательной программы на практике, а также критерии оценивания представлены в таблице 2.

Таблица 2 - Перечень компетенций с указанием индикаторов их формирования в процессе освоения образовательной программы, показателей оценивания

Шифр	Компетенции	Индикатор	Наименование индикатора	Планируемые результаты освоения
УК-8	Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	УК-8.2	Выявляет признаки, причины и условия возникновения чрезвычайных ситуаций; оценивает вероятность возникновения потенциальной опасности для обучающегося и принимает меры по ее предупреждению в условиях образовательного учреждения; оказывает первую помощь в чрезвычайных ситуациях	Знать: признаки, причины и условия возникновения чрезвычайных ситуаций Уметь: оценивать вероятность возникновения потенциальной опасности для обучающегося и принимать меры по ее предупреждению в условиях образовательного учреждения Владеть: навыками оказания первой помощи в чрезвычайных ситуациях
		Показатель оценивания	Владение навыками выявлять признаки, причины и условия возникновения чрезвычайных ситуаций; оценивать вероятность возникновения потенциальной опасности для обучающегося и принимает меры по ее предупреждению в условиях образовательного учреждения; оказывать первую помощь в чрезвычайных ситуациях	
УК-9	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9.2	Применяет экономические знания при выполнении практических задач; принимает обоснованные экономические решения в различных областях профессиональной деятельности	Знать: базовые экономические понятия и категории в сфере профессиональной деятельности, порядок ее организации и ведения Уметь: систематизировать и обобщать информацию с целью оптимального выбора формы и вида профессиональной деятельности Владеть: практическими навыками экономического обоснования в решении профессиональных задач
		Показатель оценивания	экономические знания при выполнении практических задач; принимает обоснованные экономические решения в различных областях профессиональной деятельности	
ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.2	Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	Знать: основы составления медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов Уметь: выявлять отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ Владеть: навыками подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

		Показатель оценивания	Знание отличительных особенностей медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.2	Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов	Знать: тенденции развития общественных и государственных институтов Уметь: учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов Владеть: навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов с учетом тенденций развития общественных и государственных институтов.
		Показатель оценивания	Умение учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов	
ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.2	Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Знать: основные направления и стили мировой художественной культуры Уметь: гармонично сочетать художественный образ и текст, учитывая специфические особенности средств художественной выразительности. Владеть: художественным вкусом и стилевым чутьем
		Показатель оценивания	Учет достижений отечественной и мировой культуры, а также средств художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.2	Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Знать: особенности организации коммуникаций, основные механизмы взаимосвязи поведения сотрудников и эффективности организации; Уметь: выстраивать эффективные корпоративные коммуникационные каналы и использовать современные технические средства передачи информации, вести подготовку рекламных продуктов; Владеть: навыками информационного обеспечения процессов внутренних коммуникаций и связей с общественностью, навыками эффективного общения в профессиональной деятельности.
		Показатель оценивания	Владение навыками использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	

ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиа- коммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.2	Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	<p>Знать: специфику, принципы, методики, инструменты планирования, организации, контроля и оценки эффективности коммуникационных кампаний, составляющих их PR-операций и мероприятий с учетом правовых, этических и технологических норм работы в организациях различного типа;</p> <p>Уметь: выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий; структурировать свою работу в соответствии с PR-программой и информационно-коммуникативными стратегиями организации;</p> <p>Владеть: традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности, умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия в связях с общественностью для решения маркетинговых и коммуникационных задач коммерческих структур.</p>
		Показатель оценивания	Осуществление профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	
ОПК-6	Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6.2	Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	<p>Знает: основные понятия теории информации, методы сбора, передачи, организации хранения в памяти компьютера и обработки информации;</p> <p>Умеет: применять технические и программные средства реализации информационных процессов: использовать локальные и глобальные сети ЭВМ</p> <p>Владеет: современными методами сбора, обработки и анализа данных</p>
		Показатель оценивания	Применение современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	

ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.2	Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом	Знать: закономерности человеческой психики и особенности восприятия информации, в том числе, рекламного характера, основные способы коммуникации и межгруппового взаимодействия; Уметь: анализировать теоретический материал по проблемам командообразования, преобразовывать информацию для использования ее в дальнейшей профессиональной деятельности, иметь собственную позицию по вопросам организационных коммуникаций и внутригруппового взаимодействия с учетом норм этики и морали; Владеть: навыками анализа и использования научной теоретической и практической информации по вопросам рекламы и связей с общественностью и учета этических норм в профессиональной деятельности.
	Показатель оценивания	отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом		

3. Место производственной практики: профессионально-творческой практики в структуре программы

Тип производственной практики: Б2.О.02.01(П) профессионально-творческая практика является обязательным разделом ОПОП ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Практика относится к блоку Б2 учебного плана ОПОП ВО. Практика вырабатывает умения и практические навыки, приобретаемые обучающимися в результате освоения теоретических дисциплин Блока Б.1. способствует комплексному формированию универсальных, общепрофессиональных компетенций у обучающихся.

Профессионально-творческая практика для студентов ОФО и ОЗФО организуется на 3 курсе в 6 семестре, для студентов ЗФО на 4 курсе в 8 семестре. Практика базируется на дисциплинах 1,2 и 3 курсов для ОФО и ОЗФО и 1,2,3 курсов для ЗФО.

Общее методическое руководство практикой осуществляет кафедра управления и связей с общественностью. Заведующий кафедрой несет ответственность за уровень организации практики и ее результаты. Непосредственное руководство практикой студентов возлагается на ППС кафедры, имеющий необходимый практический опыт.

Руководство практикой студентов в организации - базы практики возлагается на высококвалифицированных специалистов и руководителей подразделений.

4. Объем практики в зачетных единицах и ее продолжительность в неделях

Объем в зачетных единицах – 18.

Продолжительности в неделях, либо в академических часах – 12 недель, 648 ч.

5. Структура и содержание производственной практики: профессионально-творческой практики

Конкретное содержание практики определяется индивидуальным заданием, разрабатываемым на основе программы практики.

