

**Министерство просвещения Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Ярославский государственный педагогический университет
им. К. Д. Ушинского»**

Факультет русской филологии и культуры

Кафедра журналистики и медиакоммуникаций

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

**Производственная профессионально-творческая практика,
рекламный менеджмент**

Разработчики:

доктор филологических наук, доцент
профессор кафедры журналистики и медиакоммуникаций

Л. В. Ухова

кандидат педагогических наук, доцент
доцент кафедры журналистики и медиакоммуникаций

О. Л. Цветкова

Ярославль – 2021

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Целью производственной практики, профессионально-творческой (рекламный менеджмент) является формирование и приобретение студентами практических навыков и компетенций, а также опыта самостоятельной профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.

Задачами практики являются:

- 1) Изучение коммуникационной (рекламной) и маркетинговой деятельности фирмы.
- 2) Формирование способности студента оценивать маркетинговую стратегию организации с точки зрения адекватности рыночной среде и разрабатывать рекомендации по совершенствованию ее коммуникационной (рекламной) деятельности.
- 3) Закрепление и применение в практической деятельности знаний, приобретенных во время освоения теоретического курса.
- 4) Организация систематической самостоятельной работы учебной, научной, специальной, нормативно-методической литературой, способствующей формированию творческого подхода к решению проблем профессиональной деятельности.
- 5) Развитие способности осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде.

При прохождении практики формируются компетенции: УК-1 (Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач); УК-3 (Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде); 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-6 (Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии); ОПК-7 (Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности).

Самостоятельная работа обучающихся в период практики составляет 213 часов.

В ходе самостоятельной работы студенты анализируют полученные в ходе исследования данные, оценивают маркетинговую стратегию организации с точки зрения адекватности рыночной среде и разрабатывают рекомендации по совершенствованию ее коммуникационной (рекламной) деятельности. В процессе самостоятельной работы обучающиеся закрепляют и применяют в практической деятельности знания, приобретенные во время освоения теоретического курса.

Отчетной документацией по учебной/производственной практике является отчет и дневник студента-практиканта, которые хранятся на кафедре в течение трех лет.

Отчет должен содержать конкретные сведения о работе, выполненной в период практики и отражать результаты выполнения заданий, предусмотренных программой практики и включать текстовый, графический и другой иллюстративный материал.

Практические задачи производственной практики

I. Для предприятий и организаций

1. Организационно-экономическая характеристика:

- а) организационно-правовая форма;
- б) основные виды деятельности;
- в) основные группы производимых и реализуемых товаров (услуг);
- г) общая структура управления предприятием, задачи и функции основных подразделений (краткая характеристика);
- д) основные экономические показатели деятельности.

2. Характеристика маркетинговой среды:

- а) элементы макросреды (краткая характеристика);

б) элементы микросреды:

- целевые рынки, их характеристики;
- конкуренты, их сильные и слабые стороны, в том числе с позиций оценки рекламной (коммуникационной) деятельности;
- маркетинговые посредники, оказывающие услуги в области рекламы (маркетинговых коммуникаций).

3. Службы маркетинга и рекламы:

- а) служба маркетинга, ее структура, функции, задачи, взаимоотношения с подразделениями, в случае отсутствия службы, указать подразделения, выполняющие маркетинговые функции;
- б) служба или специалисты, осуществляющие рекламную (коммуникационную) деятельность, функции, задачи, взаимоотношения с подразделениями;
- в) характеристика кадрового состава специалистов, осуществляющих рекламную (коммуникационную) деятельность, оплата труда, методы стимулирования, стаж работы, уровень и направленность профессиональной подготовки.

4. Комплекс маркетинговых коммуникаций, его характеристика:

- а) реклама, бюджеты за 2-3 последние года, примеры рекламных акций, кампаний;
- б) PR – бюджеты за 2-3 последние года, примеры проведенных мероприятий, кампаний;
- в) прямой маркетинг (личные продажи) – организация работы в области личных продаж;
- г) стимулирование сбыта - бюджеты за 2-3 последние года, примеры проведенных акций, кампаний;
- д) неосновные (синтетические) виды маркетинговых коммуникаций – бюджеты, примеры проведенных акций, кампаний;
- е) общая оценка рекламной (коммуникационной) деятельности.

5. Организация и планирование рекламной деятельности:

- а) взаимодействие предприятия с РА (рекламными агентствами), выбор агентства, юридическое оформление взаимоотношений, расчеты за услуги;
- б) маркетинговые исследования в рекламной (коммуникационной) деятельности, взаимодействие с маркетинговой службой, позиционирование товаров для рекламирования;
- в) наличие рекламной стратегии, рекламные бюджеты, порядок их формирования, выбор и использование средств рекламы;
- г) система планирования, методики планирования и характеристика планов в области рекламы;
- д) взаимодействие предприятия со СМИ при распространении рекламных обращений.