Выполнение студентом работ и заданий в соответствии с совместным планом регулярно контролируются руководителем практики от организации, о чем он делает соответствующие отметки.

Преподаватель кафедры проводит со студентами консультации, контролирует соблюдение ими установленного порядка прохождения практики, оказывает им помощь в выполнении индивидуальных заданий.

Контроль над выполнением программы практики обеспечивается проверкой содержания собранных студентами материалов не реже одного раза в неделю.

При прохождении практики студент обязан:

- выполнять совместный рабочий план проведения практики и все задания, предусмотренные программой;
- ежедневно предъявлять совместный рабочий план проведения практики руководителю - преподавателю кафедры для проверки по его требованию.

Совместный рабочий план проведения практики и индивидуальное задание прохождения учебной практики представлены в **Приложениях Б и В** к программе практики.

Таблица 3 - Этапы прохождения практики

Этап	Краткое содержание выполненной работы
Организационный	Рабочее совещание (групповое). Согласование индивидуального задания и совместного рабочего графика (плана) прохождения практики с руководителем практики от вуза. Согласование индивидуального задания и совместного рабочего графика (плана) прохождения практики с руководителем практики от организации. Инструктаж по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка в организации
Основной	Правовой статус рекламной или PR-компании
	Структура управления рекламной или PR-компании
	Маркетинговые показатели деятельности рекламной или PR-компании
	Анализ и оценка эффективности проводимых рекламно-маркетинговых мероприятий.
	Показатели рекламной и PR-политики деятельности рекламной или PR-компании
Заключительный	Оформление отчета о практике. Защита результатов прохождения практики.

Таблица 4 - Виды деятельности на практике и их содержание

Наименование трудового действия	Наименование вида деятельности
Профессиональное обеспечение создания и реализации рекламного и PR-продукта	Проектная деятельность 1 этап (изучение действующих в подразделении нормативно-правовых актов по его функциональному назначению, режиму работы, делопроизводству, структуре данной организации и др.)
	Проектная деятельность. 2 этап Подготовка информационных, аналитических и исследовательских материалов, включающих в себя: <ul style="list-style-type: none"> • общие сведения о компании (организации), такие как полное название и юридический адрес, организационно-правовая форма, структура управления; перечень оказываемых услуг и производимых продуктов; корпоративная и маркетинговая стратегия; общие показатели экономической деятельности (прибыль, товарооборот, затраты на маркетинговую и рекламную деятельность) по согласованию с руководителем базы практики; • маркетинговые показатели, такие как: продажи, доля рынка предприятия, компании, организации; число клиентов и количество ло-

	<p>яльных клиентов; распределение функций по структурам службы маркетинга и наличие подразделений рекламных и PR-служб; планирование и контроль рекламно-маркетинговой деятельности; анализ и оценка эффективности проводимых рекламно-маркетинговых мероприятий;</p> <ul style="list-style-type: none"> показатели рекламной и PR-политики, включающие: описание коммуникативной стратегии предприятия, компании, организации; брифы, техзадания, виды и график рекламных и PR-мероприятий, промо-акций; показатели доли марки и её узнаваемости; бюджет на рекламные и PR-кампании, результаты оценки эффективности рекламной и PR-политики.
	<p>Проектная деятельность (составление проектов документов и информационных материалов, оформление дневников, отчетов и защита отчета в последний день практики)</p>

6. Формы отчетности по производственной практике: профессионально-творческой практике

Документация сдается в электронном и печатном видах:

- Анкета практиканта.
- Письменный отчет по практике, вместе с совместным рабочим планом проведения практики и индивидуальным заданием.
- Дневник практики.
- Характеристика студента с места прохождения практики (в произвольной форме).
- Договор о практической подготовке обучающихся, заключаемый между организацией, осуществляющей образовательную деятельность, и организацией, осуществляющей деятельность по профилю соответствующей образовательной программы.

Структура отчета:

Титульный лист (Приложение А).

Совместный рабочий план проведения производственной практики: профессионально-творческой практики (Приложение Б).

Индивидуальное задание для прохождения производственной практики: профессионально-творческой практики (Приложение В).

Содержание (Приложение Г).

Основная часть:

1. Правовой статус и структура управления рекламной или PR-компанияи.
2. Маркетинговые показатели деятельности рекламной или PR-компанияи.
3. Показатели рекламной и PR-политики деятельности рекламной или PR-компанияи.

Заключение

Список использованных источников

Приложения

7. Фонд оценочных средств (материалов) для проведения текущей и промежуточной аттестации обучающихся по практике

Описание форм промежуточной аттестации обучающихся по производственной практике: профессионально-творческой практике

Текущая аттестация проводится в конце 2 недели прохождения практики и оценивается по результатам заполнения анкеты и (или) собеседования по вопросам анкеты.

Промежуточная аттестация проводится в виде зачета с оценкой.

По результатам практики студент составляет индивидуальный письменный отчет по практике объемом 30-40 страниц (с приложениями). Отчет должен содержать конкретные сведения о работе, выполненной в период практики и отражать результаты выполнения зада-

ний, предусмотренных программой практики.

Для составления, редактирования и оформления отчета студентам отводятся последние дни практики. Отчет должен включать текстовый, графический и другой иллюстративный материал.

Оформленный отчет одновременно с заполненным совместным планом и индивидуальным заданием сдается руководителю практики от кафедры на проверку. Принятый руководителем отчет подлежит защите.

Общие требования к оформлению отчета по практике

Оформление отчета – это одновременный с созданием его содержания процесс, одна из важнейших стадий работы на практике. Текст отчета должен соответствовать стандартным требованиям. Текст должен быть выполнен на одной стороне листа белой односортной бумаги (формата А4) в текстовой редакторе Word, шрифт «TimesNewRoman» (кириллица), размер шрифта №14, с полями: левое – 30 мм, правое – 10 мм, верхнее – 20 мм, нижнее – 25 мм. Межстрочный интервал – 1,5. Длина строки – 64 знака, считая каждый знак препинания и пробел между словами также за печатный знак, количество строк на странице – 29-30. Не допускается оставлять в конце (или в начале) страницы пробелы до нижнего или верхнего полей более межстрочного интервала - 1,5.

Выравнивание текста – по ширине страницы с включенным режимом переноса. Фразы, начинающиеся с новой «красной» строки, печатаются с абзационным отступом от начала строки, равным 12 мм (первая стандартная позиция табулятора).

Введение, заключение, список использованных источников и приложения начинаются с новой страницы. **Это требование не касается параграфов.** Названия параграфов отделяются от основного текста работы двойным интервалом.

Заголовки глав и параграфов, состоящие из нескольких строк, печатаются через полуторный (1,5) интервал без использования режима переносов. Если заголовки состоят из нескольких предложений, то они отделяются точкой. Точка в конце заголовка глав и параграфов, располагаемого посередине строки, не ставится. **Не допускаются** также подчеркивание, курсив и переносы в содержании, введении, заключении и списке использованных источников, заголовках, а также в основном тексте работы.

Слова «содержание», «введение», «заключение», «список использованных источников», а также названия параграфов, располагаются посередине страницы и записываются с использованием жирного шрифта «TimesNewRoman», размер шрифта №14 с заглавной (строчной) буквы, без включенного режима CapsLock (не заглавными буквами).

В тексте отчета перечисления должны быть представлены в виде нумерованного списка (строчные буквы кириллицы или латиницы с круглой скобкой и без точки после или арабские цифры без круглой скобки и после точкой).

Например:

- а) муниципальное управление;
- б) государственное управление.
- или
- а) муниципальное управление;
- б) государственное управление.
- или
- 1. Муниципальное управление;
- 2. Государственное управление.

При оформлении ВКР **не допускается использование любых маркированных списков, кроме**

-; и -;
-; -;
- -

Во введении слова «актуальность темы работы», «цель», «задачи», «объект», «предмет», должны быть выделены жирным шрифтом. Использование жирного шрифта в основной части отчета не допустимо, за исключением записи заголовков глав и параграфов. Не допускается использование в работе курсива или подчеркивания.

При цитировании и в иных случаях необходимо использовать только русифицированный вариант кавычек – «...», а не “...”.

Отчет должен быть напечатан одним цветом (черным). Тем же цветом выполняются таблицы и графический материал. Допускается включение в основной текст работы цветного графического материала (карты, графики, схемы, диаграммы). В текст основной части **не должны быть** помещены цветные фотографии и подобный им графический материал (логотипы фирм, гербовые знаки организаций и т.д.). Их рекомендуется выносить в приложения.

В отчете должны применяться специальные термины, обозначения и определения, установленные соответствующими стандартами, а при их отсутствии – общепринятые в научной литературе.

В тексте отчета **не допускается**:

- применять обороты разговорной речи, профессионализмы;
- применять для одного и того же понятия различные научные термины, близкие по смыслу (синонимы), а также иностранные слова и термины при наличии равнозначных слов и терминов в русском языке;
- применять произвольные словообразования;
- применять сокращения слов, кроме установленных правилами русской орфографии, соответствующими государственными стандартами и др.
- Готовый отчет прошивается в папку на два прокола (скоросшиватель).

Нумерация страниц

Номера страниц в отчете проставляются в середине верхнего поля арабской цифрой без точки и дефисов. Титульный лист, Дневник и Содержание включаются в общую нумерацию страниц отчета, но на этих страницах номер не проставляется. Страница, с которой начинается «Введение», включается в общую нумерацию, и на ней номер страницы проставляется. Страницы в таких частях отчета, как список использованных источников и приложения, также проставляются. Иллюстрации, таблицы, расположенные на отдельных листах, включают в общую нумерацию страниц отчета, и на страницах, на которых они расположены, номер также проставляется в середине верхнего поля.

Иллюстрации (графики, схемы, диаграммы)

Количество иллюстраций (рисунков) должно быть достаточным для пояснения излагаемого текста (**не менее 2 рисунков в пределах основного текста**). Иллюстрации могут быть расположены как по тексту (возможно ближе к соответствующим частям текста), так и в конце его. Иллюстрации следует нумеровать арабскими цифрами сквозной нумерацией, размещая номер и пояснительный текст под иллюстрацией по центру страницы без точки в конце (см. рис.1).

Например:

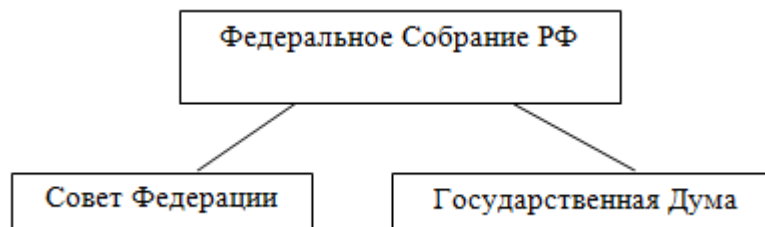


Рисунок 1 - Структура парламента Российской Федерации

В названиях рисунков, состоящих из нескольких строк, не должно быть переносов (межстрочный интервал – 1,5), не допускается подчеркивание, использование курсива и жирного шрифта. В качестве иллюстраций могут выступать диаграммы, схемы, карты, картосхемы, графики и др. Однако все указанные виды графического (иллюстративного) материала по тексту обозначаются как рисунки.

При создании рисунков должен быть использован размер шрифта «TimesNewRoman» №12 или №14 (не мельче). Сам рисунок и название рисунка должны быть отделены от текста

полупорным интервалом. Тот же интервал должен быть выдержан между рисунком и его названием (см. рис.1).

На каждый рисунок в тексте должна быть сделана ссылка – см. рис.1, 2, 3 и т.д. Рисунки приложения не входят в общую (сквозную) нумерацию иллюстративного материала основного текста и имеют свою сквозную нумерацию в соответствующих приложениях. Например, рис.1. Приложения А или рис.2. Приложения А.