6. Контроль в рекламной деятельности:

- а) виды и направления контроля;
- б) показатели контроля;
- в) процедура контроля;
- г) использование результатов контроля в рекламной деятельности.

7. Проблемы в рекламной (коммуникационной) деятельности и пути ее совершенствования:

- а) трудности и проблемы;
- б) предложения по совершенствованию рекламной (коммуникационной) деятельности.

II. Для рекламных агентств

1. Организационно-экономическая характеристика:

- а) организационно-правовая форма;
- б) виды деятельности;
- в) общая схема структурного построения и управления деятельностью РА;
- г) характеристика кадрового состава РА, формы оплаты труда, стимулирование персонала, стаж работы и соответствие уровня и направления образования профилю работы;
- д) структура, функции, задачи и взаимоотношения основных служб РА с другими подразделениями;
- е) основные экономические показатели деятельности РА;

- ж) структура доходов и прибыли от различных направлений деятельности (рекламные услуги, другие виды маркетинговых коммуникаций, маркетинговые исследования, консультирование и т.д.).

2. Характеристика маркетинговой среды:

- а) элементы макросреды;
б) элементы микросреды (наиболее подробно рассмотреть конкурентов, их сильные и слабые стороны, а также целевые рынки и их характеристики).

3. Комплекс маркетинга, его оценка:

- а) наличие маркетинговой политики и стратегии РА;
б) товар, наличие товарной политики, предоставляемые услуги стадии жизненного цикла основных видов услуг, маркетинговая оценка ассортимента товаров (услуг);
в) цена, наличие ценовой политики, методики установления цен на услуги, оценка работы РА в области ценообразования;
г) распространение, наличие политики распределения и продвижения, каналы, формы и методы распределения, наличие и организация работы службы рекламных агентов, оценка рациональности имеющейся системы распространения;
д) продвижение, наличие политики и стратегий продвижения услуг РА, комплекс маркетинговых коммуникаций РА, его характеристика, оценка степени адекватности комплекса коммуникаций маркетинговым целям РА.

4. Планирование в работе РА:

- а) система планов и методика их разработки при организации работы РА;
б) планирование в процессе осуществления услуг рекламодателям.

5. Производство рекламного продукта:

- а) перечень видов рекламных продуктов в разрезе услуг, предоставляемых РА;
б) маркетинг и маркетинговые исследования при создании рекламного продукта;
в) производственная служба, материально-техническая база РА;
г) основные применяемые материалы и технологии, виды работ, привлекаемые подрядчики.

6. Работа РА с клиентами и СМИ:

- а) служба работы с рекламодателями, организация прохождения заказа;
б) юридическое оформление взаимоотношений с клиентами;
в) организация расчетов с рекламодателями за оказание услуг;
г) организация взаимоотношений РА со СМИ при распространении рекламных обращений.

7. Контроль и анализ в деятельности РА:

- а) виды и направления контроля;
б) показатели контроля;
в) процедура контроля;
г) анализ результатов деятельности РА, принятая система анализа.

8. Предложения по совершенствованию деятельности РА:

- а) трудности и проблемы в работе РА;
б) перспективы и возможности их использования;
в) предложения по совершенствованию деятельности агентства.

Отчет

По итогам производственной практики составляется отчет. Учет выполнения работы (самостоятельной в т.ч.) в ходе производственной практики ведется каждым практикантом в дневнике, который сдается на кафедру. Записи содержат краткое описание выполненной работы с анализом и выводами, а также цифровые данные, характеризующие ее объем. Записи проверяются и подписываются руководителем практики от организации.

По завершении практики обучаемый составляет отчет о практике, структура которого соответствует плану практики. Отчет содержит информационный и аналитический материал, собранный и проработанный обучающимся во время производственной практики (справочные, аналитические материалы и пр.), анализ результатов практики и выводы.

Руководитель практики от кафедры дает конкретные рекомендации для обеспечения самостоятельной работы студента (по сбору материалов, их обработке, анализу, форме представления), готовит устные вопросы для проведения аттестации по результатам производственной практики.

В отчете приводится информация общего характера (Ф.И.О. студента; вид и период прохождения производственной практики), указываются сведения о работе, выполнявшейся обучаемым во время производственной практики, отражаются результаты практики с учетом приобретенных знаний, навыков, умений и компетенций, отмечаются проблемы, возникшие в ходе организации и прохождения производственной практики.