Таблицы

Цифровой материал, как правило, оформляют в виде таблиц. Слово «таблица» с номером и названием таблицы помещают над таблицей по центру страницы без точки в конце. В названиях таблиц, состоящих из нескольких строк, не должно быть переносов (межстрочный интервал – 1,5), не допускается подчеркивание, использование курсива и жирного шрифта. Сама таблица и название таблицы должны быть отделены от текста полупорным интервалом. Тот же интервал должен быть выдержан между таблицей и ее названием.

Таблицы, за исключением таблиц приложений, следует нумеровать арабскими цифрами (с точкой) сквозной нумерацией (без значка №). Таблицы приложений не входят в сквозную нумерацию таблиц.

Пример оформления таблицы приведен ниже (см. таблицу 5).

Таблица 5 - Шаблон таблицы

Головка таблицы				Заголовки граф
				Подзаголовки граф
				Строки (горизонтальные ряды)

Боковик (графа для заголовков) Графы (колонки)

Заголовки граф и строк таблицы следует писать с прописной буквы в единственном числе, а подзаголовки граф – со строчной буквы, если они составляют одно предложение с заголовком, или с прописной буквы, если они имеют самостоятельное значение. В конце заголовков и подзаголовков таблиц точки не ставят.

Таблицы слева, справа и снизу, как правило, ограничивают линиями. Допускается применять размер шрифта в таблице меньший (№12), чем в тексте. Разделять заголовки и подзаголовки боковика и граф диагональными линиями не допускается.

Горизонтальные и вертикальные линии, разграничивающие строки таблицы, допускается не проводить, если их отсутствие не затрудняет пользование таблицей. Головка таблицы должна быть отделена линией от остальной части таблицы.

Графу «Номер по порядку (N п/п)» в таблицу включать не допускается. При переносе таблицы на следующую страницу указывается: «Продолжение табл.1» и полностью переносится головка таблицы (наименования столбцов).

Если в одном столбце таблицы расположены данные, имеющие одни и те же единицы измерения, то наименование этих единиц прописывается в головке таблицы, а в строках таблицы указываются только значения.

Если все показатели, приведенные в графах таблицы, выражены в одной и той же единице измерения, то ее обозначение необходимо помещать над таблицей справа.

На все таблицы отчета должны быть приведены ссылки в тексте. При ссылке на таблицу впервые печатается слово «Таблица» с указанием номера – например, см. таблицу 1; при повторном обращении к этой же таблице указывается: «табл.» и ее номер.

Формулы

В формулах в качестве символов следует применять обозначения, установленные соответствующими государственными стандартами. Пояснения символов и числовых коэффициентов, входящих в формулу, если они не пояснены ранее в тексте, должны быть приведены непосредственно под формулой. Пояснения каждого символа следует давать с новой строки в той последовательности, в которой символы приведены в формуле. Первая строка пояснения должна начинаться со слова «где» без двоеточия после него.

Пример. Суммарный коэффициент рождаемости (TFR) вычисляется по формуле:

$$TFR = \frac{\sum_{15}^{49} ASFR_x}{1000}, \quad (1)$$

где TFR (Total fertility rate) – суммарный коэффициент рождаемости;

ASFR_x (Age specific fertility rates) – повозрастные коэффициенты рождаемости для возрастов от 15 до 49 лет.

Формулы, за исключением формул, помещаемых в приложении, должны нумероваться сквозной нумерацией арабскими цифрами, которые записывают на уровне формулы справа в круглых скобках. Ссылки в тексте на порядковые номера формул даются в круглых скобках, например: «... коэффициент абсолютной ликвидности рассчитывается по формуле (1)...».

Примечания

Слово «Примечание» следует печатать с прописной буквы с абзаца и не подчеркивать. Примечания приводятся в документах, если необходимы пояснения или справочные данные к содержанию текста, таблиц или графического материала. Примечания не должны содержать требований.

Ссылки и список использованных источников

Ссылки на использованные в тексте отчета источники оформляются следующим образом: если приводится цитата, то она берется в кавычки «...» и после нее в квадратных скобках указывается порядковый номер источника по списку литературы и страница источника. Например, ... А.Г. Гранберг делает упор на необходимость системного подхода к определению предмета науки и считает, что «...предмет региональной экономики в широком смысле сложен, многосторонен...» [17, с.14].

Если в тексте отражается основная мысль без цитирования, то кавычки не ставятся, и в ссылке указывается порядковый номер источника. Например, ... А.Г. Гранберг в своей научной работе говорил о необходимости системного подхода к определению предмета региональной экономики [17].

Если ссылка стоит в конце предложения, то не перед ней, а после ставится точка. **В работе не допускается использование постраничных сносок.**

В списке использованных источников источники должны располагаться в следующем порядке:

Нормативно-правовые акты:

- Международные нормативно-правовые акты.
- Нормативно-правовые акты федерального значения.
- Нормативно-правовые акты регионального значения.
- Нормативно-правовые акты местного уровня.

Статистические сборники (сначала федеральные, потом региональные, затем муниципальные).

Монографии, статьи, учебники, фондовые материалы, отчеты, пояснительные записки и др. (все перечисленные в п.3 источники выстраиваются в алфавитном порядке).

Источники на иностранном языке.

Информация из Интернет-сайтов.

В каждом блоке списка (за исключением НПА) источники перечисляются в алфавитном порядке. Однако подписывать названия блоков источников и отделять их интервалами **не допускается.**

Все источники в списке должны иметь сквозную нумерацию. Ниже приведены примеры оформления источников из разных блоков списка использованных источников.

Ссылки на **нормативные правовые акты и документы** оформляются так:

1. Жилищный кодекс Российской Федерации: Федеральный закон № 188-ФЗ: [принят Государственной думой 29 декабря 2004 года]: (с изменениями и дополнениями). – Доступ из справ.-правовой системы Гарант. – Текст: электронный.
2. Уголовный кодекс Российской Федерации. Официальный текст: текст Кодекса приводится по состоянию на 23 сентября 2021 г. – Москва: Омега-Л, 2021. – 193 с. – Текст: непосредственный.
3. Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации: Федеральный закон № 131-ФЗ: [принят Государственной думой 16 сентября 2003 года]. – Москва: Проспект; Санкт-Петербург: Кодекс, 2017. – 158 с. – Текст: непосредственный.
4. Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации: Федеральный закон № 131-ФЗ: [принят Государственной думой 16 сентября 2003 года]. – Доступ из справ.-правовой системы Гарант. – Текст: электронный.