Отчет о работе в рамках производственной практики имеет следующую структуру: титульный лист; основная часть; заключение по практике.

Титульный лист является первой страницей отчета о прохождении производственной практики и должен содержать следующие сведения: наименование учебного заведения; фамилию, имя, отчество лица, проходившего производственную практику; наименование отчета; место и сроки прохождения практики (образец прилагается).

Основная часть отчета о практике должна содержать дневник практики, данные, отражающие суть, методику, основные результаты, задачи, стоящие перед обучающимся; характеристику структурного подразделения организации, предоставившей базу практики; этапы прохождения практики; краткое описание выполненных работ и сроки их осуществления; описание выполненных (практических/творческих) исследований, с указанием их направления; затруднения, которые встретились при прохождении практики.

Заключение содержит обобщение и оценку результатов производственной практики, включая: оценку полноты поставленных задач; оценку уровня проведенных практических заданий; рекомендации по преодолению проблем, возникших в ходе прохождения производственной практики; оценку возможности использования результатов исследований в НИР.

Приложение к отчету может содержать: образцы документов, которые практикант самостоятельно составлял в ходе производственной практики или в оформлении которых принимал участие; инструментарий проведения учебно-методических исследований; иные материалы, представляющие интерес для образовательной деятельности вуза.

Отчет пишется в безличной форме. Информация, собранная за время практики, должна быть проанализирована. В отчете о прохождении практики должно быть минимум теории, максимум описания, анализа, расчетов, исследований, проведенных студентом на предприятии, в организации по выданным руководителем заданиям.

К отчету должны быть приложены следующие документы:

- Договор по практике (Бланк выдается руководителем практики или специалистом по практике и трудоустройству);
- Отзыв-характеристика на студента (оформляется на фирменном бланке компании, с указанием рекомендованной оценки по итогам практики от работодателя, с подписью и печатью руководителя организации);

Отчет о практике представляется руководителю и после проверки защищается на кафедре.

Требования к техническому оформлению

Текст проекта печатается на одной стороне белой бумаги формата А4, размер левого поля 30 мм, правого – не менее 15 мм, верхнего и нижнего полей – по 20 мм. Текст документа набирается через 1,5 межстрочный интервал шрифтом TimesNewRoman, кегль 12, абзацный отступ – 10 мм. Названия структурных частей работы набираются шрифтом TimesNewRoman, кегль 14, полужирный, все буквы прописные.

Общий объем проекта (с учетом титула, содержания, библиографического списка и приложений) должен быть не менее 20 страниц, но не более 40 страниц.

Все ошибки и опечатки необходимо исправить. Число исправлений должно быть минимальным: на страницу не более пяти исправлений от руки чернилами черного цвета.

Нумерация страниц документа начинается с титульного листа. На титульном листе работы номер страницы не указывается. Цифра, обозначающая порядковый номер страницы, располагается в середине нижнего поля страницы. Тип используемого шрифта – TimesNewRoman, кегль 12.

Оглавление. Должно содержать указание на все структурные части проекта: введение, главы, заключение, библиографический список, приложения.

Заголовки одинаковых ступеней рубрикации необходимо располагать друг под другом. Заголовки последующей ступени смещаются на 3–5 знаков вправо по отношению к заголовкам предыдущей ступени. В оформлении оглавления нельзя использовать курсив или полужирный шрифт.

Нумерация глав обычно производится с помощью арабских цифр, которые располагаются после слова *глава* через пробел. После цифры ставится точка. Далее с прописной буквы на этой же строчке следует название главы. Точка после названия не ставится.

Последнее слово каждого заголовка соединяют отточием с соответствующим ему номером страницы в правом столбце оглавления. В оглавлении обязательно производится указание на номер первой страницы структурного элемента работы.

Главы и другие структурные части проекта (введение, заключение, список литературы, приложения и указатели) начинаются с новой страницы. *Не допускается начинать с новой страницы новый параграф.*

Не допускается, чтобы название главы или параграфа являлось последней строкой на странице. В таком случае необходимо оставить пустые строки в конце страницы, а название перенести на следующую страницу.

Расстояние между названием главы и последующим текстом должно быть равно двум интервалам. Такое же расстояние выдерживается между названием главы и названием параграфа. Расстояние между названием параграфа и предшествующим / последующим текстом должно быть равно одному интервалу.

Точка в конце заголовка, расположенного посередине строки, не ставится. Нельзя подчеркивать заголовки и делать перенос слов в них с помощью дефиса.

Являются особенными правила действуют при оформлении **приложений**. Если в проекте одно приложение, то заголовок этой структурной части выглядит как *Приложение*. Если приложений несколько, то это должно быть отражено в заголовке: *Приложения*. В этом случае слово *приложение* пишется с прописной буквы, располагается справа, имеет порядковый номер, ставящийся через пробел без символа №. Точка после порядкового номера не ставится. Каждое приложение должно иметь название, которое располагается на новой строке:

Приложение 1
Методическое приложение

После названия точка не ставится.

Сноски и подстрочные примечания печатаются через один межстрочный интервал на странице, к которой они относятся. Нумерация сносок производится на каждой странице, начиная с цифры 1. Сноски и подстрочные примечания создаются автоматически.

При оформлении **таблиц и схем** необходимо помнить о следующих правилах. Слова *таблица* и *схема* располагаются над таблицей или схемой слева и пишутся с прописной буквы обычным шрифтом. Порядковый номер таблицы или схемы ставится после слова *таблица* или *схема* без символа №. Точка после порядкового номера не ставится. Таблица и схема должны иметь названия, которые располагаются после слов *таблица*, *схема* на новой строке, пишутся с прописной буквы, точка после названия не ставится. Ссылка в тексте проекта на таблицу или схему делается в круглых скобках со строчной буквы: (*табл.1*),


(схема 1). Если упоминаемые таблица или схема находятся на другой странице, добавляется сокращенное *см. (смотри): (см. табл. 1)*.

Рисунки и диаграммы оформляются иным образом. Слова *рисунок* и *диаграмма* располагаются под рисунком и диаграммой, пишутся с прописной буквы, слово *рисунок* при этом сокращается. Порядковый номер рисунка ставится после сокращенного слов без символа №. Порядковый номер диаграммы ставится после слова *диаграмма* без символа №. После порядкового номера рисунка или диаграммы ставится точка. Далее в этой же строке следует название рисунка или диаграммы с прописной буквы, точка после названия не ставится (например: *Рис. 1 Графическая характеристика творческих способностей*). Ссылка в тексте проекта на рисунок или диаграмму делается в круглых скобках с сокращением слова *рисунок* со строчной буквы: (*рис. 1*), (*диаграмма 1*). Если упоминаемые рисунок или диаграмма находятся на другой странице, добавляется сокращенное *см. (смотри): (см. рис. 1), (см. диаграмму 1)*.

Инициалы должны предшествовать фамилии автора (*А. С. Пушкин, Л. В. Щерба*). Исключением из данного правила являются тексты официально-делового стиля, различные списки (например, библиографический список литературы), базы данных, в которых принят обратный порядок (*Пушкин А. С., Щерба Л. В.*).

Затекстовые ссылки на источники из библиографического списка работы оформляются в квадратных скобках. Ссылки оформляются единообразно по всему тексту проекта. Ссылка может быть оформлена через указание фамилии автора (авторов) и года издания. В этом случае ссылка оформляется следующим образом: [*Карасик 2002, с. 231*], [*Карасик, Дмитриева, 2005, с. 6–8*]. Если у книги автор не указан (например, книга выполнена авторским коллективом, поэтому указан только ее редактор), то в ссылке указывается название книги: [*Ономастика Поволжья 2012, с. 32*]. Если название работы слишком длинное, то его можно сократить до двух первых слов, например: [*Интерпретационные характеристики... 1999, с. 56*]. Если в ссылке содержатся сведения о нескольких затекстовых ссылках, то группы сведений разделяются точкой с запятой: [*Шаховский, 2008*]; [*Шейгал, 2007*]. Если текст цитируется не по первоисточнику, а по другому документу, то в начале ссылки приводят слова *Цит. по:*, например: [*Цит. по: 132, с. 14*] или [*Цит. по: Олянич 2004, с. 39-40*].

Требования к оформлению отдельных графических элементов работы

Кавычки. На протяжении всего текста должен использоваться один вид кавычек: кавычки елочки («») или кавычки лапки („“). Обратите внимание, что для текстов, набранных на кириллице с кавычками лапками, открывающая кавычка ставится внизу, а закрывающая – сверху, при этом хвосты кавычек должны быть направлены наружу. К сожалению, клавиатура компьютера не рассчитана на эту особенность русской графики, поэтому открывающую кавычку можно ввести либо из подменю *символ* меню *вставка*, либо с помощью сочетания «горячих клавиш» Alt + 0132. Закрывающая кавычка ставится с помощью клавиши  после переключения клавиатуры на латиницу. Расстановка кавычек сверху для кириллического текста является ошибкой, она допустима только в текстах, набранных на латинице. В сканированных текстах и текстах, размещенных в Интернете, вместо знака кавычек («» “” „“) часто используется знак дюйма ("). Использование данного знака для выделения чужого текста недопустимо.