Проекты НПА – не являются НПА, и в данный блок списка использованных источников не включаются.

Ссылки на **монографии, учебники или учебные пособия** одного или нескольких авторов оформляются следующим образом:

32.
36. Рой, О.М. Основы государственного и муниципального управления: учебное пособие / О.М. Рой. – Санкт-Петербург: Питер, 2017.- 416 с. – Текст: непосредственный.
37. Кара-Мурза, С.Г. Между идеологией и наукой. 2-е изд. / С.Г. Кара-Мурза. — Москва: Научный эксперт, 2017. — 248 с. – Текст: непосредственный.

Ссылки на **статьи из журналов и газет**:

38.
39. Лысенко, Н.Н. Признаки и факторы региональной приоритетности развития туризма / Н.Н. Лысенко // Региональная экономика. Теория и практика. - №20 (77). - июль. – 2017.- С.128-132. – Текст: непосредственный.
40. Сергеева, О.Ю. Вклад академика А.Н. Крылова в систему инженерного образования / О.Ю. Сергеева // Инновации в образовательном процессе: сборник трудов Всероссийской научно-практической конференции, посвященной 155-летию со дня рождения А.Н. Крылова. – Чебоксары, 2018. – Вып. 16. – С. 22–24. – Текст: непосредственный.

Ссылки на **статьи из энциклопедии и словаря**:

15.

16. Бирюков, Б.В., Гастев, Ю.А., Геллер, Е.С. Моделирование / Б.В. Бирюков, Ю.А. Гастев, Е.С. Геллер // Большая советская энциклопедия. – 3-е изд.- Москва, 2014. – Т. 16. – С. 393-395. – Текст: непосредственный.

Ссылки на **интернет-сайты**:

74.

75. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации: официальный сайт. - URL: <https://minobrnauki.gov.ru/> (дата обращения: 16.08.2021 г.). - Текст: электронный.

76. Электронная версия бюллетеня «Население и общество» Института демографии НИУ-ВШЭ: сайт. - URL: <http://www.demoscope.ru/weekly/index.php> (дата обращения: 16.08.2021 г.). - Текст: электронный.

77. Янина, О. Н. Особенности функционирования и развития рынка акций в России и за рубежом / О. Н. Янина, А. А. Федосеева. // Социальные науки: social-economic sciences. – 2018. – № 1. – Текст: электронный. - URL: http://academymanag.ru/journal/Yanina_Fedoseeva_2.pdf (дата обращения: 04.06.2021).

или

78. Янина, О. Н. Особенности функционирования и развития рынка акций в России и за рубежом / О. Н. Янина, А. А. Федосеева // Социальные науки: social-economic sciences. – 2018. – № 1. – URL: http://academymanag.ru/journal/Yanina_Fedoseeva_2.pdf (дата обращения: 04.06.2021). - Текст: электронный.

Источники списка должны быть набраны с использованием шрифта «Times New Roman» №14 через полуторный интервал. Если источником нормативных правовых актов (НПА) стали электронные базы данных (Консультант+ и др.) или сайты Интернет, то НПА также размещаются в алфавитном порядке в первом блоке списка.

Защита отчета по практике проводится перед комиссией в установленный кафедрой день в соответствии с календарным графиком учебного процесса. Защита проводится в виде собеседования по результатам практики и качества представленного отчета. Вначале, как правило, идет выступление обучающегося с коротким докладом (8-10 минут), далее - ответы на вопросы по существу отчета.

Критериями оценки являются:

- уровень теоретического осмысления студентами практической деятельности рекламной или PR-структуры (ее целей, задач, содержания, методов);
- качество отчета по итогам практики;
- степень и качество приобретенных студентами профессиональных умений;
- уровень профессиональной направленности выводов и рекомендаций, сделанных студентом в ходе прохождения практики.

Зачтено с оценкой «отлично» ставится студенту, который выполнил в срок и на высоком уровне весь намеченный объем работы в соответствии с индивидуальным заданием, успешно защитил оформленный отчет в соответствии со всеми требованиями.

Зачтено с оценкой «хорошо» ставится студенту, который полностью выполнил намеченную на период практики программу работы в соответствии с индивидуальным заданием, оформил отчет с основными требованиями, обнаружил умение определять основные задачи и способы их решения, проявил инициативу в работе, но не смог вести творческий поиск или не проявил потребности в творческом росте.

Зачтено с оценкой «удовлетворительно» ставится студенту, который выполнил программу работы в соответствии с индивидуальным заданием, но не проявил глубоких знаний теории и умения применять ее на практике, допускал ошибки в постановке и решении задач.

Не зачтено ставится студенту, который не выполнил программу практики в соответствии с индивидуальным заданием, не подготовил отчета, допускал ошибки и нарушения дисциплины в ходе проведения практики.

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости представлены в 1.ОМТ ФОСов. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся представлены 2.ОМП в ФОСах к программе практики и является приложением к программе производственной практики.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение практики

а) основная литература

1. Осипова, Е. А. Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью : учебник / Е.А. Осипова. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 381 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/textbook_5c6ffedda58f78.54410213. - ISBN 978-5-16-013595-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1068921> (дата обращения: 12.09.2023). – Режим доступа: по подписке.
2. Варакута, С. А. Связи с общественностью : учебное пособие / С. А. Варакута. - Москва : ИНФРА-М, 2019. - 207 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-

- 003443-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/993597> (дата обращения: 12.09.2023). – Режим доступа: по подписке.
3. Музыкант, В. Л. Реклама : учебное пособие / В. Л. Музыкант. - Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2019. - 208 с. - (Высшее образование: Азбука рекламы). - ISBN 978-5-369-00780-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1002350> (дата обращения: 12.09.2023). – Режим доступа: по подписке.

б) дополнительная литература

1. Федеральный закон "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ.
2. Черепанов, В. Д. Реклама и связи с общественностью в кризисных ситуациях : учебное пособие / В. Д. Черепанов. - Москва : РУТ (МИИТ), 2018. - 170 с. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1896544> (дата обращения: 12.09.2023). – Режим доступа: по подписке.
3. Марков, А. А. Связи с общественностью в органах власти : учебник / А.А. Марков. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 190 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/2518. - ISBN 978-5-16-006212-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1819448> (дата обращения: 12.09.2023). – Режим доступа: по подписке.
4. Маслова, В. М. Связи с общественностью в управлении персоналом : учебное пособие / В. М. Маслова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2020. — 207 с. - ISBN 978-5-9558-0147-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1062379> (дата обращения: 12.09.2023)
5. Реклама социальных проектов : методическое пособие / А. Л. Абаев, Г. Г. Вельская, А. Г. Жилияев [и др.] ; под общ. ред. Г. Г. Вельской. - 5-е изд. - Москва : Дашков и К, 2023. - 94 с. - ISBN 978-5-394-05245-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2084169> (дата обращения: 12.09.2023). – Режим доступа: по подписке.

в) Интернет-ресурсы:

1. Справочно-правовая система "Консультант Плюс".
2. ЭБС "Знаниум".

9. Информационные технологии, используемые при проведении практики, включая перечень программного обеспечения, а также образовательные, научно-исследовательские, научно-производственные технологии

При осуществлении образовательного процесса студентами и профессорско-преподавательским составом используются информационные технологии:

ЭБС Znanium; №460 эбс от 1.09.2022.

Консультант плюс (№469363 от 21.10.2019).

WindowsXP ProfessionalSP3; №42036743 от 16.04.2007

Windows 7 №48509295 от 17.05. 2011

MicrosoftOffice 2007; №43224817 от 19.12.2007

MicrosoftOffice 2010; №48509295 от 17.05. 2011

Антивирус DoctorWeb; №6183от 27.01.2020

CorelDrawGraphicsSuiteX4; №30551664 от 18.03.2008

1С Предприятие 8. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях

№ 9334582

Скайп <https://www.skype.com/ru/get-skype/>

10. Материально-техническая база, необходимая для проведения практики

Материально-техническое обеспечение практики осуществляется на основе договоров между вузом и организацией (местом практики). Согласно договору принимающая организация предоставляет студентам места практики (рабочие места) с соответствующим направлением профессиональной подготовки уровнем материально-технического оснащения.

Таблица 6 - Материально-техническое обеспечение практики в МЭБИК

Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий	№ аудитории	Перечень оборудования и технических средств обучения
Читальный зал	Читальный зал	Столы, стол однотумбовый, стулья, жалюзи, компьютеры, стол компьютерный, стеллажи книжные одностворчатый, стеллажи книжные двухств., стремянка, шкаф одностворчатый, вешалки, часы, каталожный ящик, телефон, кафедра, стеллажи книжные односторонние, полки книжные, доска односекционная, сканер, принтер Программное обеспечение: WindowsXP (№42036743 от 16.04.2007), MS Office 2007 (№43224817 от 19.12.2007), Consultant Plus (Договор №459363 от 21.11.2019).
Компьютерный класс Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	№110	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации Специализированная аудитория, оборудованная для проведения занятий по информационным технологиям Столы компьютерные; стулья; стол учеб. (стол лектора); шкафы Персональные компьютеры AMD Ryzen 5 3400G/8GB/250GB; Intel Core i3/8GB/250GB доска одинарная стационарная; сплит-система; жалюзи; огнетушители; кресла; стенд, рециркулятор бактерицидный Программное обеспечение: AstraLinux Opел, LibreOffice, Inskape, Gimp, Geany, Visual Studio Code, IntelliJ IDEA, PyCharm, Consultant Plus. 1С учебная версия 8.3 Интерактивная панель Geckotouch Interactive IP75GT-C, проектор Epson EH-TW 740
Помещение для самостоятельной работы	№204	Столы компьютерные; стулья; персональные компьютеры IntelCorei5-3330/4GB/500 GB; жалюзи; доска маркерная; огнетушитель; сплит-система Программное обеспечение: Windows7 (№48509295 от 17.05.2011), MSOffice 2007 (№43224817 от 19.12.2007), NVDA, LibreOffice, Lazarus, FreePascal, ConsultantPlus (Договор №459363 от 21.11.2019), Gimp
Библиотека	Библиотека	Книжный фонд библиотеки (каталожная система библиотеки – для обучения студентов умению пользоваться системой поиска литературы, столы однотумбовые, стулья, стол учебный, стол компьютерный, компьютеры., принтер, стеллаж односторонний, стеллаж двухсторонний, подставка под книги, каталог, сплит-система, сейф, книжная полка, стеллаж под газеты, огнетушитель. Программное обеспечение: Windows 7 (№ 48509295 от 17.05. 2011), MS Office 2010 (№48509295 от 17.05. 2011), NVDA, Consultant Plus (Договор №459363 от 21.11.2019), Lazarus, OpenOffice, Gimp
Аудитория для хранения учебного оборудования	№111	

Приложение А

ЧОУ ВО «Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса»

Факультет подготовки бакалавров

Кафедра управления и связей с общественностью

Направление подготовки:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль «Реклама и связи с общественностью в отраслях и сферах деятельности»

ОТЧЕТ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ: ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКОЙ ПРАКТИКЕ

Курс обучения: _____ Группа _____

Срок прохождения практики: «__» _____ 20__ - «__» _____ 20__ года

Место прохождения практики:

Выполнил

_____/_____
Подпись / ФИО

Руководитель практики от кафедры

должность

_____/_____
Подпись / ФИО

Руководитель практики от организации:

должность

_____/_____
Подпись / ФИО

Курс -20__

Приложение Б
Совместный рабочий план проведения
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ: ПРОФЕССИОНАЛЬНО-
ТВОРЧЕСКОЙ ПРАКТИКИ

№ п/п	Дата	Этап	Краткое содержание выполненной работы	Отметка о выполнении
1.	1 день 1 недели	Организационный	Рабочее совещание (групповое). Согласование индивидуального задания и совместного рабочего графика (плана) прохождения практики с руководителем практики от вуза. Согласование индивидуального задания и совместного рабочего графика (плана) прохождения практики с руководителем практики от организации. Инструктаж по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка в организации.	Вып.
2.	2 -6 дни 1 недели	Основной	Правовой статус рекламной или PR-компании	Вып.
3.	1-6 дни 2 недели		Структура управления рекламной или PR-компании	Вып.
4.	1-6 дни 3 недели		Маркетинговые показатели деятельности рекламной или PR-компании	Вып.
5.	1-4 дни 4 недели		Анализ и оценка эффективности проводимых рекламно-маркетинговых мероприятий.	Вып.
6.			Показатели рекламной и PR-политики деятельности рекламной или PR-компании	Вып.
7.	5-6 дни 4 недели	Заключительный	Оформление отчета о практике. Защита результатов прохождения практики.	Вып.

Руководитель практики от организации:

должность

Подпись

ФИО

Руководитель практики от кафедры:

должность

Подпись

ФИО

Студент:

Подпись

ФИО

Приложение В
ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ
ДЛЯ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКОЙ ПРАКТИКИ

студенту (-тке) _____
(фамилия, имя, отчество)

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль: «Реклама и связи с общественностью в отраслях и сферах деятельности»

Исходные данные, необходимые для выполнения задания: локальные акты организации, научные публикации, информация официальных сайтов

Форма предоставления на кафедру выполненного задания: отчет в печатном и электронном виде

Содержание и планируемые результаты:

№ п/п	Содержание практики
1.	Ознакомиться с содержанием практики.
2.	Согласовать индивидуальное задание на практику и совместный рабочий график (план) проведения практики с руководителем практики от МЭБИК.
3.	Согласовать индивидуальное задание на практику и совместный рабочий график (план) проведения практики с руководителем практики от организации.
4.	Пройти инструктаж по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка в организации
5.	Правовой статус и структура управления рекламной или PR-компания (название и юридический адрес, организационно-правовая форма, структура управления; перечень оказываемых услуг и производимых продуктов; корпоративная и маркетинговая стратегия; общие показатели экономической деятельности (прибыль, товароборот, затраты на маркетинговую и рекламную деятельность) по согласованию с руководителем базы практики.
6.	Маркетинговые показатели деятельности рекламной или PR-компания (продажи, доля рынка предприятия, компании, организации; число клиентов и количество лояльных клиентов; распределение функций по структурам службы маркетинга и наличие подразделений рекламных и PR-служб; планирование и контроль рекламно-маркетинговой деятельности; анализ и оценка эффективности проводимых рекламно-маркетинговых мероприятий) по согласованию с руководителем базы практики.
7.	Показатели рекламной и PR-политики деятельности рекламной или PR-компания (описание коммуникативной стратегии предприятия, компании, организации; виды и график рекламных и PR-мероприятий, промо-акций; показатели доли марки и её узнаваемости; бюджет на рекламные и PR-кампании, результаты оценки эффективности рекламной и PR-политики) по согласованию с руководителем базы практики.
8.	Выполнить индивидуальное задание.
9.	Провести систематизацию материала для отчета
10.	Оформить отчет о практике.
11.	Защитить результаты прохождения практики.
Планируемые результаты (освоение компетенций)	
УК-8.2; УК-9.2; ОПК-1.2; ОПК-2.2; ОПК-3.2; ОПК-4.2; ОПК-5.2; ОПК-6.2; ОПК-7.2	

Руководитель практики от МЭБИК

_____/_____
(подпись) (расшифровка подписи)

«__»____20__г.

СОГЛАСОВАНО

Зав. кафедрой

Еськова Н.А.

«__»____20__г.

Руководитель практики от организации

_____/_____
(подпись) (расшифровка подписи)

«__»____20__г.

Задание принял к исполнению

«__»____20__г.

Подпись студента (ки)_____

Приложение Г Содержание

Введение	5
1. Правовой статус и структура управления рекламной или PR-компанией	
2. Маркетинговые показатели деятельности рекламной или PR-компанией	
3. Показатели рекламной и PR-политики деятельности рекламной или PR-компанией	
Заключение	
Список использованных источников	
Приложения	

Приложение Д

Частное образовательное учреждение высшего образования
«Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса»

**ДНЕВНИК СТУДЕНТА
ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ:
ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКОЙ ПРАКТИКЕ**

на (в) _____
(название организации)

Выполнил: студент _____ формы обучения

направления подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с обще-
ственностью

_____-го курса _____ группы

(инициалы и фамилия) (подпись)

Руководитель практики от кафедры

(ученая степень, звание) (инициалы и фамилия) (подпись)

Руководитель практики от организации

(должность) (инициалы и фамилия) (подпись)

Курс - _____

Приложение Е

АНКЕТА СТУДЕНТА – ПРАКТИКАНТА

Уважаемый студент, данное анкетирование проводится с целью организации текущей аттестации студента по практике. Отметьте один или несколько ответов, которые отражают Ваше мнение, или впишите свой вариант ответа на открытые вопросы.

Общие сведения

Ф.И.О. _____
Тел., e-mail _____
Факультет _____

Направление подготовки _____ Курс _____
Профиль подготовки _____

Вид практики (*нужный вид практики подчеркнуть*):

- а) учебная практика: профессионально-ознакомительная практика,
- б) производственная практика: профессионально-творческая практика,
- в) производственная практика: преддипломная практика.

Сроки прохождения практики _____
Руководитель практики от института _____

Наименование организации, в которой Вы проходите практику

Юридический адрес организации

ФИО руководителя организации

Руководитель практики от организации _____

Тел., e-mail, сайт (*при наличии*) организации

Оценка содержания практики

1. Укажите цель и задачи практики:

- а) первый шаг в будущую профессию,
- б) возможность дальнейшего трудоустройства,
- в) интересно проведенное время,
- г) неизбежная необходимость,
- д) формирование у студентов базовых составляющих компетентности в сфере управленческой деятельности,
- е) развитие профессиональных способностей и формирование творческого мышления у будущих специалистов в сфере рекламы и связей с общественностью,

- ж) подготовка студентов к целостному восприятию управленческой деятельности и готовности выполнять управленческие функции,
з) иное
-
-

2. Какие проблемы возникли у Вас на первой неделе прохождения практики?

Они были вызваны:

- а) вашей недостаточной подготовленностью по дисциплинам направления подготовки,
б) недостаточно хорошей организацией практики со стороны МЭБИК,
в) недостаточно хорошей организацией практики со стороны организации,
г) недостаточностью методического обеспечения,
д) трудностями при оформлении на практику (оформление пропуска, прохождение инструктажа)
е) моими личными качествами,
ж) иное
-
-

3. Какие у Вас были затруднения при подготовке дневника по практике (в части взаимодействия с руководителями практики, оформления, наличия исходных документов).

4. Какие Вы прогнозируете итоги практики с точки зрения ее результативности:

- а) на практике я еще больше убедился(-ась) в правильности выбора профессии,
б) практика разочаровала меня в выбранной профессии,
в) практика обнаружила пробелы в моей подготовке,
г) практика носила формальный характер,
д) иное

5. Хотели бы вы в дальнейшем продолжить свою практику (производственную и/или преддипломную) в данной организации

- а) да,
б) нет,
в) я уже здесь работаю,
г) со мной заключили договор о дальнейшем трудоустройстве,
д) иное
-

6. Помощь со стороны руководителя практикой от предприятия в прохождении практики
- а) руководитель разъясняет непонятный материал,
б) руководитель не разъясняет непонятный материал,
в) руководитель разъясняет манипуляции, но непонятно, формально,
г) предлагаются задания, но руководитель не дает никаких разъяснений, если обращаешься к нему за консультацией,

- д) руководитель предлагает задания для самостоятельного выполнения, но те, которые, не входят в перечень,
 - е) иное
-

7. Помощь со стороны руководителя практикой от предприятия в организации самостоятельной работы студента

- а) для ее выполнения предлагаются литература или указываются источники, руководитель разъясняет непонятный материал,
 - б) руководитель практики не предлагает никаких заданий для самостоятельного выполнения,
 - в) предлагаются задания для самостоятельного выполнения, но непонятно, как многие из них выполнять,
 - г) предлагаются задания, но руководитель не дает никаких разъяснений, если обращаешься к нему за консультацией,
 - д) руководитель предлагает задания для самостоятельного выполнения, но непонятно, как они оцениваются,
 - е) иное
-

8. Дисциплина на практике

- а) никакой дисциплины нет, студенты предоставлены сами себе и занимаются своими делами,
 - б) руководитель четко проговаривает правила дисциплины, строго следит за ее соблюдением, студенты не опаздывают на практику,
 - в) руководитель следит за дисциплиной и опозданиями, но иногда позволяет студентам отвлекаться, не следит за их вниманием,
 - г) руководитель четко следит за дисциплиной, требует отработок пропусков,
 - д) руководитель не следит за дисциплиной, студенты могут опаздывать или пропускать практику,
 - е) иное
-

9. Объективность в оценке учебных достижений по практике

- а) руководитель строго, но справедливо оценивает знания, умения и навыки, мотивирует старательность студентов и их отношение к обучению,
 - б) руководитель объективно оценивает знания, умения и навыки, но не мотивирует старательность и желание студентов обучаться,
 - в) руководитель не объективен в оценках,
 - г) иное
-

10. Как Вы оцениваете возможность овладения навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в будущей профессиональной деятельности во время прохождения практики?

- а) руководитель практики от организации через наставничество способствует формированию умений и навыков, поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов,
- б) руководитель практики от организации не принимает участия в формировании умений и навыков, поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов,

- в) руководитель практики от вуза посредством on-line консультаций способствует формированию умений и навыков, поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов,
- г) руководитель практики от вуза не принимает участия в формировании умений и навыков, поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов,
- иное
- д) иное
-

11. Возможность осуществления во время прохождения практики делового общения и публичных выступлений, осуществление деловой переписки и поддержание электронных коммуникаций:

- а) никакой возможности осуществления делового общения и публичных выступлений нет, студенты заняты только обработкой документов и формированием баз данных,
- б) студенты во время практики включены в систему делового общения, имеют возможность публично выступать, но не привлекаются к деловой переписке и поддержке электронных коммуникаций,
- в) студенты во время практики включены в систему делового общения, имеют возможность публично выступать, привлекаются к деловой переписке и поддержке электронных коммуникаций,
- г) иное
-

12. Возможность во время прохождения практики овладения навыками оценки и участия в мероприятиях по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценке эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью.

- а) никакой возможности овладения навыками оценки и участия в мероприятиях по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценки эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью во время прохождения практики у студентов нет,
- б) студенты во время практики в полной мере могут овладеть навыками оценки и участия в мероприятиях по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценки эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью,
- в) студенты во время практики в полной мере могут овладеть навыками только оценки мероприятий по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценки эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью,
- г) студенты во время практики в полной мере могут овладеть навыками только участия в мероприятиях по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок,
- д) иное
-

13. Как Вы оцениваете результаты пройденной практики
(оценить по 5-бальной шкале)

	1	2	3	4	5
Возможность освоения и закрепления знаний и умений, полученных по всему курсу обучения					
Возможность проверки своих профессиональных компетенций в					

условиях конкретной организации					
Возможность сбора и подготовки практического материала для выполнения курсовой работы / ВКР					

Согласен(-на) на обработку своих персональных данных _____

(подпись)

Дата заполнения « » _____ 20__ г.

Подпись _____