Между кавычками и выделяемым ими текстом не должно быть пробелов. Слова, стоящие перед кавычками и после кавычек, должны быть отделены от них пробелами.

Если в кавычки помещается текст, содержащий фрагмент, уже заключенный в них, создатель работы должен выбрать разные виды кавычек для внутренних и внешних кавычек. Если в качестве основного знака в тексте работы используются кавычки елочки («»), то в качестве внутреннего знака следует выбрать кавычки лапки („“), например: «*мне больше нравится называть хулиганское фэнтези „юмористическим фэнтези“ или «абсурдным городским фэнтези»*». Если одна из внутренних кавычек оказывается рядом с внешней,

необходимо отказаться от одной внутренней кавычки, изменяя при этом рисунок второй, например: «ОАО Редакция газеты «Известия».

Тире. Одной из распространенных ошибок печатных текстов является неправильно использование знаков тире и дефиса. При наборе текста с клавиатуры текстовые редакторы без дополнительных усилия позволяют вставлять лишь знак дефиса (-), который в некоторых случаях (при наличии пробелов между словами) автоматически трансформируется в так называемое *среднее* или *короткое тире* (—), используемое при передаче числовых диапазонов. В случае необходимости знак короткого тире может быть получен одновременным нажатием сочетания «горячих клавиш» Ctrl + цифровой минус (цифровой минус – клавиша, расположенная на дополнительной цифровой клавиатуре). Знак тире (—) может быть получен лишь при обращении к подменю *символ* меню *вставка* или с помощью одновременного нажатия сочетания «горячих клавиш» Ctrl + Alt + цифровой минус. Следует помнить, что дефис никогда не отделяется от слов пробелами, в то время как перед и после тире всегда должен стоять пробел.

Переносы слов и символов. Современные текстовые редакторы автоматически переносят символы и знаки на новую строку, что приводит к нарушению принятых правил набора текстов. Например, не принято разрывать переносом инициалы и фамилию (сами инициалы не должны вплотную примыкать друг к другу и к фамилии, их необходимо разделять пробелами). Чтобы предотвратить этот разрыв необходимо использовать знак неразрывного пробела, который получается одновременным нажатием «горячих клавиш» Ctrl + Shift + пробел. Неразрывный пробел следует использовать в сокращениях (и т. д., т. е.), между цифрой и следующим за ней словом (54 м, 10 мин.), между одно- и двухбуквенными предлогами, союзами и частицами и следующими за ними знаменательными словами. Недопустимо оставлять в конце строки предлог, особенно если им начинается предложение.

Текстовые редакторы на новую строку переносят не только буквы, но и такой знак препинания, как тире. Единственное допустимое исключение переноса тире на новую строку – это наличие прямой речи в цитате, находящейся внутри предложения. Во всех остальных случаях знак тире не может открывать новую строку: для его фиксации с предшествующим словом следует использовать знак неразрывного пробела.

Пробелы. В набранном тексте должны встречаться только одинарные пробелы (а б). Двойные (а б) и тройные (а б) пробелы недопустимы. Заметим, что пробел должен использоваться только для отделения слов друг от друга. Недопустимо их использование для форматирования текста (для создания абзацных отступов, переноса слов на новую строку, разрядки букв и т. п.).

Министерство просвещения Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Ярославский государственный педагогический
университет им. К.Д. Ушинского»

Факультет: русской филологии и культуры

Кафедра: журналистики и медиакоммуникации

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль: Реклама и связи с общественностью

ДНЕВНИК И ОТЧЕТ О ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ

(Ф.И.О. студента)

II курса, факультет русской филологии и культуры, ... форма обучения, группы _____

вид практики: производственная

тип практики: профессионально-творческая практика, рекламный менеджмент (концентрированная)

способ проведения практики: стационарная

срок проведения практики: с «» _____ 20__ г. по «» _____ 20__ г.

объем практики: 6 зачетных единиц

место прохождения практики: указать наименование кафедры ФГБОУ ВО «Ярославский государственный педагогический университет им. К.Д. Ушинского», кафедра _____

Итоговая оценка за практику: _____

цифрой

подписью

Руководители практики от ФГБОУ ВО ЯГПУ им. К.Д. Ушинского:

Должность _____ подпись (ФИО)

МП

Ярославль, 20_____

1. ДНЕВНИК ПРАКТИКИ

1.1. КРАТКАЯ ИНСТРУКЦИЯ СТУДЕНТУ-ПРАКТИКАНТУ

1. Перед выездом на практику необходимо:
 - 1.1. Получить на кафедре индивидуальные задания, выполняемые в период практики, выяснить сроки практики.
 - 1.2. Получить на кафедре консультацию и инструктаж по всем вопросам организации практики, в том числе по технике безопасности.
 - 1.3. Составить план прохождения практики с руководителем практики от университета, в котором отражаются следующие мероприятия, например:
 - знакомство с правилами внутреннего распорядка;
 - проведение инструктажа на рабочем месте по соблюдению техники безопасности;
 - прохождение практики в соответствии с программой практики и индивидуальным заданием;
 - подготовка дневника и отчета о прохождении практики.
 - 1.4. Встретиться с руководителем практики от университета и согласовать с ним задания, выполняемые в период практики, и совместный график работы, подписать у него необходимые страницы дневника практики и проставить печати.
2. Обязанности студента в период практики:
 - 2.1. Ежедневно вести дневник в строгом соответствии с программой практики и индивидуальным заданием (отражаются все виды работ и проводимые исследования);
 - 2.2. Представить руководителю практики от университета дневник и другие отчетные документы по практике.

1.2. ОБЯЗАННОСТИ СТОРОН

ОБЯЗАННОСТИ СТУДЕНТА НА ПРАКТИКЕ		ОБЯЗАННОСТИ РУКОВОДИТЕЛЕЙ ПРАКТИКИ
1.	Полностью пройти практику в соответствии с указанными в приказе по университету сроками	<i>Руководитель практики от университета</i> 1. Составляет рабочий график (план) проведения практики; 2. Разрабатывает индивидуальные задания для обучающихся, выполняемые в период практики; 3. Участвует в распределении обучающихся по рабочим местам и видам работ в организации; 4. Осуществляет контроль соблюдения сроков проведения практики и соответствием ее содержания требованиям, установленным ООП ВО; 5. Оказывает методическую помощь обучающимся при выполнении ими индивидуальных заданий, а также при сборе материалов к выпускной квалификационной работе в ходе преддипломной практики; 6. Оценивает результаты прохождения практики обучающимися.
2.	Выполнить в полном объеме задания, предусмотренные программой практики	
3.	Подчиняться действующим на предприятии, в учреждении, организации правилам внутреннего трудового порядка	
4.	Изучить и строго соблюдать правила охраны труда, техники безопасности и производственной санитарии	
5.	Участвовать в научно-исследовательской работе по заданию кафедры	
6.	Участвовать в общественной жизни коллектива предприятия, организации, учреждения	
7.	Нести ответственность за выполняемую работу и ее результаты наравне со штатными работниками	
8.	Вести дневник, в который записываются сведения указанные в программе практики	
9.	Собрать в течение практики материалы, необходимые для написания выпускной квалификационной работы и/или отчета о практике, в соответствии с программой практики, индивидуальным заданием на практику и указаниями руководителей практики от университета	
10.	Заверить подписями и печатями дневник практики	
11.	По окончании практики сдать на проверку руководителю практики от университета отчет, дневник, представить собранные материалы для написания выпускной квалификационной работы и своевременно пройти форму аттестации, предусмотренную учебным планом университета.	

**1.2. ИНСТРУКТАЖ ПО ОХРАНЕ ТРУДА, ТЕХНИКЕ БЕЗОПАСНОСТИ,
ПОЖАРНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ, ПРАВИЛАМ ВНУТРЕННЕГО
ТРУДОВОГО РАСПОРЯДКА**

Характер инструктажа	Дата	Проводивший инструктаж (ФИО, подпись)	Подпись студента
<i>Инструктаж на рабочем месте</i>			

Руководитель практики от ФГБОУ ВО ЯГПУ им. К.Д. Ушинского:

Должность _____ подпись (ФИО)

1.3. ПЛАН ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ С УКАЗАНИЕМ ИНДИВИДУАЛЬНОГО ЗАДАНИЯ

Цели и задачи практики

Целью производственной практики, профессионально-творческой (рекламный менеджмент) является формирование и приобретение студентами практических навыков и компетенций, а также опыта самостоятельной профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.

Задачами практики являются:

- 1) Изучение коммуникационной (рекламной) и маркетинговой деятельности фирмы.
- 2) Формирование способности студента оценивать маркетинговую стратегию организации с точки зрения адекватности рыночной среде и разрабатывать рекомендации по совершенствованию ее коммуникационной (рекламной) деятельности.
- 3) Закрепление и применение в практической деятельности знаний, приобретенных во время освоения теоретического курса.
- 4) Организация систематической самостоятельной работы учебной, научной, специальной, нормативно-методической литературой, способствующей формированию творческого подхода к решению проблем профессиональной деятельности.
- 5) Развитие способности осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде.

№ п/ п	Содержание деятельности на практике по этапам	Сроки выполнения	Индивидуальные задания с указанием темы и/или вида работы	Форма представления результата в отчете по практике	Отметка руководителя практики о выполнении и задания
Вводный этап (16 часов)					
1. 1	Установочная конференция по практике на кафедре журналистики и медиакоммуникации	сентябрь			
1. 2	Прохождение инструктажа по технике безопасности	сентябрь		Журнал инструктажа	
1. 3	Составление плана практики	сентябрь	Разработка плана практики	План практики	
1. 4	Согласование темы, цели и гипотез исследования	сентябрь		Проект	
1. 5	Изучение отчетной документации по	сентябрь		Дневник практики,	

	практике			отчет по итогам практики	
Основной этап (144 часа)					
2. 1	Сбор информации	октябрь	Подобрать данные, прямо или косвенно относящиеся к индивидуальной теме проекта (данные могут быть из интернет-источников, или собранные с помощью анкетирования, опросов и др. экспериментального исследования)	Проект	
2. 2	Выбор и реализация методов, технологий, используемых на практике	октябрь	Осуществить выбор и составить план реализации методов, технологий, используемых, на практике	Проект	
2. 2	Организационно-экономическая характеристика организации и характеристика маркетинговой среды	октябрь	Дать организационно-экономическую характеристику организации и оценить возможности и преимущества маркетинговой среды предприятия	Проект	
2. 3	Организация и планирование рекламной деятельности	октябрь	Спланировать и подготовить к реализации рекламную кампанию предприятия	Проект	
2. 4	Анализ и систематизация результатов, выявление проблем в рекламной (коммуникационной) деятельности организации и пути ее совершенствования	октябрь	На основе анализа и систематизации результатов, выявления проблем рекламной деятельности организации дать рекомендации по ее совершенствованию	Проект	
2. 5	Интерпретация полученных результатов	ноябрь	Выполнить интерпретацию полученных результатов, сделать выводы по цели исследования	Проект	
Заключительный этап (56 часов)					
3. 1	Оформление дневника и отчета	ноябрь	Оформление дневника и отчета по	Дневник практики,	

	практики (с приложениями: проект)		итогам практики	отчет по итогам практики	
3. 2	Итоговая конференция по практике	ноябрь	Сдача дневника и отчета по итогам практики	Дневник практики, отчет по итогам практики (с приложениями: проект)	

Руководитель практики от ФГБОУ ВО ЯГПУ им. К.Д. Ушинского:

Должность _____ подпись (ФИО)

М. п.

1.5. ОТЗЫВ РУКОВОДИТЕЛЯ ПРАКТИКИ ОТ УНИВЕРСИТЕТА О ВЫПОЛНЕНИИ СТУДЕНТОМ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

Сведения о студенте (ФИО, курс обучения, группа)	
Наименование ОП	Реклама и связи с общественностью
Вид практики, тип практики	Производственная практика, профессионально-творческая практика, рекламный менеджмент (концентрированная)

Итоговая оценка уровня сформированности компетенции	
в %	характеристика уровня
90–100%	компетенции сформированы полностью
75–89%	частично сформированы основные элементы компетенций
60–74%	частично сформированы отдельные элементы компетенций
0–59%	компетенции не сформированы

Оценочные средства, индикаторы и критерии оценивания	Оценки	
	максимальный балл	Оценка руководителя практики от вуза
Оценочное средство: Проект		
Использует системный подход в решении профессиональных задач.	0,5	
Подбирает и систематизирует информацию, необходимую для решения поставленной задачи.	0,6	
Моделирует процесс решения профессиональной задачи.	1	
Проводит критическую оценку вариантов действий в процессе решения профессиональной задачи	0,5	
Устанавливает причинно-следственные связи между своими действиями и полученными результатами.	0,5	

Определяет ресурсную базу, обеспечивающую достижение запланированного результата Обосновывает выбранные пути достижения цели.	1 0,5	
Взаимодействует с другими членами команды в процессе решения поставленной задачи. Координирует свои действия в процессе решения совместных задач. Принимает решения в рамках своей роли в команде. Осуществляет социальное взаимодействие и решает командные задачи	0,1 0,1 0,1 0,1	
Максимальная оценка	5 баллов	

Заключение руководителя практики от университета о сформированности компетенций

	Оценка руководителя практики от вуза
максимум	5
баллы	
проценты	
уровень сформированности	

ЗАКЛЮЧЕНИЕ руководителя практики от университета о деятельности студента в период практики

N п/п	Показатели	характеристика уровня				Балл
		высокий	средний	низкий	минимальный	
1.	качество оформления отчетной документации					
2.	своевременность сдачи отчетной документации					
3.	степень самостоятельности при выполнении заданий практики					
ИТОГО БАЛЛОВ:						

Руководитель практики от университета _____ (_____)
 М.П. подпись расшифровка

Итоговая оценка

Итоговая оценка

	Оценка руководителя практики от вуза	максимум	доля, %
баллы за компетенции		5	80
Оценка качественных характеристик		3	20
Итоговый балл			
Процент:			
Итоговая оценка:			

Руководитель практики от университета _____ (_____)
М.П. подпись расшифровка

**1.6. ЗАМЕЧАНИЯ И РЕКОМЕНДАЦИИ РУКОВОДИТЕЛЕЙ ПРАКТИКИ
СТУДЕНТУ В ПРОЦЕССЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ**

№ п/п	Содержание замечаний и рекомендаций	Ф.И.О. и должность руководителя практики

ОТЧЕТ О ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ

2.1. ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ ОТЧЕТА О ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ

По результатам практики студент составляет индивидуальный письменный отчет по практике. Отчет должен содержать конкретные сведения о работе, выполненной в период практики и отражать результаты выполнения заданий, предусмотренных программой практики и включать текстовый, графический и другой иллюстративный материал.

Рекомендуется следующий порядок размещения материала в отчете:

1. Отчет должен быть оформлен на персональном компьютере на одной стороне листа. Размер бумаги – А 4 (210 x 297 мм). Поля: верхнее и нижнее - до 20 мм, левое – 30 мм, правое – не менее 15 мм. Интервал написания текста – 1,5; выравнивание – по ширине. Отступ в первых строках – 10 мм.

2. Шрифт предпочтительно *TimesNewRoman*. Размер шрифта: для текста – 12, для названия разделов – 14 полужирный, буквы заглавные; для названия подразделов – 14 полужирный, буквы прописные.

3. Разделы должны иметь порядковую нумерацию в пределах всего отчета и обозначаться арабскими цифрами с точкой в конце. Подразделы нумеруются арабскими цифрами в пределах каждого раздела. Номер подраздела состоит из номера раздела и подраздела, разделенных точкой.

4. Все страницы отчета нумеруют арабскими цифрами внизу страницы по центру.

5. Сокращения слов, кроме общепринятых, не допускаются.

6. Иллюстрации (таблицы, схемы, заполненные формы (бланки) документов, графики и другой иллюстрированный материал) должны иметь название и соответствующий номер.

7. Список литературы должен содержать перечень источников, использованных при выполнении отчета. Сведения об источниках, включенных в список использованной литературы, необходимо давать в соответствии с требованиями ГОСТ Р 7.0.5-2008.

8. Приложения должны иметь сквозную нумерацию арабскими цифрами. Каждое приложение следует начинать с нового листа с указанием в правом верхнем углу слова «Приложение» и его порядкового номера (без знака №). Каждое приложение должно иметь тематический заголовок, отражающий содержание данного приложения.

9. В конце отчета указывается дата составления отчета по практике и ставится подпись студента.

2.2. СОДЕРЖАНИЕ ОТЧЕТА О ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ

№ п/п	Результаты выполнения индивидуальных заданий	Стр.	Оценка руководителя практики от университета
1	План практики (оглавление)		
2	Тема проекта		
	Цель проекта		
	Гипотезы проекта		
3	Отчетная документация по практике		
4	Выбор и реализация методов, технологий, используемых на практике		
5	Организационно-экономическая характеристика организации и характеристика маркетинговой среды		
6	Организация и планирование рекламной деятельности		
7	Анализ и систематизация результатов, выявление проблем в рекламной (коммуникационной) деятельности организации и пути ее совершенствования		
8	Интерпретация полученных результатов		
9	Дневник и отчет практики (с приложениями: проект)		
Итоговая оценка за отчет по практике			

2.3. РЕЗУЛЬТАТЫ ВЫПОЛНЕНИЯ ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ЗАДАНИЙ

Результаты выполнения индивидуальных заданий (проект) представлены в приложении № 1 к отчету

2.4. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

(при необходимости, иначе – «не предусмотрен»)

2.5. ПРИЛОЖЕНИЯ К ОТЧЕТУ О ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ

Текст проекта «НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА»