

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

У Т В Е Р Ж Д А Ю
Проректор по учебной работе
_____ В.П. Завойстый
« ____ » _____ 2018 г.

Программа учебной практики
(вид практики)

Наименование практики:

Б2.У1. Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности (Информационно-коммуникационная практика)

(шифр и наименование по учебному плану (тип практики))

Способ проведения практики: стационарная

Форма проведения практики: дискретно по периодам

Рекомендуется для направления подготовки:

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

(профиль «Реклама и связи с общественностью»)

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Разработчик:

доцент кафедры теории коммуникации и рекламы
доктор филологических наук

Л.В. Ухова

**Утверждено на заседании кафедры
теории коммуникации и рекламы**

« ____ » января 2018 г.

Протокол № ____

Зав. кафедрой

И.В. Шустина

1. Цели учебной практики:

Целью учебной практики является формирование мотивационно-ценностного отношения к будущей профессиональной деятельности, информационно-коммуникативной компетентности будущих специалистов в области рекламы и связей с общественностью

2. Задачи учебной практики:

Задачами учебной практики являются:

- формирование эффективных внутренних коммуникаций, создание благоприятного психологического климата в коллективе, мотивация к активной деятельности и развитию; осуществление работы по повышению квалификации и общего культурного и профессионального уровня студентов;
- участие в проектировании программ и отдельных мероприятий кафедры;
- участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации.

3. Место учебной практики в структуре образовательной программы (ОП):

Производственная практика включена в вариативную часть ОП.

Для успешного прохождения практики студент должен обладать следующими компетенциями: способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5).

Студент должен:

знать:

- основы гуманитарных дисциплин; многообразие культур в их взаимодействии;
- виды, средства, формы и методы коммуникаций в рыночной среде, основные функции и приемы менеджмента, основы социологии и социологических исследований, основы социологии и психологии массовых коммуникаций.
- значение в жизни человека и общества культурных традиций, ценностей и норм;

уметь:

- системно анализировать информацию;
- логически мыслить;
- работать с разноплановыми источниками информации
- осуществлять эффективный поиск информации и критически оценивать ее релевантность;
- получать, обрабатывать и интерпретировать информацию;
- преобразовывать информацию в знания;
- обосновывать, аргументированно доказывать свою позицию по различным проблемам, связанным с профессиональной деятельностью
- формулировать цели и задачи, выбирать пути их достижения;
- генерировать новые идеи на основе имеющейся информации;
- выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов и реализации коммуникационных кампаний и коммуникационных программ.
- использовать полученные общие знания в профессиональной деятельности и межличностном общении;

владеть способами:

- современного научного познания на стыке гуманитарных, экономических и управленческих дисциплин;
- приемами аргументированного убеждения;
- анализа и систематизации информации;
- ориентирования в профессиональных источниках информации (журналы, сайты, информационные порталы и т.д.);

Производственная практика проводится без отрыва от аудиторных занятий.

Прохождение учебной практики является необходимой основой для последующего изучения дисциплин «Реклама как поликодовый текст», «Правка и редактирование рекламных текстов», «Правка и редактирование PR-текстов», «Основы брендинга», «Бренд-менеджмент», прохождения производственной практики Б2.П.4 Копирайтинг.

4. Место и время проведения учебной практики

Практика проводится на базе кафедры теории коммуникации и рекламы ЯГПУ им. К.Д. Ушинского.

При выборе баз практики необходимо руководствоваться следующими критериями:

1. Наличие определенной функционально-организационной модели организации-базы практики.
2. Функциональная направленность на информационно-коммуникационную деятельность организации или структурного подразделения предприятия, в котором студент проходит учебную практику.
3. Укомплектованность организации – базы практики кадрами, обладающими высоким профессиональным уровнем и практическим опытом в сфере рекламной и PR-коммуникаций.
4. Благоприятный психологический климат в коллективе (по итогам аттестации образовательного учреждения).
5. Высокий уровень материально-технической базы, соответствующей современным требованиям, обеспеченность нормативно-правовой документацией и профессионально-справочной литературой, техническими средствами, оборудованием, достаточным для овладения студентами современным рекламным и PR-инструментарием.

Практика проводится в течение 2 недель на 1 курсе во 2 семестре. Группы формируются в составе до 15 человек на одного руководителя, являющегося работником профильной организации, в которую студент направляется для прохождения учебной практики.

5. Объем производственной практики в зачетных единицах и ее продолжительность в неделях и академических часах

3 зачетные единицы

2 недели

108 академических часов

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОК-5; ОПК-6; ПК - 1; ПК - 2; ПК - 3; ПК - 4; ПК - 5; ПК - 6; ПК - 7; ПК - 8; ПК - 9; ПК - 10; ПК - 11; ПК - 12; ПК - 13; ПК - 14; ПК - 15; ПК – 16.

КОМПЕТЕНЦИИ		Перечень компонентов	Средства формирования	Средства оценивания	Уровни освоения компетенций
Шифр компет енции	Формулировка				
Общекультурные компетенции не предусмотрены					
Общепрофессиональные компетенции не предусмотрены					
Профессиональные компетенции: ОК-5; ОПК-6; ПК - 1; ПК - 2; ПК - 3; ПК - 4; ПК - 5; ПК - 6; ПК - 7; ПК - 8; ПК - 9; ПК - 10; ПК - 11; ПК - 12; ПК - 13; ПК - 14; ПК - 15; ПК – 16.					
ОК-5	способность к коммуникации в устной и	Знает - основные языковые явления и процессы в	- Работа с информационны ми источниками	Отчет Устный ответ (выступление	Базовый уровень: Знать:

	письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	русском и иностранном языке; - особенности устной и письменной речи русского и иностранного языка в сфере личностной коммуникации; - особенности стиля русских и иностранных текстов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы; - основы культуры речи и теории аргументации, приемы речевого воздействия и убеждения, правила и законы эффективного общения. Уметь: - анализировать и интерпретировать различные типы текстов, включая художественные; - построить диалог на русском и иностранном языке в соответствии с заданными коммуникативными задачами; - создать на основе стандартных методик и действующих нормативов различные типы текстов (обзор, аннотация, реферат, докладная записка, отчет, официально-деловой, публицистический, рекламный текст) - грамотно в орфографическом, пунктуационном и речевом отношении оформлять тексты на русском и иностранном языке,	- Составление баз данных - Анализ и интерпретация результатов - Планирование производственной практики - Подготовка письменного отчета - Подготовка к выступлению на отчетной конференции - Участие в дискуссии	на отчетной конференции	- знает базовую терминологию предметной области, - знает основные языковые явления и процессы в русском и иностранном языке; - знает основные особенности устной и письменной речи русского и иностранного языка в сфере личностной коммуникации; - знает основные особенности стиля русских и иностранных текстов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы; - знает основы культуры речи и теории аргументации, основные приемы речевого воздействия и убеждения, основные правила и законы эффективного общения; - усвоил основную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины Уметь: - умеет анализировать и интерпретировать основные типы текстов, включая художественные; - умеет вести диалог на русском и иностранном языке в соответствии с типовыми коммуникативными задачами; - умеет создавать на основе стандартных методик и действующих нормативов основные типы текстов (обзор, аннотация, реферат, докладная записка, отчет, официально-деловой, публицистический, рекламный текст), - умеет грамотно в орфографическом,

		используя словари, справочники; грамотно строить устное и письменное высказывание определенной жанровой специфики, уместно используя выразительные возможности языка Владеть: - навыками формулирования аргументированных умозаключений и выводов; - лексическими и грамматическими навыками в объёме, достаточном для повседневного общения на иностранном языке; - навыками редактирования и копирайтинга.			пунктуационном и речевом отношении оформлять тексты на русском и иностранном языке, используя основные словари, справочники; грамотно строить устные и письменные высказывания основных жанров Владеть: - способен формулировать аргументированные умозаключения и выводы, используя основные типы аргументов; - способен вести диалог на иностранном языке, используя лексику и грамматические конструкции в объёме, достаточном для повседневного общения, - может выявить основные нарушения в тексте, - может создать рекламный и PR-текст в соответствии с типовыми коммуникативными задачами Повышенный уровень: Знать: - знает базовую терминологию предметной области - знает основные и активные языковые явления и процессы в русском и иностранном языке; - знает основные особенности устной и письменной речи русского и иностранного языка в сфере личной коммуникации в различных ситуациях; - знает основные особенности стиля русских и иностранных текстов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы;

					- знает основы культуры речи и теории аргументации, основные приемы речевого воздействия и убеждения, основные правила и законы эффективного общения, в том числе характерные для различных типов текстов; - усвоил основную и дополнительную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины Уметь: - умеет анализировать и интерпретировать основные типы текстов, а также оригинальные тексты, включая художественные; - умеет вести диалог на русском и иностранном языке в соответствии с типовыми и ситуативно обусловленными коммуникативными задачами; - умеет создавать на основе стандартных методик и действующих нормативов стандартные и нестандартные типы текстов (обзор, аннотация, реферат, докладная записка, отчет, официально-деловой, публицистический, рекламный текст); - умеет грамотно в орфографическом, пунктуационном и речевом отношении оформлять тексты на русском и иностранном языке, используя различные типы словарей, справочников; грамотно строить устные и письменные высказывания (стандартные и творческие), уместно используя выразительные возможности языка

					Владеть: - формулирует аргументированные умозаключения и выводы, используя разные типы аргументов в зависимости от коммуникативной ситуации; - способен вести диалог на иностранном языке, используя разнообразные лексические и грамматические средства в объеме, достаточном для повседневного общения, - способен выявить различные нарушения в тексте и отредактировать текст в соответствии с коммуникативными задачами; - способен создать рекламный и PR-текст в соответствии с типовыми и нестандартными коммуникативными задачами
ОПК-6	Способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	Знать: - социальную роль и функции информационных технологий в жизни современного общества, способы логической обработки информации; - сущность и значение информации в развитии современного информационного общества; опасности и угрозы, возникающие в этом процессе; - основные требования информационной безопасности; - основные методы, способы и средства получения, хранения, переработки информации;	- Работа с информационными источниками - Составление баз данных - Анализ и интерпретация результатов - Планирование производственной практики - Подготовка письменного отчета - Подготовка к выступлению на отчетной конференции - Участие в дискуссии	Отчет Устный ответ (выступление на отчетной конференции)	Базовый уровень Знать: - знает базовую терминологию предметной области; - знает социальную роль и функции информационных технологий в жизни современного общества, основные способы логической обработки информации; - знает сущность и значение информации в развитии современного информационного общества; основные опасности и угрозы, возникающие в этом процессе; - знает основные требования информационной безопасности; - знает основные методы, способы и средства получения, хранения, переработки информации;

		- теоретические основы сетевых технологий; систему адресации в Интернете; - логические основы поиска информации в Интернете; - прикладное программное обеспечение для работы с Интернетом; Уметь: - определять проблемы, цели и задачи исследования, предмет и объект исследования - осуществлять выбор методов, адекватных целям и задачам исследования; - осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации - осуществлять комплексный подход к решению задач, самостоятельно формулировать проблему и предлагать обоснованный алгоритм ее решения, - профессионально грамотно использовать компьютерные технологии в практической деятельности; - определять опасности и угрозы, возникающие при работе с информацией с использованием средств вычислительной техники; - соблюдать основные требования информационной			- знает теоретические основы сетевых технологий; систему адресации в Интернете; - знает логические основы поиска информации в Интернете; - знает стандартное прикладное программное обеспечение для работы с Интернетом; - знает усвоил основную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины Уметь: - умеет определять стандартные проблемы, цели и задачи исследования, предмет и объект исследования - умеет осуществлять выбор основных методов, адекватных целям и задачам исследования; - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации - умеет осуществлять комплексный подход к решению стандартных задач, самостоятельно формулировать проблему и предлагать обоснованный алгоритм ее решения, - умеет профессионально грамотно использовать компьютерные технологии в практической деятельности; - умеет определять основные опасности и угрозы, возникающие при работе с информацией с использованием средств вычислительной техники; - умеет соблюдать основные требования информационной безопасности при использовании компьютерной техники;

		безопасности при использовании компьютерной техники; - использовать в своей работе основные методы, способы и средства получения, хранения, переработки информации; - работать с прикладными программами, обеспечивающими доступ в Интернет и безопасную работу с информацией в Интернете; Владеть: - основными методами решения учебных, профессиональных и общекультурных задач, основными методами логического анализа; - навыками по безопасной работе на компьютере; - базовыми навыками работы на ПК при режиме разграничения доступа; - базовыми навыками использования средств и методов безопасного хранения материалов в цифровом виде; - основными стратегиями поиска необходимой информации и правилами использования глобальных компьютерных сетей; - навыками работы в браузере, в поисковых системах, с основными сервисами Интернета (электронной почтой);			- умеет использовать в своей работе основные методы, способы и средства получения, хранения, переработки информации; - умеет работать с основными прикладными программами, обеспечивающими доступ в Интернет и безопасную работу с информацией в Интернете; - умеет определять стандартные проблемы, цели и задачи исследования, предмет и объект исследования - умеет осуществлять выбор основных методов, адекватных целям и задачам исследования; - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации - умеет осуществлять комплексный подход к решению стандартных задач, самостоятельно формулировать проблему и предлагать обоснованный алгоритм ее решения, - умеет профессионально грамотно использовать компьютерные технологии в практической деятельности; - умеет определять основные опасности и угрозы, возникающие при работе с информацией с использованием средств вычислительной техники; - умеет соблюдать основные требования информационной безопасности при использовании компьютерной техники; - умеет использовать в своей работе основные методы, способы и средства получения, хранения, переработки информации;

		- навыками работы с компьютером как средством управления информацией			- умеет работать с основными прикладными программами, обеспечивающими доступ в Интернет и безопасную работу с информацией в Интернете; Владеть: - способен пользоваться основными методами решения учебных, профессиональных и общекультурных задач, основными методами логического анализа; - владеет навыками по безопасной работе на компьютере; - владеет базовыми навыками работы на ПК при режиме разграничения доступа; - владеет базовыми навыками использования средств и методов безопасного хранения материалов в цифровом виде; - владеет основными стратегиями поиска необходимой информации и правилами использования глобальных компьютерных сетей; - владеет основными навыками работы в браузере, в поисковых системах, с основными сервисами Интернета (электронной почтой); - владеет основными навыками работы с компьютером как средством управления информацией; - способен пользоваться основными методами решения учебных, профессиональных и общекультурных задач, основными методами логического анализа; - владеет навыками по безопасной работе на компьютере;

					- владеет базовыми навыками работы на ПК при режиме разграничения доступа; - владеет базовыми навыками использования средств и методов безопасного хранения материалов в цифровом виде; - владеет основными стратегиями поиска необходимой информации и правилами использования глобальных компьютерных сетей; - владеет основными навыками работы в браузере, в поисковых системах, с основными сервисами Интернета (электронной почтой); - владеет основными навыками работы с компьютером как средством управления информацией; Повышенный уровень Знать: - знает базовую терминологию предметной области - знает социальную роль и функции информационных технологий в жизни современного общества, различные способы логической обработки информации; - знает сущность и значение информации в развитии современного информационного общества; опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, в том числе появившиеся в последнее время; - знает основные требования информационной безопасности; - знает основные методы, способы и средства получения, хранения,

					переработки информации и следит за появлением новых методов и средств; - знает теоретические основы сетевых технологий; систему адресации в Интернете; - знает логические основы поиска информации в Интернете; - знает прикладное программное обеспечение для работы с Интернетом; - знает усвоил основную и дополнительную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины Уметь: - умеет определять проблемы, цели и задачи исследования, предмет и объект исследования - умеет осуществлять выбор различных методов, адекватных целям и задачам исследования; - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации - умеет осуществлять комплексный подход к решению стандартных задач, самостоятельно формулировать проблему и предлагать обоснованный алгоритм ее решения, - умеет профессионально грамотно использовать компьютерные технологии в практической деятельности; - умеет определять различные опасности и угрозы, возникающие при работе с информацией с использованием средств вычислительной техники; - умеет соблюдать требования информационной безопасности при

					использовании компьютерной техники; - умеет использовать в своей работе различные методы, способы и средства получения, хранения, переработки информации; - умеет работать с различными прикладными программами, обеспечивающими доступ в Интернет и безопасную работу с информацией в Интернете; Владеть: - способен пользоваться различными методами решения учебных, профессиональных и общекультурных задач, различными методами логического анализа; - владеет навыками по безопасной работе на компьютере; - владеет навыками работы на ПК при режиме разграничения доступа; - владеет навыками использования средств и методов безопасного хранения материалов в цифровом виде; - владеет различными стратегиями поиска необходимой информации и правилами использования глобальных компьютерных сетей; - владеет различными навыками работы в браузере, в поисковых системах, с основными сервисами Интернета (электронной почтой); - владеет навыками работы с компьютером как средством управления информацией; - способен пользоваться различными методами решения учебных, профессиональных и общекультурных задач,

					различными методами логического анализа; - владеет навыками по безопасной работе на компьютере; - владеет навыками работы на ПК при режиме разграничения доступа; - владеет навыками использования средств и методов безопасного хранения материалов в цифровом виде; - владеет различными стратегиями поиска необходимой информации и правилами использования глобальных компьютерных сетей; - владеет различными навыками работы в браузере, в поисковых системах, с основными сервисами Интернета (электронной почтой); - владеет навыками работы с компьютером как средством управления информацией
ПК - 1	способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению	Знает: - методы разработки и реализации организационно-управленческих решений (рекламных служб и служб по связям с общественностью); - методы управления деятельностью организации (рекламных служб и служб по связям с общественностью); - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации (рекламных служб и служб по связям с общественностью), в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления	- Работа с информационными источниками - Составление баз данных - Анализ и интерпретация результатов - Планирование производственной практики - Подготовка письменного отчета - Подготовка к выступлению на отчетной конференции - Участие в дискуссии	Отчет Устный ответ (выступление на отчетной конференции)	Базовый уровень: Знает: -основные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений в области рекламы и связей с общественностью; -базовые методы управления деятельностью организации в сфере рекламы и связей с общественностью; - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами в сфере рекламы и связей с общественностью - усвоил основную литературу,

	товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью	конфликтами – Умеет: разрабатывать и оценивать варианты организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность; - осуществлять управление персоналом организации (рекламных служб и служб по связям с общественностью); - организовывать деятельность малой группы (рекламных служб и служб по связям с общественностью) Владеет: - методами организации кооперации с коллегами (рекламных служб и служб по связям с общественностью); -способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным; - современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение сотрудников			рекомендованную, рабочей программой дисциплины Умеет: - разрабатывать и оценивать стандартные варианты организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность; - осуществлять стандартное управление персоналом организации в сфере рекламы и связей с общественностью - по стандартным моделям организовывать деятельность малой группы в сфере рекламы и связей с общественностью; Владеет: основными методами организации кооперации с коллегами в сфере рекламы и связей с общественностью; -способен работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным; - владеет основными современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение сотрудников в сфере рекламы и связей с общественностью Повышенный уровень: Знает основные и уникальные методы управления деятельностью организации в сфере

					рекламы и связей с общественностью. Понимает необходимость использования основных и оригинальных методов управления деятельностью организации в зависимости от жизненного цикла организации. Регулярно демонстрирует умение применять их на практике. Знает: -основные типовые и уникальные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений в области рекламы и связей с общественностью; -базовые и ситуативные методы управления деятельностью организации в сфере рекламы и связей с общественностью; - основные и авторские теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами в сфере рекламы и связей с общественностью - усвоил основную и дополнительную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины Умеет: - разрабатывать и оценивать стандартные и нестандартные варианты организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность;

					- осуществлять стандартное и нестандартное управление персоналом организации в сфере рекламы и связей с общественностью - по стандартным и оригинальным моделям организовывать деятельность малой группы в сфере рекламы и связей с общественностью - владеет основными типовыми и уникальными методами организации кооперации с коллегами в сфере рекламы и связей с общественностью; - способен работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным; - владеет основными и оригинальными современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение сотрудников в сфере рекламы и связей с общественностью
ПК - 2	владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации	Знает (понимает) - методы разработки и реализации организационно-управленческих решений (в своей деятельности и деятельности фирмы); - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации,	- Работа с информационными источниками - Составление баз данных - Анализ и интерпретация результатов - Планирование производственной практики - Подготовка письменного отчета - Подготовка к выступлению на	Отчет Устный ответ (выступление на отчетной конференции)	Базовый уровень: Знает: - основные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений; - базовые методы управления деятельностью организации; - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства

		лидерства и управления конфликтами (в своей деятельности и деятельности фирмы) Умеет - разрабатывать и оценивать варианты организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность (в своей деятельности и деятельности фирмы); - осуществлять управление персоналом организации - формулировать цели и задачи, выбирать пути их достижения; -распределять время для решения личных и профессиональных задач (в своей деятельности и деятельности фирмы); Владеет (опыт) методами организации кооперации с коллегами -способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным - современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение сотрудников;	отчетной конференции - Участие в дискуссии		и управления конфликтами, - усвоил основную литературу, рекомендованную рабочей программой дисциплины Умеет: - разрабатывать и оценивать стандартные варианты организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность - стандартными методами осуществлять управление персоналом организации - организовывать деятельность малой группы в типовых ситуациях; - формулировать цели и задачи, выбирать типовые пути их достижения; -распределять время для решения личных и основных профессиональных задач; Владеет: - основными методами организации кооперации с коллегами, -способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным - основными современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение сотрудников; - основными технологиями тайм-менеджмента и самоорганизации

		- технологиями тайм-менеджмента и самоорганизации;			Повышенный уровень: Знает: - основные и уникальные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений; -основные и ситуативные методы управления деятельностью организации; - основные и авторские теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами, - усвоил основную и дополнительную литературу, рекомендованную рабочей программой дисциплины Умеет: - разрабатывать и оценивать ситуативные варианты организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность - осуществлять управление персоналом организации в зависимости от ситуации, - организовывать деятельность малой группы; - формулировать цели и задачи, выбирать ситуативно обусловленные пути их достижения; -эффективно распределять время для решения личных и профессиональных задач; Владеет: -основными и оригинальными методами организации кооперации с коллегами

					-способностью эффективно работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным - современными основными и уникальными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение сотрудников; - оригинальными технологиями тайм-менеджмента и самоорганизации
ПК - 3	владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами	Знает -методы разработки и реализации организационно-управленческих решений - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами Умеет: - разрабатывать и оценивать варианты организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность; - организовывать деятельность малой группы Владеет: - методами организации	- Работа с информационными источниками - Составление баз данных - Анализ и интерпретация результатов -Планирование производственной практики - Подготовка письменного отчета - Подготовка к выступлению на отчетной конференции - Участие в дискуссии	Отчет Устный ответ (выступление на отчетной конференции)	Базовый уровень: Знает: - основные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами - усвоил основную литературу, рекомендованную рабочей программой дисциплины Умеет: - разрабатывать и оценивать стандартные варианты организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность; - организовывать деятельность малой группы Владеет:

		кооперации с коллегами -способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным - современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение сотрудников;			- основными методами организации кооперации с коллегами -способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным - базовыми современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение сотрудников; Повышенный уровень: Знает: - основные и ситуативные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений - основные и авторские теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами - усвоил основную и дополнительную литературу, рекомендованную рабочей программой дисциплины Умеет: - разрабатывать и оценивать стандартные и нестандартные варианты организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность; - организовывать деятельность малой группы Владеет:

					- основными и ситуативными методами организации кооперации с коллегами -способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным - базовыми и оригинальными современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение сотрудников;
ПК - 4	владение навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)	Знает: - основные формы проектной документации; - требования к проектной документации; - формы и способы представления проектной документации; Умеет: - составлять технические задания на разработку проектов; - делать презентацию проектной документации; - использовать программное обеспечение для решения задач, связанных с проектной деятельностью; Владеет - навыками подготовки проектной документации	- Работа с информационными источниками - Составление баз данных - Анализ и интерпретация результатов - Подготовка письменного отчета - Подготовка к выступлению на отчетной конференции -Участие в дискуссии	Презентация Отчет Доклад Портфолио	Базовый уровень: Знать: -основные формы проектной документации; -требования к проектной документации; - формы и способы представления проектной документации. Может использовать их на практике Уметь: - составлять технические задания на разработку проектов; - делать презентацию проектной документации; - использовать программное обеспечение для решения задач, связанных с проектной деятельностью; Владеть: - навыками подготовки проектной документации Повышенный уровень: Знать: -основные формы проектной документации и требования к ним; -понимает значение проектной документации в производственной деятельности, постоянно

					использует их в своей практике Уметь: - составлять технические задания на разработку проектов; - делать презентацию проектной документации; - использовать программное обеспечение для решения задач, связанных с проектной деятельностью; Владеть: - навыками подготовки проектной документации
ПК - 5	способность реализовывать проекты и владеть методами их реализации	Знает: - современную концепцию управления проектами - теорию менеджмента и маркетинга, основы бизнес-процессов; Умеет: - ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций по управлению проектами - осуществлять разработку стратегических концепций и бизнес-планов проектов; - составлять технические задания на разработку проектов; - использовать программное обеспечение для решения задач, связанных с проектной деятельностью - применять на практике аналитические методы, связанные с принятием решения по проекту Владеет:	- Работа с информационными источниками - Составление баз данных - Анализ и интерпретация результатов - Планирование производственной практики - Подготовка письменного отчета - Подготовка к выступлению на отчетной конференции - Участие в дискуссии	Дневник Отчет Презентация Доклад Портфолио	Базовый уровень Знает: - базовую терминологию проектной деятельности - современную концепцию управления типовыми проектами - основные положения теории менеджмента и маркетинга, основы бизнес-процессов; - усвоил основную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины Умеет: - ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций по управлению типовыми проектами - осуществлять разработку стратегических концепций и бизнес-планов типовых проектов; - составлять технические задания на разработку типовых проектов; - использовать стандартное программное обеспечение для решения задач, связанных с проектной деятельностью - применять на практике аналитические методы, связанные с принятием

		- методами реализации основных управленческих функций (принятие управленческого решения, организация, мотивация и контроль) -практическими навыками ведения проектов -способен давать оценку качества и эффективности проектов			решения по типовому проекту Владеет: - владеет методами реализации основных управленческих функций (принятие управленческого решения, организация, мотивация и контроль) в типовом проекте; - владеет практическими навыками ведения типовых проектов -способен давать оценку качества и эффективности типовых проектов- - владеет методами реализации основных управленческих функций (принятие управленческого решения, организация, мотивация и контроль) в типовом проекте; - владеет практическими навыками ведения типовых проектов -способен давать оценку качества и эффективности типовых проектов- - владеет методами реализации основных управленческих функций (принятие управленческого решения, организация, мотивация и контроль) в типовом проекте; - владеет практическими навыками ведения типовых проектов -способен давать оценку качества и эффективности типовых проектов Повышенный уровень: Знает: - знает базовую терминологию проектной деятельности - современную концепцию управления типовыми и уникальными проектами - основные положения теории менеджмента и маркетинга,

					основы бизнес-процессов; - усвоил основную и дополнительную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины Умеет: - ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций по управлению типовыми и уникальными проектами - осуществлять разработку стратегических концепций и бизнес-планов типовых и уникальных проектов; - составлять технические задания на разработку типовых и уникальных проектов; - использовать стандартное и специальное программное обеспечение для решения задач, связанных с проектной деятельностью - применять на практике аналитические методы, связанные с принятием решения по типовому и уникальному проекту Владеет: - владеет методами реализации основных управленческих функций (принятие управленческого решения, организация, мотивация и контроль) в типовом и уникальном проекте; - владеет практическими навыками ведения типовых и уникальных проектов - способен давать оценку качества и эффективности типовых и уникальных проектов
ПК - 6	способность участвовать в создании	Знает: - структуру внутренних	- Работа с информационными источниками	Отчет Устный ответ (выступление)	Базовый уровень: Знает:

	эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внешней и внутренней коммуникации	коммуникаций организации и их роль в создании имиджа фирмы, - систему поощрения, стимулирующую сотрудников, - систему повышения квалификации сотрудников компании Умеет - вычленять структурные компоненты внутренних коммуникаций компании, - оценивать эффективность структурных компонентов внутренних коммуникаций компании Владеет (опыт) - навыками анализа состояния внутренних коммуникаций компании, - навыками оценки эффективности внутренних коммуникаций компании	- Составление баз данных - Анализ и интерпретация результатов - Планирование производственной практики - Подготовка письменного отчета - Подготовка к выступлению на отчетной конференции - Участие в дискуссии	на отчетной конференции)	- структуру основных внутренних коммуникаций организации и их роль в создании имиджа фирмы, - базовую систему поощрения, стимулирующую сотрудников, - основную систему повышения квалификации сотрудников компании Умеет: - вычленять основные структурные компоненты внутренних коммуникаций компании, - на базовом уровне оценивать эффективность структурных компонентов внутренних коммуникаций компании Владеет: - на базовом уровне навыками анализа состояния внутренних коммуникаций компании, - на базовом уровне навыками оценки эффективности внутренних коммуникаций компании Повышенный уровень: Знает: - структуру основных и ситуативных внутренних коммуникаций организации и их роль в создании имиджа фирмы, - стандартную и нестандартную систему поощрения, стимулирующую сотрудников, - базовую и оригинальную систему повышения квалификации сотрудников компании Умеет: - вычленять основные и оригинальные структурные компоненты внутренних коммуникаций компании,

					- на продвинутом уровне оценивать эффективность структурных компонентов внутренних коммуникаций компании - Владеет: - на продвинутом уровне навыками анализа состояния внутренних коммуникаций компании, - на продвинутом уровне навыками оценки эффективности внутренних коммуникаций компании
ПК - 7	способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	Знает (понимает) - этапы планирования, организации и контроля коммуникационных кампаний и мероприятий; - методы сбора информации для планирования, организации и контроля коммуникационных кампаний и мероприятий Умеет - осуществлять сбор, анализ и интерпретацию информации, необходимую для проведения, организации и контроля коммуникационных кампаний и мероприятий -осуществлять различные виды контроля во время проведения коммуникационные кампании и мероприятия; Владеет (опыт) - способен принимать участие в проектировании, планировании, подготовке и реализации	- Работа с информационными источниками - Составление баз данных - Анализ и интерпретация результатов -Планирование производственной практики - Подготовка письменного отчета - Подготовка к выступлению на отчетной конференции - Участие в дискуссии	Отчет Устный ответ (выступление на отчетной конференции)	Базовый уровень: - знает базовую терминологию предметной области; - знает основные этапы планирования, организации и контроля коммуникационных кампаний и мероприятий; -знает типовые методы сбора информации для планирования, организации и контроля коммуникационные кампании и мероприятий; - знает основные методы анализа и обработки информации - усвоил основную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины - умеет определять проблемы, цели и задачи стандартной коммуникационной кампании и мероприятия - умеет осуществлять выбор типовых методов, адекватный целям и задачам стандартной коммуникационной кампании и мероприятия; - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандартной коммуникационной кампании и мероприятия; Умеет осуществлять типовые виды контроля

		коммуникационных кампаний и мероприятий и / или осуществлять руководство данной процедурой; - методами оценки качества и эффективности коммуникационных кампаний и мероприятий			во время проведения, коммуникационной кампании и мероприятия; - способен осуществлять руководство проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий на базовом уровне в стандартных ситуациях; - владеет базовыми методами оценки качества и эффективности коммуникационных кампаний и мероприятий Повышенный уровень: - знает базовую терминологию предметной области - знает основные этапы планирования, организации и контроля стандартных и нестандартных коммуникационных кампаний и мероприятий - знает типовую и специальную методики планирования и организации стандартных и нестандартных коммуникационных кампаний и мероприятий - знает основные и уникальные методы анализа и обработки информации - усвоил основную и дополнительную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины - умеет осуществлять сбор, анализ и интерпретацию информации, необходимую для проведения типовой и специальной коммуникационных кампаний и мероприятий - умеет осуществлять выбор методов,

					адекватных целям и задачам типовой и специальной коммуникационных кампаний и мероприятий; - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации для планирования типовой и специальной коммуникационных кампаний и мероприятий; - умеет осуществлять типовые и специальные виды контроля во время проведения коммуникационных кампаний и мероприятий; - способен осуществлять руководство проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий на базовом уровне в стандартных ситуациях на продвинутом уровне в критических ситуациях; - владеет базовыми и специальными методами оценки качества и эффективности коммуникационных кампаний и мероприятий
ПК - 8	способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	Знает (понимает) - основы редакторской работы с текстом; - основы культуры речи; - критерии оценки рекламных и PR-текстов. Умеет - предельно четко формулировать целевое назначение и читательский адрес предназначенного для издания произведения; - эффективно реализовывать свои коммуникативные	- Работа с информационными источниками - Составление баз данных - Анализ и интерпретация результатов - Планирование производственной практики - Подготовка письменного отчета - Подготовка к выступлению на отчетной конференции - Участие в дискуссии	Отчет Устный ответ (выступление на отчетной конференции)	Базовый уровень: - знает базовую терминологию предметной области; - знает основы редакторской работы с текстом; - знает основы культуры речи; - знает критерии оценки рекламных и PR-текстов; - усвоил основную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины - умеет формулировать основное целевое назначение и читательский адрес

		намерения; логично рассуждать, аргументировать и грамотно структурировать высказывание; - с учетом всех критериев оценки рекламной и PR-деятельности выявлять и устранять недочеты при работе с текстами маркетинговых коммуникаций; - грамотно с точки зрения культуры речи оформлять тексты на русском языке. Владеет (опыт) - основными методами логической обработки информации; - навыками редакторского анализа текстов разной функциональной направленности и жанрового своеобразия.			предназначенного для издания произведения; - умеет реализовывать основные коммуникативные намерения; логично рассуждать, грамотно структурировать высказывание; - умеет с учетом основных критериев оценки рекламной и PR-деятельности выявлять и устранять недочеты при работе с текстами маркетинговых коммуникаций; - умеет в основном грамотно с точки зрения культуры речи оформлять тексты на русском языке. - владеет основными методами логической обработки информации; - владеет навыками редакторского анализа текстов основных функциональных стилей и основного репертуара жанров. Повышенный уровень: - знает базовую терминологию предметной области; - знает основы редакторской работы с текстом; - знает основы культуры речи; - знает критерии оценки рекламных и PR-текстов; - усвоил основную и дополнительную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины - умеет предельно четко формулировать целевое назначение и читательский адрес предназначенного для издания произведения; - умеет эффективно реализовывать свои коммуникативные намерения; логично

					рассуждать, аргументировать и грамотно структурировать высказывание; - умеет с учетом всех критериев оценки рекламной и PR-деятельности выявлять и устранять недочеты при работе с текстами маркетинговых коммуникаций; - умеет грамотно с точки зрения культуры речи оформлять тексты на русском языке. владеет методами логической обработки информации; владеет навыками редакторского анализа текстов разной функциональной направленности и жанрового своеобразия.
ПК - 9	способность проводить маркетинговые исследования	Знает (понимает) - основные методы исследований - методику планирования и организации исследования - методы анализа и обработки информации Умеет - определять проблемы, цели и задачи исследования, предмет и объект исследования - осуществлять выбор методов, адекватный целям и задачам следования; - осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации Владеет (опыт) - способен разрабатывать планы, программы и другие материалы, содержащие научно	- Работа с информационными источниками - Составление баз данных - Анализ и интерпретация результатов - Планирование производственной практики - Подготовка письменного отчета - Подготовка к выступлению на отчетной конференции - Участие в дискуссии	Отчет Устный ответ (выступление на отчетной конференции)	Базовый уровень: - знает базовую терминологию предметной области - знает основные методы стандартных маркетинговых исследований - знает методику планирования и организации стандартного маркетингового исследования - знает основные методы анализа и обработки информации - усвоил основную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины - умеет определять проблемы, цели и задачи стандартного маркетингового исследования, предмет и объект исследования - умеет осуществлять выбор методов, адекватный целям и

		обоснованные прогнозно- аналитические рекомендации; - способен осуществлять консультационные работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций			задачам стандартного маркетингового исследования; - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандартного маркетингового исследования - способен разрабатывать стандартные планы, программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации; - способен осуществлять типовые консультационные работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций Повышенный уровень: - знает базовую терминологию предметной области - знает основные методы стандартных и нестандартных маркетинговых исследований - знает методику планирования и организации стандартного и нестандартного маркетингового исследования - знает основные методы анализа и обработки информации - усвоил основную и дополнительную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины

					- умеет определять проблемы, цели и задачи стандартного и нестандартного маркетингового исследования, предмет и объект исследования - умеет осуществлять выбор методов, адекватный целям и задачам стандартного и нестандартного маркетингового исследования; - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандартного и нестандартного маркетингового исследования - способен разрабатывать стандартные и нестандартные планы, программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации; - способен осуществлять типовые и ситуативные консультационные работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций
ПК - 10	способность организовывать и проводить социологические исследования	Знает (понимает) - основные методы исследований - методику планирования и организации социологического исследования - методы анализа и обработки социологической информации	- Работа с информационными источниками - Составление баз данных - Анализ и интерпретация результатов - Планирование производственной практики	Отчет Устный ответ (выступление на отчетной конференции)	Базовый уровень: - знает базовую терминологию предметной области - знает основные методы стандартных социологических исследований - знает методику планирования и организации стандартного

		Умеет - определять проблемы, цели и задачи исследования, предмет и объект социологического исследования - осуществлять выбор методов, адекватный целям и задачам социологического следования; - осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации Владеет (опыт) - способен разрабатывать планы, программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации; - способен осуществлять консультационные работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций	- Подготовка письменного отчета - Подготовка к выступлению на отчетной конференции - Участие в дискуссии		социологического исследования - знает основные методы анализа и обработки информации - усвоил основную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины - умеет определять проблемы, цели и задачи стандартного социологического исследования, предмет и объект исследования - умеет осуществлять выбор методов, адекватный целям и задачам стандартного социологического исследования; - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандартного социологического исследования - способен разрабатывать стандартные планы, программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации; - способен осуществлять типовые консультационные работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций Повышенный уровень: - знает базовую терминологию предметной области - знает основные методы стандартных и

					нестандартных социологических исследований - знает методику планирования и организации стандартного и нестандартного социологического исследования - знает основные методы анализа и обработки информации - усвоил основную и дополнительную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины - умеет определять проблемы, цели и задачи стандартного и нестандартного социологического исследования, предмет и объект исследования - умеет осуществлять выбор методов, адекватный целям и задачам стандартного и нестандартного социологического исследования; - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандартного и нестандартного социологического исследования - способен разрабатывать стандартные и нестандартные планы, программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации; - способен осуществлять типовые и ситуативные консультационные работы по вопросам социальных исследований, планирования и организации кампаний и

					мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций
ПК- 11	владение навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов	Знает (понимает) - требования к написанию аналитических справок, обзоров и прогнозов; - формы и способы представления аналитических справок, обзоров и прогнозов; Умеет - составлять аналитические справки, обзоры; - делать презентацию аналитических справок, обзоров; - использовать программное обеспечение для решения задач, связанных с написанием аналитических справок, обзоров и прогнозов; Владеет (опыт) - навыками подготовки аналитических справок, обзоров и прогнозов.	- Работа с информационными источниками - Составление баз данных - Анализ и интерпретация результатов - Планирование производственной практики - Подготовка письменного отчета - Подготовка к выступлению на отчетной конференции - Участие в дискуссии	Отчет Устный ответ (выступление на отчетной конференции)	Базовый уровень: - требования к написанию стандартных аналитических справок, обзоров и прогнозов; - формы и способы представления стандартных аналитических справок, обзоров и прогнозов; - составлять стандартные аналитические справки, обзоры; - делать презентацию аналитических справок, обзоров; - использовать программное обеспечение для решения задач, связанных с написанием аналитических справок, обзоров и прогнозов; - способен разрабатывать стандартные планы, программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации; - способен осуществлять типовые консультационные работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций - требования к написанию стандартных и нестандартных аналитических справок, обзоров и прогнозов;

					- формы и способы представления аналитических справок, обзоров и прогнозов разных типов; Повышенный уровень: - составлять стандартные и нестандартные аналитические справки, обзоры; - делать презентацию аналитических справок, обзоров; - использовать программное обеспечение для решения задач, связанных с написанием аналитических справок, обзоров и прогнозов разных типов; - способен разрабатывать стандартные и нестандартные планы, программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации; - способен осуществлять типовые и ситуативные консультационные работы по вопросам социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций - владеет навыками подготовки аналитических справок, обзоров и прогнозов.
ПК - 12	способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах,	Знает (понимает)- основные требования, предъявляемые к специалисту по рекламе и связям с общественностью в общественных, производственных, коммерческих	- Работа с информационными источниками - Составление баз данных - Анализ и интерпретация результатов	Отчет Устный ответ (выступление на отчетной конференции)	Базовый уровень: - знает базовую терминологию предметной области; основные требования, предъявляемые к специалисту по рекламе и связям с общественностью в общественных,

	средствах массовой информации	структурах, средствах массовой информации; - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации; Умеет - применять на практике знание основных законов экономической теории, менеджмента и маркетинга для решения профессиональных задач в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации; - аргументированно обсуждать профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения Владеет (опыт)-- - навыками работы в команде в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации; - навыками анализа текста с точки зрения используемых в нем приемов воздействия на аудиторию,	-Планирование производственной практики - Подготовка письменного отчета - Подготовка к выступлению на отчетной конференции - Участие в дискуссии		производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации; основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации; - усвоил основную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины - умеет применять на практике знание основных законов экономической теории, менеджмента и маркетинга для решения профессиональных задач в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации; - умеет аргументированно обсуждать основные профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения -владеет базовыми навыками работы в команде в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации; - владеет базовыми навыками анализа текста с точки зрения используемых в нем приемов воздействия на аудиторию, Повышенный уровень: - знает базовую терминологию предметной области;

					основные требования, предъявляемые к специалисту по рекламе и связям с общественностью в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации; - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации; - усвоил основную и дополнительную литературу, рекомендованную рабочей программой дисциплины - умеет применять на практике знание основных законов экономической теории, менеджмента и маркетинга для решения творческих профессиональных задач в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации; - умеет аргументированно обсуждать основные и специфические профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения -владеет навыками работы в команде в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;

					- владеет навыками анализа текста с точки зрения используемых в нем приемов воздействия на аудиторию,
ПК - 13	способность под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия	Знает (понимает) - этапы планирования рекламных кампаний и мероприятий; - методы сбора информации для планирования рекламных кампаний и мероприятий Умеет- - осуществлять сбор, анализ и интерпретацию информации, необходимую для проведения рекламных кампаний и мероприятий Владеет (опыт)- - способен осуществлять под контролем проектирование, планирование, подготовку рекламных кампаний и мероприятий; - навыками работы в команде при проведении рекламных кампаний и мероприятий	- Работа с информационными источниками - Составление баз данных - Анализ и интерпретация результатов - Планирование производственной практики - Подготовка письменного отчета - Подготовка к выступлению на отчетной конференции - Участие в дискуссии	Отчет Устный ответ (выступление на отчетной конференции)	Базовый уровень: - знает базовую терминологию предметной области - знает основные этапы планирования рекламных кампаний и мероприятий; - знает основные методы сбора информации для планирования стандартных рекламных кампаний и мероприятий; - усвоил основную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины - умеет осуществлять сбор, анализ и интерпретацию информации, необходимой для проведения стандартных рекламных кампаний и мероприятий - способен осуществлять под контролем проектирование, планирование, подготовку стандартных рекламных кампаний и мероприятий; - способен работать в команде при проведении рекламных кампаний и мероприятий Повышенный уровень: - знает базовую терминологию предметной области; - знает основные этапы планирования рекламных кампаний и мероприятий; - знает основные методы сбора информации для планирования рекламных кампаний и мероприятий разных видов; - усвоил основную и дополнительную литературу, рекомендованную,

					рабочей программой дисциплины - умеет осуществлять сбор, анализ и интерпретацию информации, необходимой для проведения рекламных кампаний и мероприятий разных видов - способен осуществлять под контролем проектирование, планирование, подготовку стандартных рекламных кампаний и мероприятий разных видов; - способен работать в команде при проведении рекламных кампаний и мероприятий
ПК - 14	способность реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности	Знает (понимает) - основные требования, предъявляемые к специалисту по рекламе и связям с общественностью; - основные положения экономической теории, менеджмента и маркетинга; - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами Умеет- применять на практике знание основных законов экономической теории, менеджмента и маркетинга для решения профессиональных задач; - аргументированно обсуждать профессиональные проблемы, давать	- Работа с информационными источниками - Составление баз данных - Анализ и интерпретация результатов -Планирование производственной практики - Подготовка письменного отчета - Подготовка к выступлению на отчетной конференции - Участие в дискуссии	Отчет Устный ответ (выступление на отчетной конференции)	Базовый уровень: - знает базовую терминологию предметной области; - основные требования, предъявляемые к специалисту по рекламе и связям с общественностью; - основные положения экономической теории, менеджмента и маркетинга; - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами; основную специфику стандартных рекламных и PR-обращений в зависимости от канала распространения, - усвоил основную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины - умеет применять на практике знание основных законов экономической теории, менеджмента и

		отзывы, отстаивать свою точку зрения Владеет (опыт) основными приемами менеджмента и маркетинга; - навыками работы в команде; - навыками анализа текста с точки зрения используемых в нем приемов воздействия на аудиторию, -навыками создания рекламного продукта в соответствии с поставленной задачей			маркетинга для решения профессиональных задач; - умеет аргументированно обсуждать основные профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения - владеет основными приемами менеджмента и маркетинга; -владеет базовыми навыками работы в команде; - владеет базовыми навыками анализа текста с точки зрения используемых в нем приемов воздействия на аудиторию, -владеет основными навыками создания рекламного продукта в соответствии со стандартно поставленной задачей Повышенный уровень: - знает базовую терминологию предметной области; основные требования, предъявляемые к специалисту по рекламе и связям с общественностью; - основные положения экономической теории, менеджмента и маркетинга; основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами; - основную специфику стандартных и нестандартных рекламных и PR-обращений в зависимости от канала распространения, - усвоил основную и дополнительную литературу, рекомендованную

					рабочей программой дисциплины - умеет применять на практике знание основных законов экономической теории, менеджмента и маркетинга для решения творческих профессиональных задач; - умеет аргументированно обсуждать основные и специфические профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения - владеет основными приемами менеджмента и маркетинга; - владеет навыками работы в команде; - владеет навыками анализа текста с точки зрения используемых в нем приемов воздействия на аудиторию, - владеет навыками создания рекламного продукта в соответствии с стандартно и нестандартно поставленной задачей
ПК - 15	владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы / связей с общественностью	Знает (понимает) - методы разработки и реализации организационно-управленческих решений в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве; - методы управления деятельностью организации (отдел рекламы, маркетинговый отдел, рекламное агентство); - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации (отдел рекламы, маркетинговый	- Работа с информационными источниками - Составление баз данных - Анализ и интерпретация результатов - Планирование производственной практики - Подготовка письменного отчета - Подготовка к выступлению на отчетной конференции - Участие в дискуссии	Отчет Устный ответ (выступление на отчетной конференции)	Базовый уровень: - знает базовую терминологию предметной области - знает основные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве; - знает типовые методы управления деятельностью организации (отдел рекламы, маркетинговый отдел, рекламное агентство); - знает основные теории и концепции взаимодействия людей в организации (отдел рекламы, маркетинговый отдел, рекламное

		отдел, рекламное агентство), в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами. Уметь: - разрабатывать и оценивать варианты организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность; - организовывать деятельность малой группы (отдел рекламы, маркетинговый отдел, рекламное агентство) Владеть методами организации кооперации с коллегами в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве; -способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным; - современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение сотрудников			агентство), в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами - знает основные методы анализа и обработки информации; - усвоил основную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины - разрабатывать и оценивать варианты стандартных организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность; - организовывать деятельность малой группы (отдел рекламы, маркетинговый отдел, рекламное агентство) - методами организации кооперации с коллегами в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве; -способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным; - современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение сотрудников Повышенный уровень: - знает базовую терминологию предметной области

					- знает основные и специальные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве; - знает методологию и методики стратегического, тактического и оперативного методы управления деятельностью организации (отдел рекламы, маркетинговый отдел, рекламное агентство) - знает методики управления людьми в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами - знает основные методы анализа и обработки информации - усвоил основную и дополнительную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины - разрабатывать и оценивать варианты стандартных и нестандартных организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность; - эффективно организовывать деятельность малой группы (отдел рекламы, маркетинговый отдел, рекламное агентство) - способен выбирать наиболее эффективные в конкретной ситуации методы организации кооперации с коллегами в

					отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве; -способен эффективно самостоятельно работать в команде, проявляя коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным, адекватно оценивая ситуацию в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве; - владеет современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение сотрудников, понимая значимость собственного профессионального развития
ПК - 16	способность под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы	Знает (понимает) - основные формы проектной документации, необходимой для создания рекламного продукта - специфику работы в основных компьютерных программах, используемых при создании рекламного продукта, - специфику рекламных и PR-обращений в зависимости от канала распространения, -виды юридической ответственности в сфере осуществления профессиональной деятельности. Умеет работать с техническим заданием на разработку проектов (рекламного продукта),	- Работа с информационными источниками - Составление баз данных - Анализ и интерпретация результатов -Планирование производственной практики - Подготовка письменного отчета - Подготовка к выступлению на отчетной конференции - Участие в дискуссии	Отчет Устный ответ (выступление на отчетной конференции)	Базовый уровень: - знает базовую терминологию предметной области; - знает стандартную методику планирования проектных работ, связанных с разработкой рекламного продукта - знает основы редакторской работы с текстом; - знает критерии оценки рекламных и PR-текстов; - усвоил основную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины - умеет осуществлять выбор стандартных методов, адекватных целям и задачам типовой разработки рекламного продукта - умеет формулировать основное целевое назначение и определять целевую аудиторию рекламного продукта; - умеет реализовывать основные

		- осуществлять выбор компьютерной программы для создания рекламного продукта в зависимости от его специфики производства и распространения - Владеет (опыт) практическими навыками ведения проектов, связанных с разработкой рекламного продукта - навыками работы в основных компьютерных программах, используемых для создания рекламного продукта, - навыками анализа текста с точки зрения используемых в нем приемов воздействия на аудиторию, -навыками создания рекламного продукта в соответствии с поставленной задачей, - правовой информацией по организации и управлению профессиональной деятельности			коммуникативные намерения; логично рассуждать, грамотно структурировать высказывание; -умеет с учетом основных критериев оценки рекламной и PR-деятельности выявлять и устранять недочеты при работе с текстами маркетинговых коммуникаций; - умеет профессионально грамотно использовать компьютерные технологии в практической деятельности; - умеет работать с основными прикладными программами, обеспечивающими подготовку рекламного продукта; - владеет основными методами логической обработки информации; - владеет навыками редакторского анализа текстов основных функциональных стилей и основного репертуара жанров., - способен разрабатывать на основе типовых документов технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт Повышенный уровень: - знает базовую терминологию предметной области; - знает стандартные и специальные методики планирования проектных работ, связанных с разработкой рекламного продукта - знает основы редакторской работы с текстом;

					- знает основы культуры речи; - знает критерии оценки рекламных и PR-текстов; - усвоил основную и дополнительную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины - умеет определять основные и ситуативные проблемы, организовывать постановку проектной задачи для уникальной ситуации; - умеет предельно четко формулировать целевое назначение и определять целевую аудиторию рекламного продукта; - умеет эффективно реализовывать свои коммуникативные намерения; логично рассуждать, аргументировать и грамотно структурировать высказывание; - умеет с учетом всех критериев оценки рекламной и PR-деятельности выявлять и устранять недочеты при работе с текстами маркетинговых коммуникаций; - умеет работать с основными и специальными прикладными программами, обеспечивающими подготовку рекламного продукта - владеет методами логической обработки информации; - владеет навыками редакторского анализа текстов разной функциональной направленности и жанрового своеобразия, - способен разрабатывать

					технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт, соответствующие конкретной проектной ситуации
Специальные компетенции не формируются					

7. Содержание производственной практики

7.1. Общая трудоемкость практики составляет 3 зачетные единицы, или 2 недели, или 108 часов.

№ п/п	Разделы (этапы) и содержание практики	Общая трудоемкость		Формы текущего контроля
		Зач. ед.	Часы	
1.	Подготовительный 1. Участие установочной конференции. 2. Знакомство с Положением по учебной практике; правами и обязанностями в период практики; содержанием практики; правилами оформления отчетной документацией 3. Инструктаж по технике безопасности и охране труда. 4. Согласование плана учебной работы на практике. 5. Согласование перечня индивидуальных заданий.	0,0625	2,25	-Отметка в дневнике практике об участии в установочной конференции в вузе; - целеполагание студента в отношении своего профессионального развития на период практики; -образовательное целеполагание на период практики; - анализ плана работы на практике, составленного студентом; - отметка в дневнике о проведении инструктажа по технике безопасности и охране труда; (первичный).
2.	Начальный 1. Знакомство с предприятием - базой практики (спецификой деятельности, организационной структурой). 2. Знакомство с историей предприятия, миссией, стратегией развития. 3. Знакомство с общими правилами внутреннего распорядка предприятия. 4. Знакомство с основами корпоративной культуры, традициями, ценностями предприятия. 5. Знакомство с программой учебной практики. 6. Знакомство с условиями работы и рабочим местом. 7. Знакомство с составом рабочего коллектива. 8. Инструктаж по технике безопасности на рабочем месте	0,0625	2,25	- Отметка в дневнике практики; - инструктаж по технике безопасности на рабочем месте.
3.	Основной 1. анализ внешних и внутренних нормативно-справочных документов, регламентирующих	2,75	99	- Отчет по результатам проведенной диагностики профессионального целеполагания, образовательного планирования;

	деятельность по информационно-коммуникационной деятельности; 2. анализ специфики управления коммуникационными проектами предприятия – базы практики; 3. анализ проектной работы в процессе управления рекламной и PR- деятельностью; 4. анализ взаимодействия копирайтеров с руководителями и сотрудниками организации; 5. самостоятельное выполнение учебных заданий и взаимодействие с трудовым коллективом на период реализации практики.			-выполнение плановых работ (отметки в дневнике); -присутствие на промежуточных консультациях с руководителем практики от кафедры; -анализ и оценка выполненных работ (отчет по практике); - характеристика на студента с места практики.
4.	Заключительный 1. Комплектование и оформление отчетной документации. 2. Участие в заключительной конференции. 3. Выступление с докладом о результатах практики. 4. Подведение итогов практики	0,125	4,5	-Подготовка и оформление отчетной документации (Отчет, Дневник практики и др.); -подготовка выступления по итогам практики (Устный доклад, презентация); - участие в отчетной (итоговой) конференции; - профессиональная и образовательная самооценка (анализ и портфолио); - оценка результатов практики.

7.2. Индивидуальные задания, выполняемые студентом в период учебной практики

№ п/п	Этап практики	Задания, выполняемые студентом
1.	Подготовительный	Составление плана работы на практике
2.	Начальный	Описание базы практики
3.	Основной Выполнение всех видов работ студентом в период практики, включая решение конкретных профессиональных задач	1. организация работы по выбору направлений оптимизации отношений с внешней общественностью и релевантного жанрового инструментария (проведение аналитической работы по плану, составленному самостоятельно); 2. организация форм участия компании в ивент-мероприятиях (организация отбора коммуникативно-жанрового инструментария совместно с руководителем практики от предприятия – в соответствии с программой коммуникационной деятельности компании); 3. организация формы работы с внутренней и внешней общественностью (моделирование «портрета» представителя целевой общественности и отбор релевантных ему средств коммуникативного воздействия); 4. изучение, анализ продукции предприятия (или инновационных разработок) и выработка рекомендаций по оптимизации коммуникационной политики компании (выработка рекомендаций по оптимизации коммуникационной политики компании).
4.	Заключительный	Подготовка доклада на итоговую конференцию в вузе, Подготовка итоговой презентации

8. Формы отчетности по практике

1. Дневник практики (приложение 1).
2. Отчет по практике (приложение 2)

9. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике

Шифр компетенции	Формулировка		
	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по практике
ОК-5 – Способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия			
Базовый уровень			
Знает основные особенности устной и письменной речи русского и иностранного языка в сфере личностной коммуникации; - знает основные особенности стиля русских и иностранных текстов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы; - знает основы культуры речи и теории аргументации, основные приемы речевого воздействия и убеждения, основные правила и законы эффективного общения. Может применять на практике	Способен анализировать и интерпретировать основные типы текстов, включая художественные; - умеет вести диалог на русском и иностранном языке в соответствии с типовыми коммуникативными задачами; - умеет создавать на основе стандартных методик и действующих нормативов основные типы текстов (обзор, аннотация, реферат, докладная записка, отчет, официально-деловой, публицистический, рекламный текст).	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике
Повышенный уровень			
Знает основные особенности устной и письменной речи русского и иностранного языка в сфере личностной коммуникации в различных ситуациях; - знает основные особенности стиля русских и иностранных текстов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы; - знает основы культуры речи и теории аргументации, основные приемы речевого воздействия и убеждения, основные правила и законы эффективного общения, в том числе характерные для различных типов текстов.	Способен создавать на основе стандартных методик и действующих нормативов стандартные и нестандартные типы текстов (обзор, аннотация, реферат, докладная записка, отчет, официально-деловой, публицистический, рекламный текст); - умеет грамотно в орфографическом, пунктуационном и речевом отношении оформлять тексты на русском и иностранном языке, используя различные типы словарей, справочников; грамотно строить устные и письменные высказывания	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике

Регулярно применяют на практике.	(стандартные и творческие), уместно используя выразительные возможности языка		
ОПК-6 – Способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности			
Базовый уровень			
Знает сущность и значение информации в развитии современного информационного общества; основные опасности и угрозы, возникающие в этом процессе; знает стандартное прикладное программное обеспечение для работы с Интернетом. Может применять на практике	Способен осуществлять комплексный подход к решению стандартных задач, самостоятельно формулировать проблему и предлагать обоснованный алгоритм ее решения	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике
Повышенный уровень			
Знает основные методы, способы и средства получения, хранения, переработки информации и следит за появлением новых методов и средств; - знает теоретические основы сетевых технологий; систему адресации в Интернете; - знает логические основы поиска информации в Интернете; - знает прикладное программное обеспечение для работы с Интернетом	Способен соблюдать требования информационной безопасности при использовании компьютерной техники; - умеет использовать в своей работе различные методы, способы и средства получения, хранения, переработки информации; - умеет работать с различными прикладными программами, обеспечивающими доступ в Интернет и безопасную работу с информацией в Интернете.	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике
ПК-1 — Способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью			
Базовый уровень			
Знает основные методы управления деятельностью организации в сфере рекламы и связей с	Способен работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность,	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике

общественностью. Может применить их на практике	организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным		
Повышенный уровень			
Знает основные и уникальные методы управления деятельностью организации в сфере рекламы и связей с общественностью. Понимает необходимость использования основных и оригинальных методов управления деятельностью организации в зависимости от жизненного цикла организации. Регулярно демонстрирует умение применять их на практике.	Способен работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике
ПК-2 — владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации			
Базовый уровень			
Знает основные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений и методы управления деятельностью организации. Может применить их на практике	Владеет типовыми технологиями тайм-менеджмента и самоорганизации	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике
Повышенный уровень			
Знает основные и уникальные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений основные и уникальные методы управления деятельностью организации Понимает значение основных теорий и концепций взаимодействия людей в организации, постоянно использует разнообразные методы управления деятельностью организации в своей практике	Владеет специальными технологиями тайм-менеджмента и самоорганизации	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике
ПК-3 — владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами			
Базовый уровень			
Знает основные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений и	Способен работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике

методы управления деятельностью малой организации. Может применить их на практике	компетентность в типовых ситуациях, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным		
Повышенный уровень			
Знает основные и уникальные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений основные и уникальные методы управления деятельностью малой организации Понимает значение основных теорий и концепций взаимодействия людей в организации, постоянно использует разнообразные методы управления деятельностью организации в своей практике	Способен работать в команде и самостоятельно, проявлять ситуативно коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике
ПК-4 – владение навыками подготовки проектной документации			
Базовый уровень			
Знает: -основные формы проектной документации; -требования к проектной документации; - формы и способы представления проектной документации. Может использовать их на практике Умеет: - составлять технические задания на разработку проектов; - делать презентацию проектной документации; - использовать программное обеспечение для решения задач, связанных с проектной деятельностью; Владеет навыками подготовки проектной документации	Способен разрабатывать на основе типовых документов типовые технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике
Повышенный уровень			
Знает: - основные формы проектной документации и требования к ним;	Способен разрабатывать на основе типовых документов специальные технико-экономическое обоснование, техническое	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике

-понимает значение проектной документации в производственной деятельности, постоянно использует их в своей практике Умеет: - составлять технические задания на разработку проектов; - делать презентацию проектной документации; - использовать программное обеспечение для решения задач, связанных с проектной деятельностью; Владеет навыками подготовки проектной документации	задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт соответствующие конкретной проблемной ситуации		
ПК-5 — способность реализовывать проекты и владеть методами их реализации			
Базовый уровень:			
Знает основные принципы организации и проведения проектной деятельности. Может применить их на практике	Владеет практическими навыками ведения типовых проектов	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике
Повышенный уровень:			
Знает основные принципы организации и проведения проектной деятельности. Понимает значение проектной деятельности в современных рыночных условиях, постоянно участвует в проектной деятельности и способен руководить проектами	Владеет практическими навыками ведения типовых оригинальных проектов	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике
ПК-6 — способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внешней и внутренней коммуникации			
Базовый уровень			
Знает структуру основных внутренних коммуникаций организации, систему базовой мотивации сотрудников и их роль в создании имиджа фирмы. Может применить их на практике	Владеет навыками анализа состояния внутренних коммуникаций компании	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике
Повышенный уровень			

Знает структуру основных и оригинальных внутренних коммуникаций организации, систему базовой и ситуативной мотивации сотрудников и их роль в создании имиджа фирмы. Понимает значение внутренних коммуникаций в формировании имиджа компании, постоянно использует разнообразные виды мотивации членов организации в своей практике	Владеет навыками анализа оценки состояния внутренних коммуникаций компании	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике
ПК-7 — способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий			
Базовый уровень			
Знает: - основные этапы планирования, организации и контроля коммуникационных кампаний и мероприятий; типовые методы сбора информации для планирования, организации и контроля коммуникационные кампании и мероприятий. Может применить их на практике Умеет: - осуществлять сбор, анализ и интерпретацию информации, необходимую для проведения, организации и контроля коммуникационные кампании и мероприятия -осуществлять различные виды контроля во время проведения, организации и контроля коммуникационные кампании и мероприятий; Владеет: - способен осуществлять руководство проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационные кампании и мероприятий; - владеет методами оценки качества и эффективности	Способен осуществлять руководство проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационные кампании и мероприятий на базовом уровне в стандартных ситуациях	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике

коммуникационные кампании и мероприятий			
Повышенный уровень			
Знает: - основные этапы планирования, организации и контроля коммуникационных кампаний и мероприятий; типовые методы сбора информации для планирования, организации и контроля коммуникационных кампаний и мероприятий. Может применить их на практике Умеет: - осуществлять сбор, анализ и интерпретацию информации, необходимую для проведения, организации и контроля коммуникационных кампаний и мероприятия -осуществлять различные виды контроля во время проведения, организации и контроля коммуникационных кампаний и мероприятий; Владеет: - способен осуществлять руководство проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий; - владеет методами оценки качества и эффективности коммуникационных кампаний и мероприятий	Способен осуществлять руководство проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий в критических ситуациях	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике
ПК-8 — способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы			
Базовый уровень			

Знает основные принципы производства, подготовки к выпуску и распространения рекламной продукции в рамках традиционных средств рекламы. Может применить их на практике	Владеет навыками редакторского анализа текстов основных функциональных стилей и основного репертуара жанров.	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике
Повышенный уровень			
Знает основные принципы производства, подготовки к выпуску и распространения рекламной продукции в рамках современных средств рекламы. Понимает значение всех этапов производства и распространения рекламной продукции, целесообразно использует их в своей практике	Владеет навыками редакторского анализа текстов разной функциональной направленности и жанрового своеобразие.	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике
ПК – 9 – способность проводить маркетинговые исследования			
Базовый уровень			
Знает основные принципы организации и проведения маркетинговых исследований. Может применить их на практике.	Способен разрабатывать стандартные планы, программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации.	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике
Повышенный уровень			
Знает основные принципы организации и проведения маркетинговых исследований. Понимает значение маркетинговых исследований в рыночной ситуации, постоянно использует их в своей практике	Способен разрабатывать стандартные и нестандартные планы, программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации.	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике
ПК-10 — способность организовывать и проводить социологические исследования			
Базовый уровень			
Знает основные принципы организации и проведения социологических исследований. Может применить их на практике	Способен разрабатывать стандартные планы, программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике
Повышенный уровень			
Знает основные принципы организации и проведения социологических исследований.	Способен разрабатывать стандартные и нестандартные планы, программы и другие	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике

Понимает значение социологических исследований, постоянно использует их в своей практике	материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации.		
ПК-11 — владение навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов			
Базовый уровень			
Знает основные требования к написанию аналитических справок, обзоров и прогнозов. Может применить их на практике	Способен разрабатывать стандартные планы, программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации.	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике.
Повышенный уровень			
Знает основные требования к написанию аналитических справок, обзоров и прогнозов. Понимает значение прогнозно-аналитической документации в рыночной ситуации, постоянно использует ее в своей практике	Способен разрабатывать стандартные и нестандартные планы, программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации.	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике.
ПК – 12 – способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации			
Базовый уровень			
Знает основные принципы функционирования рекламного рынка, основные принципы работы организации, специфику создания рекламных обращений. Может применить их на практике в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации	Владеет базовыми навыками работы в команде в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации.	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике.
Повышенный уровень			
Знает основные принципы функционирования рекламного рынка, основные принципы работы организации, специфику создания рекламных обращений. Понимает значение профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью, постоянно применяет их в своей практике в	Владеет навыками работы в команде в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации.	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике.

общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации			
ПК – 13 – способность под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия			
Базовый уровень			
Знает основные принципы планирования и подготовки рекламных кампаний и мероприятий. Может под контролем планировать и готовить рекламных кампаний и мероприятия	Способен работать в команде при проведении рекламных кампаний и мероприятий.	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике.
Повышенный уровень			
Знает основные принципы планирования и подготовки рекламных кампаний и мероприятий. Понимает значение грамотного планирования для подготовки рекламных кампаний и мероприятий, способен выбирать методы сбора информации и решения поставленных задач. Имеет практический опыт планирования мероприятий под контролем преподавателя (руководителя).	Способен работать в команде при проведении рекламных кампаний и мероприятий.	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике.
ПК – 14 – способность реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности			
Базовый уровень			
Знает основные принципы функционирования рекламного рынка, основные принципы работы организации, специфику создания рекламных обращений. Может применить их на практике	Владеет основными навыками создания рекламного продукта в соответствии со стандартно поставленной задачей.	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике.
Повышенный уровень			
Знает основные принципы функционирования рекламного рынка, основные принципы работы организации, специфику создания рекламных обращений. Понимает значение профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью,	Владеет навыками создания рекламного продукта в соответствии с стандартно и нестандартно поставленной задачей.	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике.

постоянно применяет их в своей практике			
ПК – 15 – владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы / связей с общественностью			
Базовый уровень			
Знает основные принципы разработки и реализации организационно-управленческих решений; Может применить их на практике	Способность работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным.	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике.
Повышенный уровень			
Знает основные принципы разработки и реализации организационно-управленческих решений; Понимает значение принятия организационно-управленческих решений в производственной ситуации, постоянно использует их в своей практике	Способен эффективно самостоятельно работать в команде, проявляя коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным, адекватно оценивая ситуацию в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве.	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике.
ПК – 16 – способность под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы			
Базовый уровень			
Знает основные принципы производства, подготовки к выпуску и распространения рекламной продукции в рамках традиционных средств рекламы. Может применить их на практике	Способен разрабатывать на основе типовых документов технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике.
Повышенный уровень			
Знает основные принципы производства, подготовки к выпуску и распространения рекламной продукции в рамках современных средств рекламы. Понимает значение всех этапов производства и распространения рекламной продукции, целесообразно использует их в своей практике	Способен разрабатывать технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт, соответствующие конкретной проектной ситуации	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике.

Требования к проведению промежуточной аттестации по практике:	
1. Выполнение плана практики. 2. Выполнение индивидуальных заданий. 3. Оформление дневника и отчета по практике и представление на кафедру в течение первой недели после окончания практики. 4. Выступление с докладом и презентацией на итоговой конференции.	
Критерии оценки результатов прохождения студентом промежуточной аттестации:	
Зачтено («отлично»)	– отчетная документация оформлена в соответствии со всеми требованиями; – подготовленные коммуникативные продукты являются авторскими и обладают новизной; – используемые методы, приемы и формы работы оптимальны для решения поставленных задач и соответствуют корпоративным особенностям
Зачтено («хорошо»)	– отчетная документация оформлена в соответствии с требованиями с небольшими неточностями; – в разработки коммуникативных продуктов внесены элементы творчества и самостоятельности; – используемые методы, приемы и формы работы в целом соотносятся с поставленными задачами
Зачтено («удовлетворительно»)	– отчетная документация оформлена с ошибками, некоторые документы не соответствуют требованиям; – участие в коммуникационной деятельности предприятия пассивное, только в рамках задания, сформулированного руководителем практики от предприятия; – используемые методы, приемы и формы работы часто не связаны с поставленными задачами, являются малоэффективными
Не зачтено («неудовлетворительно»)	Отрывочное знание материала, отсутствие умений и навыков, свидетельствующее о несформированности заявленных компетенций.

10. Перечень учебной литературы и ресурсов «Интернет», необходимых для проведения практики

а) основная литература

- а. Коноваленко В.А. и др. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность. – М.: Юрайт, 2014. – 283 с. – 1 экз.
- б. Ухова Л.В. Эффективность рекламного текста: монография. - Ярославль, 2013. – 20 экз.
- с. Чумиков А. Н. Реклама и связи с общественностью: имидж, репутация, бренд : учеб. пособие для студентов вузов. М.: Аспект Пресс, 2012. - 159 с. 5 экз

б) дополнительная литература

1. Гуревич П.С. Психология рекламы. – М.: Юнити-Дана, 2005. – 287 с. Уч-к Гриф УМЦ «Проф. уч-к» (Серия «Учебники профессора П.С. Гуревича»)
2. Кочеткова А.В. Теория и практика связей с общественностью. – Спб.: Питер, 2006.
3. Панкратов Ф.Г. Рекламная деятельность. – М.: Дашков и К°, 2003.
4. Шарков Ф.И. Интегрированные бренд-коммуникации (Бренд в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций). – М.: РИП-Холдинг, 2004.
5. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз: Учебное пособие. – М.: Дашков и К°, 2007. – 332 с. (Гриф МО РФ)

Нормативные документы:

- О рекламе: Федеральный Закон РФ №18-ФЗ (22.02.2006)
- Закон РФ «О товарных знаках, знаках обслуживания в наименовании мест происхождения товаров» от 23 сентября 1992 г., № 3520-1.
- О защите прав потребителей от недобросовестной рекламы: Указ Президента РФ от 10 июня 1994 г. № 1183.
- О защите прав потребителей: Закон РФ в ред. 1996 г.
- Порядок рассмотрения дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе: Зарегистрирован в Министерстве юстиции РФ 21 ноября 1995 г. Регистрационный № 985.
- Международный кодекс рекламной практики – Париж: SOVERO (Международная торговая палата), 1987 г.

г) интернет-ресурсы:

1. Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru – рефераты, полные тексты научных статей из российских и зарубежных журналов;
2. Электронно-библиотечная система IPRbooks - полнотекстовая база учебных и учебно-методических электронных изданий (<http://www.iprbookshop.ru>)
3. ФГНУ «Научная педагогическая библиотека имени К. Д. Ушинского» <http://elib.gnpbu.ru/>.
4. Электронно-библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ» - полнотекстовая база учебных и учебно-методических электронных изданий (www.biblio-online.ru)
5. ЭПС «Система Гарант-Максимум»
6. ЭПС «Консультант Плюс»
7. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» <http://window.edu.ru/>.
8. Научная педагогическая электронная библиотека <http://elib.gnpbu.ru/>

11. Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных сетей

В процессе организации учебной практики руководителями от выпускающей кафедры могут применяться следующие информационные технологии:

- использование дистанционной технологии при обсуждении материалов практики с руководителем;
- использование мультимедийных технологий при выступлении на заключительной конференции;
- использование компьютерных технологий и программных продуктов (MSOffice и др.), необходимых для сбора, систематизации, хранения, представления учебной и научной информации;
- подготовка, конструирование и презентация итогов исследовательской и аналитической деятельности;
- самостоятельный поиск дополнительного учебного и научного материала, с использованием поисковых систем и сайтов сети Интернет, электронных энциклопедий и баз данных;
- использование электронной почты преподавателей и обучающихся для рассылки, переписки и обсуждения возникших учебных проблем во время прохождения практики.

Перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

п/п	№	Название программы/Системы	Описание программы/Системы
1		КонсультантПлюс	Справочная правовая система
2		Microsoft PowerPoint	Программа для создания и демонстрации презентаций

3	Windows Media Player	Программы, демонстрации видео материалов
4	Google chrome, Yandex	Программы, обеспечивающие доступ в сеть Интернет

12. Материально-техническая база, необходимая для проведения практики

№№ пп	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
1	Бытовые помещения, соответствующие действующим санитарным и противопожарным нормам, а также требованиям техники безопасности при проведении учебных и научно-производственных работ	Оборудованные рабочие места: компьютер (с выходом в Интернет), принтер, сканер, ксерокс, мультимедиа, телевизор, CD-проигрыватель, интерактивная доска.
2	Учебная аудитория для проведения консультаций 150014, г. Ярославль, Которосльская набережная, д. 66, учебный корпус 5, каб. № 416	Специализированная мебель, набор демонстрационного оборудования (стационарный мультимедийный проектор, средства звуковоспроизведения, экран), выход в Интернет.
3	Помещение для самостоятельной работы и выполнения проектных работ (Ресурсный центр ФРФиК) 150014, г. Ярославль, Которосльская набережная, д. 66, учебный корпус 5, каб. № 307.	Специализированная мебель, 12 ПК, комплект лицензионного программного обеспечения, ЭБС «IPRbooks», ЭБС «eLIBRARY.ru», справочно-правовая система «Консультант Плюс», доступ в электронную образовательную среду университета moodle, на сайт университета http://yspu.org

13. Рекомендации по организации самостоятельной работы обучающихся в период учебной практики

Самостоятельная работа обучающихся в период практики составляет 108 часов.

Примерный перечень вопросов для обсуждения на итоговой конференции

1. Удовлетворены ли Вы работой на предприятии – базе практики? Если Вы не удовлетворены, то чем именно?

2. Какие формы работы вызывали трудности в организационной профессиональной подготовке?
3. По каким направлениям работы сложнее всего было подготовить тексты определенной жанрово-стилевой направленности? Каковы причины данных трудностей?
4. Какие основные коммуникационные технологии Вы использовали?
5. Какие проблемы оказались наиболее существенными на предприятии – базе практики?
6. Что бы Вы изменили в организации данной учебной практики?
7. Что Вам лично дала учебная практика?
8. Ваше впечатление о работе предприятия – базе практики в целом?
9. Насколько Вы оцениваете свою работу на предприятии – базе практики?
10. Ваши пожелания, предложения по улучшению учебной практики.

Схема анализа информационно-коммуникационной деятельности

1. Какие цели и задачи ставились руководителем практики в начале работы и возникали в течение всей практики?
2. В какие виды деятельности и в какой форме Вы включались при разработке и реализации проекта:
 - исследовательские;
 - подготовительные;
 - познавательные.
3. С какими трудностями встретились при работе на предприятии – базе практики? В чем они заключались? Конфликтные ситуации в коллективе и способы их предотвращения.

Схема анализа проблемной ситуации.

- I. Идентификация проблемной ситуации.
Анализ ситуации предполагает размышление и ответы на следующие вопросы:
 1. Что предшествовало возникновению проблемной ситуации?
 2. Что способствовало ее обострению?
 3. В чем смысл разрешения этой ситуации для меня?
 4. В каких отношениях мы были до возникновения проблемной ситуации?
 5. Что изменилось в наших отношениях?
 6. В чем интересы каждого из нас (зафиксируйте отдельно свои и участника (или участников) проблемной ситуации)?
- II. Анализ собственного отношения к возникшей проблеме.
 1. Чем мне неприятна данная ситуация?
 2. Что в ней кажется мне ценным?
 3. Чего я хочу от участников проблемной ситуации?
 4. Вправе ли я этого хотеть?
 5. Помогаю ли я в разрешении этой ситуации?
 6. Соблюдаю ли я в этой ситуации наши обоюдные интересы или только интересы одной стороны?

Я использую эту ситуацию:

- а) чтобы узнать участников проблемной ситуации;
- б) чтобы помочь им;
- в) чтобы застраховаться от неприятностей;
- г) чтобы заставить другого делать так, как считаю нужным;
- д) чтобы все мои интересы были реализованы.

- III. Анализ поведения участников проблемной ситуации.

1. Была ли другая сторона инициатором проблемной ситуации конфликта или оказалась втянутым в него?
 2. Было ли поведение участника проблемной ситуации защитной мерой (помните, что нападение тоже может быть защитой) или он пытался осмыслить происходящее?
 3. Был ли участник проблемной ситуации настроен на конфронтацию или - на согласие?
 4. Был ли он активен в споре или сразу занял пассивную роль?
 5. Как вы предполагаете, нужен ли участнику проблемной ситуации этот конфликт? Чего он ждет в нем от себя? Чего - от вас?
 6. Какие основные способы сотрудничества Вы использовали? Проиллюстрируйте на примере одной из проблемных ситуаций.
4. Методы и приемы работы в организационный период проекта: для адаптации участников проекта; для создания микроклимата; способы коллективного целеполагания и планирования проекта; организация сотрудничества в проектной группе и т.д.,

Схема составления характеристики предприятия – базы практики при осуществлении коммуникационной деятельности.

1. Характеристика основной деятельности предприятия.
2. Миссия предприятия. Основные стратегические цели развития. Корпоративная культура. Состояние репутационного капитала предприятия.
3. Функционально-организационная структура предприятия. Руководство предприятия.
4. Оценка степени развития организации (по любой модели).
5. Общие сведения о трудовом коллективе предприятия – базы практики: количество сотрудников.
6. Общие сведения о коммуникационной политике предприятия.
7. Оценка нематериальных активов предприятия. Характеристика инновационной продукции предприятия.
8. Факторы, оказывающие влияние на формирование репутационного капитала предприятия (влияние конкурентного окружения, потребительское поведение, общественное мнение, мнение целевых групп PR-воздействия и т.п.).
9. Выводы и предложения по содержанию и организации коммуникационной деятельности на предприятии.

Схема оценки проектной деятельности

1. Период планирования и реализации проекта (структурное подразделение, ответственное за ведение проекта, форма организации, тема проекта).
2. Актуальность темы проекта. Новизна проекта. Технико-экономическое обоснование проекта. Цели и задачи проекта
3. Организация планирования проекта. План-график реализации плана. Ответственные за этапы разработки. Финансовое и материально-техническое обеспечение разработки. Бизнес-планирование.
4. Этапы прохождения проектирования с подробным описанием приемов и методов работы, дополнительно используемых средств.
5. Мотивационно-психологическое сопровождение проекта. Интерес участников проектной группы и их активность на каждом этапе.
6. Оцените свою профессиональную позицию на каждом этапе, стиль общения и взаимодействия с участниками проектной группы.

С какими организационными, методическими, психологическими трудностями Вы столкнулись при подготовке и реализации проекта? Что бы Вы хотели изменить?

14. Методические рекомендации

Отчетной документацией по учебной практике является отчет и дневник студента-практиканта с ежедневными записями о проделанной работе и приложения к дневнику, включающие оформленные задания по практике.

Отчет и итоговый дневник студента по практике хранится на кафедре в течение трех лет.

1. В ходе практики студент составляет итоговый письменный отчет. Цель отчета – показать степень полноты выполнения студентом программы практики. В отчете отражаются итоги деятельности студента во время прохождения практики в соответствии с разделами и позициями, анализ, обоснования, выводы и предложения.

2. Объем отчета (основной текст) – 10-15 страниц. Таблицы, схемы, диаграммы, чертежи можно поместить в приложения, в этом случае в основной объем отчета они не входят. Список документов, нормативных и инструктивных материалов и литературы в основной объем отчета не включаются.

3. Отчет о практике должен содержать:

3.1. Титульный лист (по форме университета в год сдачи отчета).

3.2. Оглавление (содержание) отчета.

3.3. Введение (обоснование актуальности практик, формулирование цели и задач, которые студент ставит перед собой на время практики, планируемые результаты).

3.4. Содержание и анализ всех видов деятельности в период практики (согласно заданию по практике). Результаты работы оформляются в виде таблиц, графиков с последующим анализом.

3.5. Дневник практики.

3.6. Заключение (анализ достигнутых результатов).

3.7. Список литературы.

3.8. Приложения (Таблицы, схемы, иллюстрации, фотографии, расчёты, списки нормативных документов, литература).

3.9. Характеристика студента-практиканта, подписанная руководителем организации.

В основной части отчет по практике необходимо отразить следующие позиции:

- общая характеристика места прохождения практики: специализация организации (предприятия) и подразделения (департамента, управления, отдела, цеха), тип организации (тип производства), назначение и характер продукции (услуг, товаров);

План характеристики (изучения) информационно-коммуникационной деятельности предприятия – базы практики
Специфика производственной деятельности предприятия. Миссия. Стратегические цели развития, анализ и оценка развития организации
Описание функционально-организационной структуры предприятия
Квалификация персонала
Описание информационно-коммуникационной деятельности предприятия
Моделирование «портрета» целевой общественности Разработка и производство коммуникативных продуктов Изучение критериев контроля коммуникационной деятельности Участие в организации ивент-мероприятий компании Идентификация проблемных ситуаций Участие в организации отбора коммуникативно-жанрового инструментария в соответствии с программой коммуникационной деятельности компании
Участие в совещании по целеполаганию и планированию участия в рекламных, PR-мероприятиях и SMM-продвижении компании (по стандартной методике) Участие в совещаниях по организации предприятия

Внесение ценных предложений по целеполаганию и планированию участия в рекламных, PR-мероприятиях и SMM-продвижении компании с учетом подготовки текстов, поддерживающих коммуникационную политику компании
 Участие в согласовании плана коммуникационной политики предприятия
 Участие в согласовании и оформлении документации по копирайтингу
 Разработка SMM-продвижения

- характеристика основных направлений деятельности организации (предприятия) и реализуемых проектов;
- характеристика выполненных заданий;
- материалы по разделам
- выводы и рекомендации о прохождении практики.
- отчет брошюруется в папку.

По окончании практики отчет вместе с дневником представляется руководителю практики от организации, проверяется и подписывается им и заверяется печатью. Затем сдается вместе с дневником и отзывом-характеристикой руководителя практики от организации, после его регистрации на кафедре, руководителю практики от кафедры.

Дневник прохождения практики

1. Выполненную за каждый день работу с указанием сведений, материалов, полученных при прохождении практики, студент-практикант отражает в дневнике практики.

2. Дневник содержит:

- информацию о месте и сроках прохождения практики;
- календарный график прохождения практики;
- наименование подразделений, где проходила практика;
- содержание разрабатываемых и изучаемых вопросов практики, выполненная по ним работа;
- календарные сроки выполнения всех позиций проведенных работ;
- список материалов, собранных студентом в период прохождения практики для написания ВКР (если имеется);
- замечания и рекомендации руководителя практики от кафедры.

3. По окончании практики дневник подписывается руководителем практики от организации.

4. Дневник сдается вместе с отчетом о практике, после его регистрации на кафедре, руководителю практики от кафедры.

15. Организация практики на заочном отделении

Отличий от практики на дневном отделении в количестве часов, недель, зачетных единиц и месте прохождения практики нет.

16. Особенности организации практики для студентов из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

1. Базы учебной практики для студентов из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и (или) инвалидов подбираются кафедрой с учетом особенностей их психофизического развития, их индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

2. Учебная практика для студентов из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и (или) инвалидов в случае необходимости проводится стационарно (на кафедре).

3. Каждому студенту из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и (или) инвалидов на время прохождения учебной практики в случае необходимости назначается индивидуальный консультант. Студенты из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и (или) инвалиды в зависимости от их индивидуальных возможностей и состояния здоровья могут быть обеспечены пакетом необходимых документов об организации и содержании практики.

4. Содержание практики может быть скорректировано в зависимости от особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья студентов из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и (или) инвалидов.

Приложение 1

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

Факультет русской филологии и культуры факультет

Кафедра теории коммуникации и рекламы

Направление подготовки: 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Реклама и связи с общественностью»

Форма обучения очная

Курс 1

Группа _____

ДНЕВНИК

прохождения учебной практики (информационно-коммуникационной)

способ проведения практики: стационарная

Форма проведения практики: дискретно по видам

В

(на) _____

(наименование организации)

с _____ по _____

(указать дату)

(указать дату)

Студент _____

(подпись)

(инициалы и фамилия)

Руководитель практики

от организации

(должность) (место печати)

МП

(подпись)

(И.О. Фамилия)

Ярославль-20_____

**ФГБОУ ВО «Ярославский государственный педагогический
университет им. К.Д. Ушинского»
(ЯГПУ им. К.Д. Ушинского)**

« ____ » _____ 20__ г.

НАПРАВЛЕНИЕ НА ПРАКТИКУ № _____

Выдано студенту _____
(фамилия, имя, отчество)

направленному в _____

_____ (пункт назначения)

для прохождения учебной практики (информационно-коммуникационной) _____

срок проведения практики « ____ » _____ 20__ г. по « ____ » _____ 20__ г.

Основание: Приказ № _____ от « ____ » _____ 20__ г.

Руководитель практики:

**ОТМЕТКИ О ПРИБЫТИИ В ПУНКТЫ НАЗНАЧЕНИЯ И
ВЫБЫТИИ ИЗ НИХ:**

Убыл из _____
« ____ » _____ 20__ г.
Печать Подпись

Прибыл _____
« ____ » _____ 20__ г.
Печать Подпись

Прибыл _____
« ____ » _____ 20__ г.
Печать Подпись

Убыл из _____
« ____ » _____ 20__ г.
Печать Подпись

Примечание: отметки о прибытии и выбытии делаются по месту прохождения практики.

I. МЕСТО И СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Студент _____
__1__ курса факультета РФиК направления подготовки 42.03.01. Реклама
и связи с общественностью, профиль «Реклама и связи с общественностью»

_____ направляется для прохождения учебной практики в:

Объем практики составляет __3__ зачетные единицы.

Сроки практики: с «___» _____ 20__ г. по «___» _____ 20__ г.

Студент обязан представить *дневник, отчет о прохождении производственной практики, характеристику, табель посещения практики* до «___» _____ 20__ г. и получить зачет с оценкой по практике в соответствии с требованиями формы аттестации результатов практики, установленными учебным планом до «___» _____ 20__ г.

М.П.

Руководитель практики

«___» _____ 20__ г.

II. РАБОТА СТУДЕНТА В ПРОФИЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Студент _____
прибыл на учебную практику в профильную организацию:

« ____ » _____ 20 ____ г.

Профильная организация расположена по адресу:

Проходит практику в качестве _____
в _____
_____ с « ____ » _____ 20 ____ г.

Студент закончил прохождение практики « ____ » _____ 20 ____ г.

М.П. _____ Руководитель практики от профильной организации:

(ФИО)

(должность)

« ____ » _____ 20 ____ г.

III. ИНСТРУКТАЖ ПО ОХРАНЕ ТРУДА И ТЕХНИКЕ БЕЗОПАСНОСТИ

Характер инструктажа	Дата	Кто проводил инструктаж	Подпись студента
Водный инструктаж Повторный инструктаж на рабочем месте			

Руководитель практики от ЯГПУ:

Руководитель практики от
профильной организации:

(ФИО, подпись)

(ФИО, подпись)

(Должность)

(Должность)

Студент _____ (ФИО) _____ (подпись)

IV. ОБЯЗАННОСТИ СТУДЕНТА НА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКЕ

1. Полностью пройти практику в соответствии с указанными в приказе по Университету сроками.
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.
8. Вести дневник, в который записываются сведения, указанные в программе практики.
9. Заверить подписями и печатями дневник практики, получить заверенную подписью и печатью характеристику.
10. По окончании практики сдать на проверку руководителю практики от ЯГПУ отчет, дневник, характеристику, представить собранные материалы для написания выпускной квалификационной работы и своевременно пройти форму аттестации, предусмотренную учебным планом и ФГОС ВО.

VI. ОБЯЗАННОСТИ РУКОВОДИТЕЛЕЙ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

1) Руководитель практики от ЯГПУ:

- 1.1. Составляет рабочий график (план) проведения практики;
- 1.2. Разрабатывает индивидуальные задания для обучающихся, выполняемые в период практики;
- 1.3. Участвует в распределении обучающихся по рабочим местам и видам работ в организации;
- 1.5. Осуществляет контроль соблюдения сроков проведения практики и соответствия ее содержания требованиям, установленным ОПОП ВО;
- 1.6. Оказывает методическую помощь обучающимся при выполнении ими индивидуальных заданий, а также при сборе материалов к выпускной квалификационной работе в ходе преддипломной практики;
- 1.7. Оценивает результаты прохождения практики обучающимися.

2) Руководитель практики от профильной организации:

- 2.1. Согласовывает индивидуальные задания, содержание и планируемые результаты практики;
- 2.2. Предоставляет рабочие места обучающимся;
- 2.3. Обеспечивает безопасные условия прохождения практики обучающимся, отвечающие санитарным правилам и требованиям охраны труда;
- 2.4. Проводит инструктаж обучающихся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка.
- 2.5. Проводит инструктаж обучающихся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка.

3) При проведении практики в профильной организации руководителем практики от ЯГПУ и руководителем практики от профильной организации составляется совместный рабочий график (план) проведения практики.

VII. СОВМЕСТНЫЙ РАБОЧИЙ ГРАФИК (ПЛАН) ПРОВЕДЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Студент: _____ Группа: _____
(Фамилия ИО) (номер группы, курс)

Направление подготовки: 42.03.01. Реклама и связи с общественностью

Профиль: Реклама и связи с общественностью

Место прохождения практики: _____

Сроки прохождения практики: _____

№ п/п	Наименование темы или работы (вид работ)	Кол-во рабочих дней	Сроки исполнения (Дата)	Отметка о выполнении

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

(ФИО)

(должность)

М.П. Руководитель практики от профильной организации:

(ФИО)

(должность)

VII. ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ НА УЧЕБНУЮ ПРАКТИКУ

Студенту: _____ **Группа:** _____
(Фамилия ИО) (группа, курс)

Направление подготовки: 42.03.01. Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью

Место прохождения практики: _____
(Полное наименование организации, местонахождение)

Задание на практику (заполняется в соответствии с программой практики):	Сроки выполнения	Планируемые результаты

Продолжительность практики: 2 недели

Сроки прохождения практики: с _____ по _____

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

(ФИО)

(должность)

«Согласовано» -

М.П.

Руководитель практики от профильной организации:

(ФИО)

(должность)

VIII. ДНЕВНИК
прохождения учебной практики

№ п/п	Содержание выполняемых работ	Сроки выполнения		Заключение и оценка руководителя практики от организации
		Начало	Окончание	
1	2	3	4	5
...				

ЗАМЕЧАНИЯ И РЕКОМЕНДАЦИИ РУКОВОДИТЕЛЕЙ СТУДЕНТУ
В ПРОЦЕССЕ ПРОХОЖДЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Дата	Характер замечаний и рекомендаций	Ф.И.О. и должность руководителя

IX. ХАРАКТЕРИСТИКА

Студента-практиканта _____

(фамилия, имя, отчество)

1 курса ФРФиК направления «Реклама и связи с общественностью», проходившего учебную практику

в _____

с « _____ » по « _____ » 201__ года

1. Общая оценка:

№	Оцениваемая характеристика	Оценка			
		5	4	3	2
1	Уровень подготовленности студента к прохождению практики				
2	Умение правильно определять и эффективно решать профессиональные задачи				
3	Степень самостоятельности при выполнении заданий по практике				
4	Инициативность				
5	Оценка трудовой дисциплины				
6	Оценка уровня выполнения индивидуальных заданий				

2. Виды и объем выполненных студентом работ, качество выполненных работ:

3. Отношение студента к работе, дисциплинированность:

4. Полученные и проявленные студентом практические навыки и умения, сформированные у студента профессиональные компетенции по направлениям и профилям подготовки, теоретическая подготовка:

5. Оценка прохождения студентом практики в целом (отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно): _____

Заключение о работе студента:

В процессе прохождения _____ практики в период с _____ по _____
(указать дату) (указать дату)

студент (ка) _____ проявил(а) себя как _____
(Ф.И.О.) (перечислить качества)

Кроме того, он(а) принял(а) непосредственное участие в разработке

(перечень разработанных вопросов)

Предоставленный отчет о прохождении учебной практики соответствует предъявляемым требованиям.

Считаю, что результат прохождения практики можно оценить на _____
(указать: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»)

Руководитель практики
от организации

(должность) МП место печати)
«_____» _____ 20____ г.

(подпись)

(Фамилия, имя, отчество полностью)

**Х. ОТЗЫВ РУКОВОДИТЕЛЯ ПРАКТИКИ ОТ ЯГПУ
О ВЫПОЛНЕНИИ СТУДЕНТОМ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ
ПРАКТИКИ И ПОЛНОТЕ СБОРА МАТЕРИАЛОВ
(с учетом уровня сформированности компетенций)**

Код компетенции	Сформирована	Частично сформирована	Не сформирована
ОК-5 «Способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия»			
ОПК-6 «Способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности»			
ПК-1 «Способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью»			
ПК-2 «Владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации»			
ПК-3 «Владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами»			
ПК-4 «Владение навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)»			

ПК-5 «Способность реализовывать проекты и владеть методами их реализации»			
ПК-6 «Способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внешней и внутренней коммуникации»			
ПК-7 «Способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий»			
ПК-8 «Способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы»			
ПК-9 «Способность проводить маркетинговые исследования»			
ПК-10 «Способность организовывать и проводить социологические исследования»			
ПК-11 «Владение навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов»			
ПК-12 «Способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации»			
ПК-13 «Способность под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия»			
ПК-14 «Способность реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности»			
ПК-15 «Владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы / связей с общественностью»			
ПК-16 «Способность под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая			

текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы»			

Заключение: _____

Оценка пройденной практики руководителем от ЯГПУ

(уровень подготовки, квалификация, выполнение графика практики,
дисциплинированность и т.д.)

Руководитель практики

от ЯГПУ им. К.Д. Ушинского _____

(подпись)

/

(расшифровка подписи)

« ____ » _____ 20 ____ г.

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 совместный график прохождения практики с руководителем практики от университета, в котором отражаются следующие мероприятия, например:
 - знакомство со структурой организации и правилами внутреннего распорядка;
 - проведение повторного инструктажа на рабочем месте по соблюдению техники безопасности;
 - прохождение практики в соответствии с программой практики и индивидуальным заданием;
 - подготовка дневника 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. Прибыв на место практики студент-практикант обязан:

- 2.1. Ознакомиться с правилами внутреннего распорядка и техникой безопасности в организации и неуклонно их выполнять.
- 2.2. Встретиться с руководителем практики от профильной организации и согласовать с ним задания, выполняемые в период практики, и совместный график работы, подписать у него необходимые страницы дневника практики и проставить печати.

3. Обязанности студента в период практики:

- 3.1. Ежедневно вести дневник в строгом соответствии с программой практики и индивидуальным заданием (отражаются все виды работ и проводимые исследования);
- 3.2. Дневник должен быть полностью закончен на месте практики и там же представлен для отзыва о работе студента руководителю практики от профильной организации.

4. Возвратившись с практики, студент-практикант обязан:

Представить руководителю практики от университета дневник и другие отчетные документы по практике.

Приложение 2

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

Факультет русской филологии и культуры
Кафедра теории коммуникации и рекламы
Направление подготовки: 42.03.01. Реклама и связи с общественностью
Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью

ОТЧЕТ

о прохождении учебной практики (информационно-коммуникационной)

_____ (Ф.И.О. студента)
_____1_____ курса _____очной_____ формы обучения, группа _____

Место прохождения практики _____
(указывается полное наименование организации в соответствии с уставом)

Руководитель практики от ЯГПУ им. К.Д. Ушинского

_____ (ученая степень, звание, должность)

_____ (подпись)

_____ (И.О. Фамилия)

Ярославль – 20____

Оформление отчета о прохождении учебной практики

По результатам практики студент бакалавриата 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.

Для составления, редактирования и оформления отчета студентам отводятся последние 1-2 дня после окончания учебной практики.

Кафедрой теории коммуникации и рекламы рекомендуется следующий порядок размещения материала в отчете:

ОСНОВНОЙ РАЗДЕЛ.

В основном разделе в подразделе 3.1 описывается поэтапное выполнение программы учебной практики:

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Кол-во часов
1. Подготовительный этап		
1.1.		
1.2.		
и т.д.		
2. Начальный этап		
2.1.		
2.2.		
и т.д.		
3. Основной этап		
3.1.		
и т.д.		
4. Заключительный этап		
4.1.		
и т.д.		
Итого:		

В подразделе 3.2 описывается выполнение программы учебной практики.

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 - полуторный, выравнивание – по ширине. Отступ в первых строках – 10 мм.

Шрифт предпочтительно *Times New Roman*. Размер шрифта: для текста – 14, для названия разделов – 15 полужирный, буквы заглавные; для названия подразделов – 15 полужирный, буквы прописные.

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.

Все страницы отчета нумеруют арабскими цифрами внизу страницы по центру.

Сокращения слов, кроме общепринятых, не допускаются.

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

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.

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.

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

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

У Т В Е Р Ж Д А Ю
Проректор по учебной работе
В.П. Завойстый
« ____ » _____ 201 г.

Программа учебной практики

Наименование практики:

Б2.У2. Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности (Изучение рынка труда)

Способ проведения практики: **стационарная**

Форма проведения практики: **дискретно по периодам**

Рекомендуется для направления подготовки:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(шифр и наименование направления)
(профиль «Реклама и связи с общественностью»)

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Разработчики:

доцент кафедры теории
коммуникации и рекламы, к. пед. н.,

О.Л. Цветкова

Утверждено на заседании кафедры

наименование кафедры

23 января 2018 г.

Протокол № _____

Зав. кафедрой

И.В. Шустина

1. Цели практики:

Целью учебной практики является: подготовка студента к решению конкретных задач в области рекламы и связей с общественностью

2. Задачи практики:

Задачами практики являются:

- закрепление знаний, полученных в процессе изучения дисциплин профессионального цикла (базовой и вариативной части);
- овладение навыками информационно-творческой, социально-психологической, информационно-коммуникационной, информационно-управленческой, рекламно-информационной, информационно-аналитической, информационно-референтской, культурно-просветительской, организационно-рекламной, информационно-социологической, научно-исследовательской деятельности;

3. Место практики в структуре образовательной программы (ОП):

Учебная практика включена в вариативную часть ОП.

Студент должен:

Знать:

- основные методы, способы и средства получения и переработки информации;
- приемы работы с информацией;
- основные приемы самоорганизации и самообразования;
- технологии управления временем;

Уметь:

- распознавать информацию, полученную из разных источников, и системно анализировать ее;
- формулировать цели и задачи, выбирать пути их достижения;
- распределять время для решения личных и профессиональных задач;
- распознавать ситуацию дефицита знаний и умений

Владеть:

- основными методами решения учебных, профессиональных и общекультурных задач;
- технологиями тайм-менеджмента и самоорганизации;
- приемами регуляции функционального состояния
- приемами организации рабочего места

Практика проводится с отрывом от аудиторных занятий.

Прохождение практики является необходимой основой для последующего изучения дисциплин «Управление медиа (теория и практика массовой коммуникации)», «Основы маркетинга», прохождения производственной практики, подготовки и написания курсовой работы.

4. Место и время проведения учебной практики

4. Место и время проведения учебной практики

Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков исследовательской деятельности (Изучение рынка труда) включена в вариативную часть ОП и является обязательным видом учебной работы бакалавра, по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» с профилем подготовки «Реклама и связи с общественностью». Практика проводится на базе кафедры теории коммуникации и рекламы.

При выборе баз практики необходимо руководствоваться следующими критериями:

Наличие определенной функционально-организационной модели организации-базы практики.

Функциональная направленность на информационно-коммуникационную деятельность организации или структурного подразделения предприятия, в котором студент проходит учебную практику.

Укомплектованность организации – базы практики кадрами, обладающими высоким профессиональным уровнем и практическим опытом в сфере рекламной и PR-коммуникаций.

Благоприятный психологический климат в коллективе (по итогам аттестации образовательного учреждения).

Высокий уровень материально-технической базы, соответствующей современным требованиям, обеспеченность нормативно-правовой документацией и профессионально-справочной литературой, техническими средствами, оборудованием, достаточным для овладения студентами современным рекламным и PR-инструментарием.

Практика проводится в течение 2 недель на 1 курсе во 2 семестре. Группы формируются в составе до 15 человек на одного руководителя, являющегося работником профильной организации, в которую студент направляется для прохождения учебной практики.

5. Объем учебной практики в зачетных единицах и ее продолжительность в неделях и академических часах

3 зачетные единицы

108 академических часов

2 недели

6. Перечень планируемых результатов прохождения практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы:

Практика направлена на формирование следующих компетенций: ОПК-1, ОПК-2, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-11, ПК-12, ПК-13, ПК-14, ПК-15, ПК-16

КОМПЕТЕНЦИИ		Перечень компонентов	Средств а формиро вания	Средств ва оценив ания	Уровни освоения компетенций
Шиф р комп етенц ии	Формулиров ка				
Общекультурные компетенции не предусмотрены					
Общепрофессиональные компетенции ОПК-1, ОПК-2					
ОПК-1	способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах	Знать: - основные требования, предъявляемые к специалисту по рекламе и связям с общественностью; - основные положения экономической теории, менеджмента и маркетинга; - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации,	- Работа с информационными источниками - Ситуационный анализ - Интерпретация и представление результатов	Зачет с оценкой Дневник практик и Отчет по практике	Базовый уровень: Знать: - знает базовую терминологию предметной области; основные требования, предъявляемые к специалисту по рекламе и связям с общественностью; основные положения экономической теории, менеджмента и маркетинга; основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами; основную специфику стандартных рекламных и PR-обращений в зависимости от канала распространения, - усвоил основную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины Уметь: - умеет применять на практике знание основных законов

		лидерства и управления конфликтами; - специфика рекламных и PR-обращений в зависимости от канала распространения, Уметь: - применять на практике знание основных законов экономической теории, менеджмента и маркетинга для решения профессиональных задач; - аргументированно обсуждать профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения Владеть: - основными приемами менеджмента и маркетинга; - навыками работы в команде; - навыками анализа текста с точки зрения используемых в нем приемов воздействия на аудиторию, - навыками создания текста в соответствии с поставленной задачей			экономической теории, менеджмента и маркетинга для решения профессиональных задач; - умеет аргументированно обсуждать основные профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения Владеть: - владеет основными приемами менеджмента и маркетинга; - владеет базовыми навыками работы в команде; - владеет базовыми навыками анализа текста с точки зрения используемых в нем приемов воздействия на аудиторию, - владеет основными навыками создания текста в соответствии с стандартно поставленной задачей Повышенный уровень: Знать: - знает базовую терминологию предметной области; основные требования, предъявляемые к специалисту по рекламе и связям с общественностью; основные положения экономической теории, менеджмента и маркетинга; основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами; ситуативную специфику стандартных и нестандартных рекламных и PR-обращений в зависимости от канала распространения, - усвоил основную и дополнительную литературу, рекомендованную рабочей программой дисциплины Уметь: - умеет применять на практике знание основных законов экономической теории, менеджмента и маркетинга для решения творческих профессиональных задач; - умеет аргументированно обсуждать основные и специфические профессиональные проблемы,

					давать отзывы, отстаивать свою точку зрения Владеть: - владеет основными приемами менеджмента и маркетинга; - владеет навыками работы в команде; - владеет навыками анализа текста с точки зрения используемых в нем приемов воздействия на аудиторию, - владеет навыками создания текста в соответствии с стандартно и нестандартно поставленной задачей
ОПК-2	Владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы / связей с общественностью	Знать: - методы разработки и реализации организационно-управленческих решений; - методы управления деятельностью организации; - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами Уметь: - разрабатывать и оценивать варианты организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность;	- Работа с информационными источниками - Ситуационный анализ - Интерпретация и представление результатов	Зачет с оценкой Дневник практик и Отчет по практике	Знать: - знает базовую терминологию предметной области - знает основные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений; - знает типовые методы управления деятельностью организации; - знает основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами - знает основные методы анализа и обработки информации; - усвоил основную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины Уметь: - разрабатывать и оценивать варианты стандартных организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность; - организовывать деятельность малой группы Владеть: - методами организации кооперации с коллегами; - способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным;

		- организовывать деятельность малой группы Владеть: - методами организации кооперации с коллегами; -способностью работать в команде и самостоятельно , проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным; - современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение сотрудников		- современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение сотрудников Продвинутый уровень: - знает базовую терминологию предметной области - знает основные и специальные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений; - знает методологию и методики стратегического , тактического и оперативного методы управления деятельностью организации знает методики управления людьми в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами - знает основные методы анализа и обработки информации - усвоил основную и дополнительную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины Уметь: - разрабатывать и оценивать варианты стандартных и нестандартных организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность; - эффективно организовывать деятельность малой группы Владеть: - способен выбирать наиболее эффективные в конкретной ситуации методы организации кооперации с коллегами; -способен эффективно самостоятельно работать в команде, проявляя коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным, адекватно оценивая ситуацию; - владеет современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение сотрудников, понимая

					значимость собственного профессионального развития
Профессиональные компетенции: ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-11, ПК-12, ПК-13, ПК-14, ПК-15, ПК-16					
ПК-1	Способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельность и по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельность	Знать: - методы управления деятельностью организации (рекламных служб и служб по связям с общественностью); Уметь: - организовывать деятельность малой группы Владеть: - способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным;	- Работа с информационными источниками - Ситуационный анализ - Интерпретация и представление результатов	Зачет с оценкой Дневник практик и Отчет по практикам	Базовый уровень: Знать: - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами в сфере рекламы и связей с общественностью - усвоил основную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины Уметь: - по стандартным моделям организовывать деятельность малой группы в сфере рекламы и связей с общественностью Владеть: основными современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение сотрудников в сфере рекламы и связей с общественностью Повышенный уровень: Знать: базовые и ситуативные методы управления деятельностью организации в сфере рекламы и связей с общественностью; Уметь: - по стандартным и оригинальным моделям организовывать деятельность малой группы в сфере рекламы и связей с общественностью Владеть: - способен работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным;

	и и связей с общественностью				
ПК-2	Владение навыками по организации и оперативно му планированию своей деятельности и и деятельность и фирмы и организации	Знать: - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами (в своей деятельности и деятельности фирмы) Уметь: - формулировать цели и задачи, выбирать пути их достижения; Владеть: - способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину	- Работа с информационными источниками - Ситуационный анализ - Интерпретация и представление результатов	Зачет с оценкой Дневник практик и Отчет по практикам	Базовый уровень: Знать: - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами, Уметь: - формулировать цели и задачи, выбирать типовые пути их достижения; Владеть: -способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным Повышенный уровень: Знать: - основные и авторские теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами, Уметь: - формулировать цели и задачи, выбирать ситуативно обусловленные пути их достижения; Владеть: -способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным
ПК-3	Компетенция владеть навыками организационно-управленческой работы с малыми	Знать: - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы	- Работа с информационными источниками - Ситуационный анализ	Зачет с оценкой Дневник практик и Отчет по	Базовый уровень: Знать: - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами Уметь:

	коллективам и	мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами Уметь: - организовывать деятельность малой группы Владеть: - способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным	- Интерпретация и представление результатов	практике	- организовывать деятельность малой группы Владеть: - способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным Повышенный уровень: Знать: - основные и авторские теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами Уметь: - организовывать деятельность малой группы Владеть: - способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным
ПК-4	Владение навыками подготовки проектной документации (техно-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт	Знать: - основные формы проектной документации; Уметь: - использовать программное обеспечение для решения задач, связанных с проектной деятельностью Владеть: - навыками подготовки проектной документации	- Работа с информационными источниками - Ситуационный анализ - Интерпретация и представление результатов	Зачет с оценкой Дневник практик и Отчет по практикам	Базовый уровень: Знать: - знает основные методы анализа и обработки информации Уметь: - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации для типовой разработки Владеть: - способен разрабатывать на основе типовых документов технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт Повышенный уровень: Знать: - знает основные и специальные методы анализа и обработки информации Уметь: - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации с помощью стандартного и

					нестандартного программного обеспечения Владеть: навыками подготовки проектной документации
ПК-5	Способность реализовывать проекты и владеть методами их реализации	Знать: теорию менеджмента и маркетинга, основы бизнес-процессов Уметь: - ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций по управлению проектами Владеть: - методами реализации основных управленческих функций (принятие управленческого решения, организация, мотивация и контроль)	- Работа с информационными источниками - Ситуационный анализ - Интерпретация и представление результатов	Зачет с оценкой Дневник практик и Отчет по практике	Базовый уровень: Знать: - основные положения теории менеджмента и маркетинга, основы бизнес-процессов; Уметь: - ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций по управлению типовыми проектами Владеть: методами реализации основных управленческих функций (принятие управленческого решения, организация, мотивация и контроль) в типовом проекте; Повышенный уровень: Знать: - основные положения теории менеджмента и маркетинга, основы бизнес-процессов; Уметь: - ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций по управлению типовыми проектами Владеть: методами реализации основных управленческих функций (принятие управленческого решения, организация, мотивация и контроль) в типовом проекте;
ПК-6	Способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внешней и	Знать: структуру внутренних коммуникаций организации и их роль в создании имиджа фирмы Уметь: вычленять структурные компоненты	- Работа с информационными источниками - Ситуационный анализ - Интерпретация и представление результатов	Зачет с оценкой Дневник практик и Отчет по практике	Базовый уровень: Знать: - структуру основных внутренних коммуникаций организации и их роль в создании имиджа фирмы Уметь: вычленять основные структурные компоненты внутренних коммуникаций компании, Владеть:

	внутренней коммуникации	внутренних коммуникаций компании Владеть: - навыками анализа состояния внутренних коммуникаций компании,			- на базовом уровне навыками анализа состояния внутренних коммуникаций компании, Повышенный уровень: Знать: - структуру основных внутренних коммуникаций организации и их роль в создании имиджа фирмы Уметь: вычленять основные структурные компоненты внутренних коммуникаций компании, Владеть: - на базовом уровне навыками анализа состояния внутренних коммуникаций компании,
ПК-7	Способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	Знать: - этапы планирования, организации и контроля коммуникационных кампаний и мероприятий; Уметь: - осуществлять сбор, анализ и интерпретацию информации, необходимую для проведения, организации и контроля коммуникационных кампаний и мероприятий Владеть: - способен принимать участие в проектировании, планировании, подготовке и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий	- Работа с информационными источниками - Ситуационный анализ - Интерпретация и представление результатов	Зачет с оценкой Дневник практик и Отчет по практике	Базовый уровень: Знать: - знает основные этапы планирования, организации и контроля коммуникационных кампаний и мероприятий; Уметь: - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандартной коммуникационной кампании и мероприятия; Повышенный уровень: Знать: - знает основные этапы планирования, организации и контроля коммуникационных кампаний и мероприятий; Уметь: - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандартной коммуникационной кампании и мероприятия;

ПК-8	Способность организовывать подготовку к выпуску, производству и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	Знать: основы культуры речи Уметь: грамотно с точки зрения культуры речи оформлять тексты на русском языке. Владеть: - основными методами логической обработки информации;	- Работа с информационными источниками - Ситуационный анализ - Интерпретация и представление результатов	Зачет с оценкой Дневник практик и Отчет по практике	Базовый уровень: Знать: - основы культуры речи; Уметь: - умеет реализовывать основные коммуникативные намерения; логично рассуждать, грамотно структурировать высказывание; Владеть: - владеет основными методами логической обработки информации; Повышенный уровень: Знать: - основы культуры речи; Уметь: - умеет реализовывать основные коммуникативные намерения; логично рассуждать, грамотно структурировать высказывание; Владеть: - владеет основными методами логической обработки информации;
ПК-9	Способность проводить маркетинговые исследования	Знать: методы анализа и обработки информации Уметь: осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации Владеть: - способен разрабатывать планы, программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации;	- Работа с информационными источниками - Ситуационный анализ - Интерпретация и представление результатов	Зачет с оценкой Дневник практик и Отчет по практике	Базовый уровень: Знать: - знает основные методы анализа и обработки информации Уметь: - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандартного маркетингового исследования Владеть: - способен осуществлять типовые консультационные работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций Повышенный уровень: Знать: - знает основные методы анализа и обработки информации Уметь: - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандартного маркетингового исследования Владеть:

					- способен осуществлять типовые консультационные работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций
ПК-10	Способность организовывать и проводить социологические исследования	Знать: основные методы исследований Уметь: - осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации Владеть: - способен осуществлять консультационные работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций	- Работа с информационными источниками - Ситуационный анализ - Интерпретация и представление результатов	Зачет с оценкой Дневник практик и Отчет по практикам	Базовый уровень: Знать: - знает базовую терминологию предметной области Уметь: - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандартного социологического исследования Владеть: - способен осуществлять типовые консультационные работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций Повышенный уровень: Знать: - знает базовую терминологию предметной области Уметь: - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандартного социологического исследования Владеть: - способен осуществлять типовые консультационные работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций

ПК-11	Владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов	Знать: - требования к написанию аналитических справок, обзоров и прогнозов; Уметь: - делать презентацию аналитических справок, обзоров; Владеть: - навыками подготовки аналитических справок, обзоров и прогнозов.	- Работа с информационными источниками - Ситуационный анализ - Интерпретация и представление результатов	Зачет с оценкой Дневник практик и Отчет по практике	Базовый уровень: Знать: - формы и способы представления аналитических справок, обзоров и прогнозов; Уметь: - делать презентацию аналитических справок, обзоров; Владеть: - способен осуществлять типовые консультационные работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций Повышенный уровень: Знать: - формы и способы представления аналитических справок, обзоров и прогнозов; Уметь: - делать презентацию аналитических справок, обзоров; Владеть: - способен осуществлять типовые консультационные работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций
ПК-12	Способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах	Знать: - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами в общественных, производственных	- Работа с информационными источниками - Ситуационный анализ - Интерпретация и представление результатов	Зачет с оценкой Дневник практик и Отчет по практике	Базовый уровень: Знать: - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации; Уметь: - умеет аргументированно обсуждать основные профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения

	массовой информации	нных, коммерческих структурах, средствах массовой информации; Уметь: - аргументированно обсуждать профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения Владеть: - навыками работы в команде в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации			Владеть: - владеет базовыми навыками работы в команде в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации; Повышенный уровень: Знать: - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации; Уметь: - умеет аргументированно обсуждать основные профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения Владеть: - владеет базовыми навыками работы в команде в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;
ПК-13	Способность под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия	Знать: - этапы планирования рекламных кампаний и мероприятий; Уметь: - осуществлять сбор, анализ и интерпретацию информации, необходимую для проведения рекламных кампаний и мероприятий Владеть: - навыками работы в команде при проведении	- Работа с информационными источниками - Ситуационный анализ - Интерпретация и представление результатов	Зачет с оценкой Дневник практик и Отчет по практике	Базовый уровень: Знать: - знает основные методы сбора информации для планирования стандартных рекламных кампаний и мероприятий; Уметь: - умеет осуществлять сбор, анализ и интерпретацию информации, необходимой для проведения стандартных рекламных кампаний и мероприятий Владеть: - способен работать в команде при проведении рекламных кампаний и мероприятий Повышенный уровень: Знать: - знает основные методы сбора информации для планирования стандартных рекламных кампаний и мероприятий; Уметь:

		рекламных кампаний и мероприятий			- умеет осуществлять сбор, анализ и интерпретацию информации, необходимой для проведения стандартных рекламных кампаний и мероприятий Владеть: - способен работать в команде при проведении рекламных кампаний и мероприятий
ПК-14	Способность реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности	Знать: - основные положения экономической теории, менеджмента и маркетинга; Уметь: - применять на практике знание основных законов экономической теории, менеджмента и маркетинга для решения профессиональных задач; Владеть: - основными приемами менеджмента и маркетинга;	- Работа с информационными источниками - Ситуационный анализ - Интерпретация и представление результатов	Зачет с оценкой Дневник практик и Отчет по практикам	Базовый уровень: Знать: основные положения экономической теории, менеджмента и маркетинга; основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами; Уметь: - умеет аргументированно обсуждать основные профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения Владеть: - владеет основными приемами менеджмента и маркетинга; Повышенный уровень: Знать: основные положения экономической теории, менеджмента и маркетинга; основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами; Уметь: - умеет аргументированно обсуждать основные профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения Владеть: - владеет основными приемами менеджмента и маркетинга;
ПК-15	Владение навыками работы в отделе	Знать: - основные теории и концепции	- Работа с информационными	Зачет с оценкой Дневник	Базовый уровень: Знать: - знает основные теории и концепции взаимодействия

	рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве	взаимодействия людей в организации (отдел рекламы, маркетинговый отдел, рекламное агентство), в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами Уметь: организовывать деятельность малой группы Владеть: - способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным;	источникам и - Ситуационный анализ - Интерпретация и представление результатов	практики и Отчет по практике	людей в организации (отдел рекламы, маркетинговый отдел, рекламное агентство), в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами Уметь: - организовывать деятельность малой группы Владеть: -способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным; Повышенный уровень: Знать: - знает основные теории и концепции взаимодействия людей в организации (отдел рекламы, маркетинговый отдел, рекламное агентство), в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами Уметь: - организовывать деятельность малой группы Владеть: -способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным;
ПК-16	Способность под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производству и распространение	Знать: - специфику рекламных и PR-обращений в зависимости от канала распространения, Уметь:	- Работа с информационными источниками и - Ситуационный анализ - Интерпретация и	Зачет с оценкой Дневник практики и Отчет по практике	Базовый уровень: Знать: - знает базовую терминологию предметной области; Уметь: - умеет реализовывать основные коммуникативные намерения; логично рассуждать, грамотно структурировать высказывание; Владеть:

	рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы	- осуществлять выбор компьютерной программы для создания рекламного продукта в зависимости от его специфики производства и распространения Владеть: практическим и навыками ведения проектов, связанных с разработкой рекламного продукта	представление результатов		- владеет основными методами логической обработки информации; Повышенный уровень: Знать: - знает базовую терминологию предметной области; Уметь: - умеет реализовывать основные коммуникативные намерения; логично рассуждать, грамотно структурировать высказывание; Владеть: - владеет методами логической обработки информации;

* описание оценочных средств находится в разделе «Фонд оценочных средств» образовательной программы

7. Содержание практики

7.1. Общая трудоемкость практики составляет 3 зачетные единицы, или 2 недели, или 108 часов.

№ п/п	Разделы (этапы) и содержание практики*	Общая трудоемкость		Формы текущего контроля
		Зач. ед.	Часы	
1.	Подготовительный 1. Посещение установочной конференции, 2. Знакомство с содержанием практики и заданиями, отчетной документацией 3. Инструктаж по технике безопасности 4. Составление плана работы на практике. 5. Согласование перечня индивидуальных заданий.	0,25	9	- установочная конференция в образовательном учреждении или вузе - анализ плана работы на практику, составленного студентом - проверка документов, подготовленных студентом к практике - отметка в дневнике практики - наличие и выполнение ежедневного плана работы, заверенного руководителем практики от кафедры
2.	Основной. Выбор и реализация методов, технологий, используемых на практике	2,5	90	- отчет по результатам проведенной диагностики, целеполагания, планирования - отчет по результатам выполнения плана

				- присутствие на промежуточных консультациях с руководителем практик от кафедры; - наличие и выполнение ежедневного плана работы
3.	Заключительный Интерпретация полученных результатов, подготовка отчета по практике	0,25	9	- отчет по результатам проведенного зачетного мероприятия - отчет по результатам выполнения плана - отчет о результатах посещения мероприятий и занятий, проведенных другими студентами - наличие и выполнение ежедневного плана работы; - представление отчетной документации - участие в заключительной конференции

7.2. Индивидуальные задания, выполняемые студентом в период практики

№ п/п	Этап практики	Задания, выполняемые студентом
1.	Подготовительный	- Составление плана работы на практику
2	Основной.	- Выполнение плана работы, заверенного руководителем практики и ежедневная фиксация в дневнике практики - Присутствие на промежуточных консультациях
3.	Заключительный	- Подготовка доклада на итоговую конференцию в вузе - Подготовка итоговой презентации

8. Формы отчетности по практике

1. Дневник практики (приложение 1).
2. Отчет по практике (приложение 2)

9. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике

Шифр компетенции ОПК-1	Формулировка способности осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине
Базовый уровень			
Знает основные принципы функционирования рекламного рынка, основные принципы работы организации, специфику создания рекламных обращений. Может применить их на практике	- знает базовую терминологию предметной области; основные требования, предъявляемые к специалисту по рекламе и связям с общественностью; основные положения экономической теории,	Зачет с оценкой	Отчет по практике

	менеджмента и маркетинга; основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами; основную специфику стандартных рекламных и PR-обращений в зависимости от канала распространения, - усвоил основную литературу		
	- умеет применять на практике знание основных законов экономической теории, менеджмента и маркетинга для решения профессиональных задач; - умеет аргументированно обсуждать основные профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения	Зачет с оценкой	Отчет по практике
	- владеет основными приемами менеджмента и маркетинга; -владеет базовыми навыками работы в команде; - владеет базовыми навыками анализа текста с точки зрения используемых в нем приемов воздействия на аудиторию, -владеет основными навыками создания текста в соответствии с стандартно поставленной задачей	Зачет с оценкой	Отчет по практике
Повышенный уровень			
Знает основные принципы функционирования рекламного рынка, основные принципы работы организации, специфику создания рекламных обращений. Понимает значение профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью, постоянно применяет их в своей практике	- знает базовую терминологию предметной области; основные требования, предъявляемые к специалисту по рекламе и связям с общественностью; основные положения экономической теории, менеджмента и маркетинга; основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации,	Зачет с оценкой	Отчет по практике

	коммуникации, лидерства и управления конфликтами; ситуативную специфику стандартных и нестандартных рекламных и PR-обращений в зависимости от канала распространения, - усвоил основную и дополнительную литературу		
	- умеет применять на практике знание основных законов экономической теории, менеджмента и маркетинга для решения творческих профессиональных задач; - умеет аргументированно обсуждать основные и специфические профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения	Зачет с оценкой	Отчет по практике
	Владеть - основными приемами менеджмента и маркетинга; - владеет навыками работы в команде; - навыками анализа текста с точки зрения используемых в нем приемов воздействия на аудиторию, - навыками создания текста в соответствии с стандартно и нестандартно поставленной задачей	Зачет с оценкой	Отчет по практике
Шифр компетенции	Формулировка		
ОПК-2	Владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы / связей с общественность		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	
Базовый уровень			
Знает основные принципы разработки и реализации организационно-управленческих решений; Может применить их на практике	Базовый уровень: Знать: - знает базовую терминологию предметной области - знает основные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений;	Зачет с оценкой	Отчет по практике

	-знает типовые методы управления деятельностью организации; - знает основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами - знает основные методы анализа и обработки информации; - усвоил основную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины		
	Уметь: - разрабатывать и оценивать варианты стандартных организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность; - организовывать деятельность малой группы	Зачет с оценкой	Отчет по практике
	Владеть: - методами организации кооперации с коллегами; -способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным; - современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение сотрудников	Зачет с оценкой	Отчет по практике
Повышенный уровень			
Знает основные принципы планирования и подготовки коммуникационных кампаний и мероприятий. Может под контролем планировать и готовить коммуникационные кампании и мероприятия	Знать: - знает базовую терминологию предметной области - знает основные и специальные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений;	Зачет с оценкой	Отчет по практике

	- знает методологию и методики стратегического, тактического и оперативного методы управления деятельностью организации знает методики управления людьми в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами - знает основные методы анализа и обработки информации - усвоил основную и дополнительную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины		
	Уметь: - разрабатывать и оценивать варианты стандартных и нестандартных организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность; - эффективно организовывать деятельность малой группы	Зачет с оценкой	Отчет по практике
	Владеть: - способен выбирать наиболее эффективные в конкретной ситуации методы организации кооперации с коллегами; - способен эффективно самостоятельно работать в команде, проявляя коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным, адекватно оценивая ситуацию; - владеет современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение сотрудников, понимая значимость собственного	Зачет с оценкой	Отчет по практике

	профессионального развития		
Шифр компетенции	Формулировка		
ПК-1	Способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по практике
Базовый уровень			
Знает основные методы управления деятельностью организации в сфере рекламы и связей с общественностью. Может применить их на практике	Знать: - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами в сфере рекламы и связей с общественностью - усвоил основную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины	Зачет с оценкой	Отчет по практике
	Уметь: - по стандартным моделям организовывать деятельность малой группы в сфере рекламы и связей с общественностью	Зачет с оценкой	Отчет по практике
	Владеть: основными современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение	Зачет с оценкой	Отчет по практике

	сотрудников в сфере рекламы и связей с общественностью		
Повышенный уровень			
Знает основные и уникальные методы управления деятельностью организации в сфере рекламы и связей с общественностью. Понимает необходимость использования основных и оригинальных методов управления деятельностью организации в зависимости от жизненного цикла организации. Регулярно демонстрирует умение применять их на практике.	Знать: базовые и ситуативные методы управления деятельностью организации в сфере рекламы и связей с общественностью;	Зачет с оценкой	Отчет по практике
	Уметь: - по стандартным и оригинальным моделям организовывать деятельность малой группы в сфере рекламы и связей с общественностью	Зачет с оценкой	Отчет по практике
	Владеть: -способен работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным;	Зачет с оценкой	Отчет по практике
Шифр компетенции	Формулировка		
ПК-2	Владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по практике
Базовый уровень			
Знает основные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений и методы управления деятельностью организации .	Знать: - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы	Зачет с оценкой	Отчет по практике

Может применить их на практике	мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами,		
	Уметь: - формулировать цели и задачи, выбирать типовые пути их достижения;	Зачет с оценкой	Отчет по практике
	Владеть: -способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным	Зачет с оценкой	Отчет по практике
Знает основные и уникальные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений основные и уникальные методы управления деятельностью организации Понимает значение основных теорий и концепций взаимодействия людей в организации , постоянно использует разнообразные методы управления деятельностью организации в своей практике	Знать: - основные и авторские теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами,	Зачет с оценкой	Отчет по практике
	Уметь: - формулировать цели и задачи, выбирать ситуативно обусловленные пути их достижения;	Зачет с оценкой	Отчет по практике
	Владеть: -способностью работать в команде и самостоятельно,	Зачет с оценкой	Отчет по практике

	проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным		
Шифр компетенции	Формулировка		
ПК-3	Компетенция владеть навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по практике
Базовый уровень			
Знает основные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений и методы управления деятельностью малой организации. Может применить их на практике	Знать: - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами	Зачет с оценкой	Отчет по практике
	Уметь: - организовывать деятельность малой группы	Зачет с оценкой	Отчет по практике
	Владеть: -способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным	Зачет с оценкой	Отчет по практике
Знает основные и уникальные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений основные и уникальные методы управления деятельностью малой организации	Знать: - основные и авторские теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации,	Зачет с оценкой	Отчет по практике

Понимает значение основных теорий и концепций взаимодействия людей в организации, постоянно использует разнообразные методы управления деятельностью организации в своей практике	коммуникации, лидерства и управления конфликтами		
	Уметь: - организовывать деятельность малой группы	Зачет с оценкой	Отчет по практике
	Владеть: -способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным	Зачет с оценкой	Отчет по практике
Шифр компетенции	Формулировка		
ПК-4	Владение навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по практике
Базовый уровень			
Базовый уровень Знает основные формы проектной документации; требования к проектной документации; формы и способы представления проектной документации, Может использовать их на практике	Знать: - формы и способы представления проектной документации;	Зачет с оценкой	Отчет по практике
	Уметь: - использовать программное обеспечение для решения задач, связанных с проектной деятельностью;	Зачет с оценкой	Отчет по практике
	Владеть:	Зачет с оценкой	Отчет по практике

	- навыками подготовки проектной документации		
Повышенный уровень Знает основные формы проектной документации и требования к ним, понимает значение проектной документации в производственной деятельности, постоянно использует их в своей практике	Знать: - основные направления, проблемы, теории и методы современных маркетинга, менеджмента, проектного менеджмента	Зачет с оценкой	Отчет по практике
	Уметь: - применять на практике аналитические методы, связанные с принятием решения по проекту	Зачет с оценкой	Отчет по практике
	Владеть: - методами реализации основных управленческих функций (принятие управленческого решения, организация, мотивация и контроль)	Зачет с оценкой	Отчет по практике
Шифр компетенции			
ПК-5	Способность реализовывать проекты и владеть методами их реализации		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	
Базовый уровень: Знает основные принципы организации и проведения проектной деятельности. Может применить их на практике	Знать: - основные направления, проблемы, теории и методы современных маркетинга, менеджмента	Зачет с оценкой	Отчет по практике
	Уметь: - ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных	Зачет с оценкой	Отчет по практике

	функций по управлению проектами		
	Владеть: - методами реализации основных управленческих функций (принятие управленческого решения, организация, мотивация и контроль)	Зачет с оценкой	Отчет по практике
Повышенный уровень			
Знает основные принципы организации и проведения проектной деятельности. Понимает значение проектной деятельности в современных рыночных условиях, постоянно участвует в проектной деятельности и способен руководить проектами	Знать: - основные положения теории менеджмента и маркетинга, основы бизнес-процессов;	Зачет с оценкой	Отчет по практике
	Уметь: - применять на практике аналитические методы, связанные с принятием решения по типовому и уникальному проекту	Зачет с оценкой	Отчет по практике
	Владеть - методами реализации основных управленческих функций (принятие управленческого решения, организация, мотивация и контроль) в типовом и уникальном проекте;	Зачет с оценкой	Отчет по практике
Шифр компетенции	Формулировка		
ПК-6	Способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внешней и внутренней коммуникации		

Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по практике
Базовый уровень			
Знает структуру основных внутренних коммуникаций организации, систему базовой мотивации сотрудников и их роль в создании имиджа фирмы. Может применить их на практике	Знать: - структуру основных внутренних коммуникаций организации и их роль в создании имиджа фирмы	Зачет с оценкой	Отчет по практике
	Уметь: вычленять основные структурные компоненты внутренних коммуникаций компании,	Зачет с оценкой	Отчет по практике
	Владеть: - на базовом уровне навыками анализа состояния внутренних коммуникаций компании,	Зачет с оценкой	Отчет по практике
Знает структуру основных и оригинальных внутренних коммуникаций организации, систему базовой и ситуативной мотивации сотрудников и их роль в создании имиджа фирмы. Понимает значение внутренних коммуникаций в формировании имиджа компании, постоянно использует разнообразные виды мотивации членов организации в своей практике	Знать: - структуру основных внутренних коммуникаций организации и их роль в создании имиджа фирмы	Зачет с оценкой	Отчет по практике
	Уметь: вычленять основные структурные компоненты внутренних коммуникаций компании,	Зачет с оценкой	Отчет по практике
	Владеть:	Зачет с оценкой	Отчет по практике

	- на базовом уровне навыками анализа состояния внутренних коммуникаций компании,		
Шифр компетенции	Формулировка		
ПК-7	Способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по практике
Базовый уровень			
Знает основные этапы планирования, организации и контроля коммуникационных кампаний и мероприятий; типовые методы сбора информации для планирования, организации и контроля коммуникационные кампании и мероприятий Может применить их на практике	Базовый уровень: Знать: - знает основные этапы планирования, организации и контроля коммуникационных кампаний и мероприятий;	Зачет с оценкой	Отчет по практике
	Уметь: - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандартной коммуникационной кампании и мероприятия;	Зачет с оценкой	Отчет по практике
Повышенный уровень			
Знает основные этапы планирования, организации и контроля коммуникационных кампаний и мероприятий; типовые и специальные методы сбора информации для планирования коммуникационные кампании и мероприятий Понимает значение планирования, организации и контроля в производственной	Знать: - знает основные этапы планирования, организации и контроля коммуникационных кампаний и мероприятий;	Зачет с оценкой	Отчет по практике

деятельности, постоянно использует их в своей практике			
	Уметь: - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандартной коммуникационной кампании и мероприятия;	Зачет с оценкой	Отчет по практике
Формулировка			
ПК-8	Способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы		
	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по практике
Базовый уровень			
Знает основные принципы производства, подготовки к выпуску и распространения рекламной продукции в рамках традиционных средств рекламы. Может применить их на практике	Знать: - основы культуры речи;	Зачет с оценкой	Отчет по практике
	Уметь: - умеет реализовывать основные коммуникативные намерения; логично рассуждать, грамотно структурировать высказывание;	Зачет с оценкой	Отчет по практике
	Владеть: - владеет основными методами логической обработки информации;	Зачет с оценкой	Отчет по практике
Повышенный уровень			
Знает основные принципы производства, подготовки к	Знать:	Зачет с оценкой	Отчет по практике

выпуску и распространения рекламной продукции в рамках современных средств рекламы. Понимает значение всех этапов производства и распространения рекламной продукции, целесообразно использует их в своей практике	- основы культуры речи;		
	Уметь: - умеет реализовывать основные коммуникативные намерения; логично рассуждать, грамотно структурировать высказывание;	Зачет с оценкой	Отчет по практике
	Владеть: - владеет основными методами логической обработки информации;	Зачет с оценкой	Отчет по практике
Шифр компетенции	Формулировка		
ПК-9	Способность проводить маркетинговые исследования		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по практике
Базовый уровень			
Знает основные принципы организации и проведения маркетинговых исследований. Может применить их на практике	Знать: - знает основные методы анализа и обработки информации	Зачет с оценкой	Отчет по практике
	Уметь: - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандартного маркетингового исследования	Зачет с оценкой	Отчет по практике
	Владеть: - способен осуществлять	Зачет с оценкой	Отчет по практике

	типовые консультационные работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций		
Повышенный уровень			
Знает основные принципы организации и проведения маркетинговых исследований. Понимает значение маркетинговых исследований в рыночной ситуации, постоянно использует их в своей практике	Знать: - знает основные методы анализа и обработки информации	Зачет с оценкой	Отчет по практике
	Уметь: - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандартного маркетингового исследования	Зачет с оценкой	Отчет по практике
	Владеть: - способен осуществлять типовые консультационные работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с	Зачет с оценкой	Отчет по практике

	общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций		
Шифр компетенции	Формулировка		
ПК-10	Способность организовывать и проводить социологические исследования		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по практике
Базовый уровень			
Знает основные принципы организации и проведения социологических исследований. Может применить их на практике	Знать: основные методы анализа и обработки информации	Зачет с оценкой	Отчет по практике
	- умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандартного социологического исследования	Зачет с оценкой	Отчет по практике
	- способен разрабатывать стандартные планы, программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации;	Зачет с оценкой	Отчет по практике
Повышенный уровень			
Знает основные принципы организации и проведения маркетинговых исследований. Понимает значение маркетинговых исследований в рыночной ситуации, постоянно использует их в своей практике	- знает методику планирования и организации стандартного и нестандартного социологического исследования - знает основные методы анализа и обработки информации	Зачет с оценкой	Отчет по практике
	- умеет осуществлять сбор и обработку	Зачет с оценкой	Отчет по практике

	первичной и вторичной информации стандартного и нестандартного социологического исследования		
	- способен осуществлять типовые и ситуативные консультационные работы по вопросам социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций	Зачет с оценкой	Отчет по практике
Шифр компетенции	Формулировка		
ПК-11	Владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по практике
Базовый уровень			
Знает основные принципы организации и проведения социологических исследований. Может применить их на практике	- формы и способы представления аналитических справок, обзоров и прогнозов;	Зачет с оценкой	Отчет по практике
	- составлять аналитические справки, обзоры; - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандартного социологического исследования	Зачет с оценкой	Отчет по практике

	- способен осуществлять типовые консультационные работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций	Зачет с оценкой	Отчет по практике
Повышенный уровень			
Знает основные принципы организации и проведения социологических исследований. Понимает значение социологических исследований в рыночной ситуации, постоянно использует их в своей практике	- знает основные методы анализа и обработки информации	Зачет с оценкой	Отчет по практике
	- умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандартного и нестандартного социологического исследования	Зачет с оценкой	Отчет по практике
	- способен осуществлять типовые и ситуативные консультационные работы по вопросам социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и	Зачет с оценкой	Отчет по практике

	связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций		
Шифр компетенции	Формулировка		
ПК-12	Способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по практике
Базовый уровень			
Знает основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации	Знать: - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;	Зачет с оценкой	Отчет по практике
	Уметь: - умеет аргументированно обсуждать основные профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения	Зачет с оценкой	Отчет по практике
	Владеть: - владеет базовыми навыками работы в команде в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах	Зачет с оценкой	Отчет по практике

	массовой информации		
Повышенный уровень			
Знает основные принципы функционирования рекламного рынка, основные принципы работы организации, специфику создания рекламных обращений. Понимает значение профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью, постоянно применяет их в своей практике в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации	Знать: - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;	Зачет с оценкой	Отчет по практике
	Уметь: - умеет аргументированно обсуждать основные профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения	Зачет с оценкой	Отчет по практике
	Владеть: - владеет базовыми навыками работы в команде в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;	Зачет с оценкой	Отчет по практике
Шифр компетенции	Формулировка		
ПК-13	Способность под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по практике
Базовый уровень			
Знает основные принципы планирования и подготовки рекламных кампаний и мероприятий.	Знать: - знает основные методы сбора информации для планирования	Зачет с оценкой	Отчет по практике

Может под контролем планировать и готовить рекламных кампаний и мероприятия	стандартных рекламных кампаний и мероприятий;		
	Уметь: - умеет осуществлять сбор, анализ и интерпретацию информации, необходимой для проведения стандартных рекламных кампаний и мероприятий	Зачет с оценкой	Отчет по практике
	Владеть: - способен работать в команде при проведении рекламных кампаний и мероприятий	Зачет с оценкой	Отчет по практике
Знает основные принципы планирования и подготовки рекламных кампаний и мероприятий. Понимает значение грамотного планирования для подготовки рекламных кампаний и мероприятий, способен выбирать методы сбора информации и решения поставленных задач. Имеет практический опыт планирования мероприятий под контролем преподавателя (руководителя).	Знать: - знает основные методы сбора информации для планирования стандартных рекламных кампаний и мероприятий;	Зачет с оценкой	Отчет по практике
	Уметь: - умеет осуществлять сбор, анализ и интерпретацию информации, необходимой для проведения стандартных рекламных кампаний и мероприятий	Зачет с оценкой	Отчет по практике

	Владеть: - способен работать в команде при проведении рекламных кампаний и мероприятий	Зачет с оценкой	Отчет по практике
Шифр компетенции	Формулировка		
ПК-14	Способность реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по практике
Базовый уровень			
Знает основные принципы функционирования рекламного рынка, основные принципы работы организации, специфику создания рекламных обращений. Может применить их на практике	Знать: основные положения экономической теории, менеджмента и маркетинга; основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами;	Зачет с оценкой	Отчет по практике
	Уметь: - умеет аргументированно обсуждать основные профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения	Зачет с оценкой	Отчет по практике
	Владеть: - владеет основными приемами менеджмента и маркетинга;	Зачет с оценкой	Отчет по практике
Повышенный уровень			
Знает основные принципы функционирования	Знать:	Зачет с оценкой	Отчет по практике

рекламного рынка, основные принципы работы организации, специфику создания рекламных обращений. Понимает значение профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью, постоянно применяет их в своей практике	основные положения экономической теории, менеджмента и маркетинга; основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами;		
	Уметь: - умеет аргументированно обсуждать основные профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения	Зачет с оценкой	Отчет по практике
	Владеть: - владеет основными приемами менеджмента и маркетинга;	Зачет с оценкой	Отчет по практике
Шифр компетенции	Формулировка		
ПК-15	Владение навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по практике
Базовый уровень			
Знает основные принципы функционирования рекламного рынка, основные принципы работы организации, специфику создания рекламных обращений. Может применить их на практике	Знать: - знает основные теории и концепции взаимодействия людей в организации (отдел рекламы, маркетинговый отдел, рекламное агентство), в том числе вопросы мотивации, коммуникации,	Зачет с оценкой	Отчет по практике

	лидерства и управления конфликтами		
	Уметь: - организовывать деятельность малой группы	Зачет с оценкой	Отчет по практике
	Владеть: -способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным;	Зачет с оценкой	Отчет по практике
Повышенный уровень			
Знает основные принципы функционирования рекламного рынка, основные принципы работы организации, специфику создания рекламных обращений. Понимает значение профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью, постоянно применяет их в своей практике	Знать: - знает основные теории и концепции взаимодействия людей в организации (отдел рекламы, маркетинговый отдел, рекламное агентство), в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами	Зачет с оценкой	Отчет по практике
	Уметь: - организовывать деятельность малой группы	Зачет с оценкой	Отчет по практике
	Владеть: -способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность в отделе рекламы,	Зачет с оценкой	Отчет по практике

	маркетинговом отделе, рекламном агентстве, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным;		
Шифр компетенции	Формулировка		
ПК-16	Способность под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по практике
Базовый уровень			
Знает основные принципы разработки и реализации организационно-управленческих решений; Может применить их на практике	Знать: - знает базовую терминологию предметной области;	Зачет с оценкой	Отчет по практике
	Уметь: - умеет реализовывать основные коммуникативные намерения; логично рассуждать, грамотно структурировать высказывание;	Зачет с оценкой	Отчет по практике
	Владеть: - владеет основными методами логической обработки информации;	Зачет с оценкой	Отчет по практике
Повышенный уровень			
Знает основные принципы разработки и реализации организационно-управленческих решений; Понимает значение принятия организационно-управленческих решений в производственной ситуации, постоянно использует их в своей практике	Знать: - знает базовую терминологию предметной области;	Зачет с оценкой	Отчет по практике
	Уметь:	Зачет с оценкой	Отчет по практике

	- умеет реализовывать основные коммуникативные намерения; логично рассуждать, грамотно структурировать высказывание;		
	Владеть: - владеет методами логической обработки информации;	Зачет с оценкой	Отчет по практике
Требования к проведению промежуточной аттестации по практике:			
5. Выполнение плана практики. 6. Выполнение индивидуальных заданий. 7. Оформление дневника и отчета по практике и представление на кафедру в течение первой недели после окончания практики. 4.Выступление с докладом и презентацией на итоговой конференции.			
Критерии оценки результатов прохождения студентом промежуточной аттестации:			
«отлично»	Студент демонстрирует полное понимание проблемы, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач. Студент своевременно выполнил весь объем работы, предусмотренный программой практики, показал глубокую теоретическую, методическую подготовку, владение методами анализа внешней и внутренней среды, ответственно и с интересом относился к своей работе, грамотно, в соответствии с требованиями сделал анализ своей работы. Проявляет высокий интерес к профессионально-ориентированным информационным источникам. Продемонстрирована высокая степень готовности к профессиональной деятельности.		
«хорошо»	Студент демонстрирует понимание проблемы, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками решения практических задач. Студент демонстрирует достаточно полные знания профессионально-прикладных и методических вопросов в объеме программы практики, полностью выполнил программу, но допустил незначительные ошибки при выполнении заданий. Проявляет интерес к профессионально-ориентированным информационным источникам. Продемонстрирована готовность к профессиональной деятельности.		
«удовлетворительно»	Студент демонстрирует частичное понимание проблемы, имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей. владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач. Студент своевременно выполнил не весь объем работы, предусмотренный программой практики, показал фрагментарную теоретическую, методическую подготовку, владение методами анализа внешней и внутренней среды, формально относился к своей работе, грамотно, в соответствии с требованиями сделал анализ своей работы. Продемонстрирована невысокая степень готовности к профессиональной деятельности.		
«неудовлетворительно»	Студент владеет фрагментарными знаниями и не умеет применять их на практике, не выполнил программу практики, не получил положительной характеристики, не проявил инициативу, не предоставил рабочие		

10. Перечень учебной литературы и ресурсов сети «Интернет», необходимых для проведения практики

а) основная литература

1. Переверзев М.П. Менеджмент М, Инфра-М, 2011, 330 с.
2. Горгола Е.В. Основы теории менеджмента [Текст]: учеб. пособ/ Е.В. Горгола. – Ярославль: Изд-во ЯГПУ, 2011. – 150с.
3. Афоничкин, А. И. Основы менеджмента : учебник для академического бакалавриата / А. И. Афоничкин, Н. Д. Гуськова, Д. Г. Михаленко ; под ред. А. И. Афоничкина. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 338 с. — (Серия : Университеты России). (Юрайт. Электронный ресурс <https://biblio-online.ru>)

б) дополнительная литература

1. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент [Текст]: учебник. - 4-е изд., перераб. - М., Экономистъ, 2008. – 607 с.
2. Поляков В.А., Романов А.А. Рекламный менеджмент, М, Инфра-М, 2012
3. Цветкова О.Л. Менеджмент в книжном деле [Текст]: учебно-методическое пособие О.Л.Цветкова; ЯГПУ им. К.Д.Ушинского. – Ярославль: РИО ЯГПУ, 2015. – 139с.
4. Боронева Т.А. Современный рекламный менеджмент, М, Аспект-Пресс, 2002
5. Титов, В. Н. Теория и история менеджмента : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. Н. Титов, Г. Н. Суханова. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 487 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). (Юрайт. Электронный ресурс <https://biblio-online.ru>)

в) ресурсы сети «Интернет»:

1. Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru – рефераты, полные тексты научных статей из российских и зарубежных журналов;
2. Электронно-библиотечная система IPRbooks - полнотекстовая база учебных и учебно-методических электронных изданий (<http://www.iprbookshop.ru>)
3. ФГНУ «Научная педагогическая библиотека имени К. Д. Ушинского» <http://elib.gnpbu.ru/>.
4. Электронно-библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ» - полнотекстовая база учебных и учебно-методических электронных изданий (www.biblio-online.ru)
9. ЭПС «Система Гарант-Максимум»
10. ЭПС «Консультант Плюс»
11. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» <http://window.edu.ru/>.
12. Научная педагогическая электронная библиотека <http://elib.gnpbu.ru/>

11. Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных сетей

В процессе организации преддипломной практики руководителями от выпускающей кафедры могут применяться следующие информационные технологии:

- использование дистанционной технологии при обсуждении материалов практики с руководителем;
- использование мультимедийных технологий при выступлении на заключительной конференции;
- использование компьютерных технологий и программных продуктов (MSOffice и др.), необходимых для сбора, систематизации, хранения, представления учебной и научной информации;
- подготовка, конструирование и презентация итогов исследовательской и аналитической деятельности;

- самостоятельный поиск дополнительного учебного и научного материала, с использованием поисковых систем и сайтов сети Интернет, электронных энциклопедий и баз данных;
- использование электронной почты преподавателей и обучающихся для рассылки, переписки и обсуждения возникших учебных проблем во время прохождения практики.

Перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

№ п/п	Название программы/Системы	Описание программы/Системы
	КонсультантПлюс	Справочная правовая система

12. Материально-техническая база, необходимая для проведения практики

№ п/п	Наименование специальных помещений и помещений для организации деятельности производственной практики	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
1	Бытовые помещения, соответствующие действующим санитарным и противопожарным нормам, а также требованиям техники безопасности при проведении учебных и научно-производственных работ	- оборудованные рабочие места: компьютер (с выходом в Интернет), принтер, сканер, ксерокс, мультимедиа, телевизор, CD-проигрыватель, интерактивная доска.

13. Рекомендации по организации самостоятельной работы обучающихся в период практики

Самостоятельная работа обучающихся в период практики составляет 54 часа.

Примерный перечень вопросов для обсуждения на итоговой конференции

11. Удовлетворены ли Вы работой на практике? Если Вы не удовлетворены, то в чем именно?
12. Какие формы работы вызвали трудности в методической и организационной подготовке?
13. По каким направлениям работы сложнее всего было организовать деятельность? Каковы причины данных трудностей?
14. Какие основные методы анализа внешней и внутренней среды организации Вы использовали?
15. Какие проблемы оказались наиболее существенными в процессе практики?
16. Что бы Вы изменили в организации данной педагогической практики?
17. Что Вам лично дала производственная практика?
18. Ваше впечатление о работе организации в целом?
19. Насколько Вы оцениваете свою работу на практике?
20. Ваши пожелания, предложения по улучшению производственной практики?

14. Методические рекомендации

Отчетной документацией по учебной/производственной практике является отчет и дневник студента-практиканта с ежедневными записями о проделанной работе и приложения к дневнику, включающие оформленные задания по практике.

Отчет и итоговый дневник студента по практике хранится на кафедре в течение трех лет.

1. В ходе практики студент составляет итоговый письменный отчет. Цель отчета – показать степень полноты выполнения студентом программы практики. В отчете отражаются итоги деятельности студента во время прохождения практики в соответствии с разделами и позициями, соответствующие расчеты, анализ, обоснования, выводы и предложения.

2. Объем отчета (основной текст) – 25- 30 страниц. Таблицы, схемы, диаграммы, чертежи можно поместить в приложения, в этом случае в основной объем отчета они не входят. Список документов, нормативных и инструктивных материалов и литературы в основной объем отчета не включаются.

3. Отчет о практике должен содержать:

3.1. Титульный лист (по форме университета в год сдачи отчета).

3.2. Оглавление (содержание) отчета.

3.3. Введение (обоснование актуальности практик, формулирование цели и задач, которые студент ставит перед собой на время практики, планируемые результаты).

3.4. Содержание и анализ всех видов деятельности в период практики (согласно заданию по практике). Результаты работы оформляются в виде таблиц, графиков с последующим анализом.

3.5. Дневник практики.

3.6. Заключение (анализ достигнутых результатов).

3.7. Список литературы.

3.8. Приложения (Таблицы, схемы, иллюстрации, фотографии, расчёты, списки нормативных документов, литература).

3.9. Характеристика студента-практиканта, подписанная руководителем организации.

В основной части отчет по практике необходимо отразить следующие позиции:

- общая характеристика места прохождения практики: специализация организации (предприятия) и подразделения (департамента, управления, отдела, цеха), тип организации (тип производства), назначение и характер продукции (услуг, товаров);

- характеристика основных направлений деятельности организации (предприятия) и реализуемых проектов;

- характеристика выполненных заданий;

- материалы по разделам

- выводы и рекомендации о прохождении практики.

- отчет брошюруется в папку.

6. По окончании практики отчет вместе с дневником представляется руководителю практики от организации, проверяется и подписывается им и заверяется печатью. Затем сдается вместе с дневником и отзывом-характеристикой руководителя практики от организации, после его регистрации на кафедре, руководителю практики от кафедры.

Дневник прохождения практики

1. Выполненную за каждый день работу с указанием сведений, материалов, полученных при прохождении практики, студент-практикант отражает в дневнике практики.

2. Дневник содержит:

– информацию о месте и сроках прохождения практики;

– календарный график прохождения практики;

– наименование подразделений, где проходила практика;

– содержание разрабатываемых и изучаемых вопросов практики, выполненная по ним работа;

– календарные сроки выполнения всех позиций проведенных работ;

– список материалов, собранных студентом в период прохождения практики для написания ВКР (если имеется);

– замечания и рекомендации руководителя практики от кафедры.

3. По окончании практики дневник подписывается руководителем практики от организации.

4. Дневник сдается вместе с отчетом о практике, после его регистрации на кафедре, руководителю практики от кафедры.

15. Организация практики на заочном отделении

Отличий от практики на дневном отделении в количестве часов, недель и зачетных единиц нет. В качестве баз практики могут быть выбраны места работы студентов, если они соответствуют требованиям, изложенным в пункте 4 (студенты могут пройти производственную практику не в загородных детских оздоровительных лагерях, а в пришкольных лагерях с дневным пребыванием).

16. Особенности организации практики для студентов из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

1. Базы производственной практики для студентов из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и (или) инвалидов подбираются кафедрой с учетом особенностей их психофизического развития, их индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

2. Производственная практика для студентов из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и (или) инвалидов в случае необходимости проводится стационарно (на кафедре).

3. Каждому студенту из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и (или) инвалидов на время прохождения производственной практики в случае необходимости назначается индивидуальный консультант. Студенты из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и (или) инвалиды в зависимости от их индивидуальных возможностей и состояния здоровья могут быть обеспечены пакетом необходимых документов об организации и содержании практики.

4. Содержание практики может быть скорректировано в зависимости от особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья студентов из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и (или) инвалидов.

Приложение 1

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

Факультет русской филологии и культуры

Кафедра теории коммуникации и рекламы

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль: Реклама и связи с общественностью

Форма обучения _____

Курс _____

Группа _____

ДНЕВНИК

прохождения учебной практики (Изучение рынка труда)

способ проведения практики: *стационарная*

форма проведения практики: *дискретная по периодам*

на

(в) _____

(наименование организации)

с _____ по _____

(указать дату)

(указать дату)

Студент _____

(подпись)

(инициалы и фамилия)

Руководитель практики
от организации

(должность)

МП
(место печати)

(подпись)

(И.О.Фамилия)

Ярославль-20__

**ФГБОУ ВО «Ярославский государственный педагогический
университет им. К.Д. Ушинского»
(ЯГПУ им. К.Д. Ушинского)**

« ____ » _____ 20 ____ г.
НАПРАВЛЕНИЕ НА ПРАКТИКУ № _____

Выдано студенту _____
(фамилия, имя, отчество)

направленному в _____

_____ (пункт назначения)

для прохождения *производственной* практики по

срок проведения практики « ____ » _____ 20 ____ г. по « ____ » _____ 20 ____ г.

Основание: Приказ № _____ от « ____ » _____ 20 ____ г.

Руководитель практики:

**ОТМЕТКИ О ПРИБЫТИИ В ПУНКТЫ НАЗНАЧЕНИЯ И
ВЫБЫТИИ ИЗ НИХ:**

Убыл из _____
« ____ » _____ 20 ____ г.
Печать Подпись

Прибыл _____
« ____ » _____ 20 ____ г.
Печать Подпись

Прибыл _____
« ____ » _____ 20 ____ г.
Печать Подпись

Убыл из _____
« ____ » _____ 20 ____ г.
Печать Подпись

Примечание: отметки о прибытии и выбытии делаются по месту прохождения практики.

I. МЕСТО И СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Студент _____
_____ курса факультета _____
специальность / направление подготовки, профиль (профили)

направляется для прохождения учебной практики в:

Объем практики составляет _____ зачетных единиц.

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

Студент обязан представить дневник, *отчет о прохождении практики*, до «_____» _____ 20__ г. и получить зачет с оценкой по практике в соответствии с требованиями формы аттестации результатов практики, установленными учебным планом до «_____» _____ 20__ г.

М.П.

Руководитель практики

«_____» _____ 20__ г

II. РАБОТА СТУДЕНТА В ПРОФИЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Студент _____
прибыл на учебную практику в профильную организацию:

« ____ » _____ 20__ г.

Профильная организация расположена по адресу:

Проходит практику в качестве _____
в _____
с « ____ » _____ 20__ г.

Студент закончил прохождение практики « ____ » _____ 20__ г.

М.П. _____ Руководитель практики от профильной организации:

(ФИО)

(должность)

« ____ » _____ 20__ г.

III. ИНСТРУКТАЖ ПО ОХРАНЕ ТРУДА И ТЕХНИКЕ БЕЗОПАСНОСТИ

Характер инструктажа	Дата	Кто проводил инструктаж	Подпись студента
Водный инструктаж			
Повторный инструктаж на рабочем месте			

Руководитель практики от ЯГПУ:

Руководитель практики от
профильной организации:

(ФИО, подпись)

(ФИО, подпись)

(Должность)

(Должность)

Студент _____ (ФИО) _____ (подпись)

IV. ОБЯЗАННОСТИ СТУДЕНТА НА ПРАКТИКЕ

11. Полностью пройти практику в соответствии с указанными в приказе по Университету сроками.

12. Выполнить в полном объеме задания, предусмотренные программой практики.

13. Подчиняться действующим на предприятии, в учреждении, организации правилам внутреннего трудового порядка.

14. Изучить и строго соблюдать правила охраны труда, техники безопасности и производственной санитарии.

15. Участвовать в научно-исследовательской работе по заданию кафедры.

16. Участвовать в общественной жизни коллектива предприятия, организации, учреждения.

17. Нести ответственность за выполняемую работу и ее результаты наравне со штатными работниками.

18. Вести дневник, в который записываются сведения указанные в программе практики.

19. 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 ЯГПУ и от профильной организации.

20. Заверить подписями и печатями дневник практики, получить заверенную подписью и печатью характеристику.

21. По окончании практики и по прибытии в ЯГПУ сдать на проверку руководителю практики от ЯГПУ отчет, дневник, характеристику, представить собранные материалы для написания выпускной квалификационной работы и своевременно пройти форму аттестации, предусмотренную учебным планом и ФГОС ВО.

VI. ОБЯЗАННОСТИ РУКОВОДИТЕЛЕЙ ПРАКТИКИ

4) Руководитель практики от ЯГПУ:

- 1.1. Составляет рабочий график (план) проведения практики;
- 1.2. Разрабатывает индивидуальные задания для обучающихся, выполняемые в период практики;
- 1.3. Участвует в распределении обучающихся по рабочим местам и видам работ в организации;
- 1.5. Осуществляет контроль соблюдения сроков проведения практики и соответствии ее содержания требованиям, установленным ОПОП ВО;
- 1.6. Оказывает методическую помощь обучающимся при выполнении ими индивидуальных заданий, а также при сборе материалов к выпускной квалификационной работе в ходе преддипломной практики;
- 1.7. Оценивает результаты прохождения практики обучающимися.

5) Руководитель практики от профильной организации:

- 2.1. Согласовывает индивидуальные задания, содержание и планируемые результаты практики;
- 2.2. Предоставляет рабочие места обучающимся;
- 2.3. Обеспечивает безопасные условия прохождения практики обучающимся, отвечающие санитарным правилам и требованиям охраны труда;
- 2.4. Проводит инструктаж обучающихся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка.
- 2.5. Проводит инструктаж обучающихся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка.

6) При проведении практики в профильной организации руководителем практики от ЯГПУ и руководителем практики от профильной организации составляется совместный рабочий график (план) проведения практики.

VII. СОВМЕСТНЫЙ РАБОЧИЙ ГРАФИК (ПЛАН) ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Студент: _____ Группа: _____
(Фамилия ИО) (номер группы, курс)

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль: Реклама и связи с общественностью

Место прохождения практики: _____

Сроки прохождения практики: _____

[illegible]

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

(ФИО)

(ДОЛЖНОСТЬ)

М.П. _____ Руководитель практики от профильной организации: _____

(ФИО)

(ДОЛЖНОСТЬ)

VII. ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ НА ПРАКТИКУ

(вид практики)

Студенту: _____ Группа: _____
(Фамилия ИО)
(группа, курс)

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью

Место прохождения практики: _____
(Полное наименование организации, местонахождение)

Задание на практику (заполняется в соответствии с программой практики):	Сроки выполнения	Планируемые результаты

Продолжительность практики: _____ 2 _____ недели

Сроки прохождения практики: с _____ по _____

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

(ФИО)

(должность)

«Согласовано» -

М.П. _____ Руководитель практики от профильной организации:

(ФИО)

(должность)

прохождения _____ практики
(вид практики)

ЗАМЕЧАНИЯ И РЕКОМЕНДАЦИИ РУКОВОДИТЕЛЕЙ СТУДЕНТУ В ПРОЦЕССЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

148

IX. ХАРАКТЕРИСТИКА

Студента-практиканта _____
(фамилия, имя, отчество)
_____ курса _____ факультета _____ направления
_____, проходившего производственную практику
в _____

с « _____ » _____ по « _____ » _____ 201 ____ года

1. Общая оценка:

№	Оцениваемая характеристика	Оценка			
		5	4	3	2
1	Уровень подготовленности студента к прохождению практики				
2	Умение правильно определять и эффективно решать профессиональные задачи				
3	Степень самостоятельности при выполнении заданий по практике				
4	Инициативность				
5	Оценка трудовой дисциплины				
6	Оценка уровня выполнения индивидуальных заданий				

2. Виды и объем выполненных студентом работ, качество выполненных работ:

3. Отношение студента к работе, дисциплинированность:

4. Полученные и проявленные студентом практические навыки и умения, сформированные у студента профессиональные компетенции по направлениям и профилям подготовки, теоретическая подготовка:

5. Оценка прохождения студентом практики в целом (отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно): _____

Заключение о работе студента:

В процессе прохождения _____ практики в период с _____ по _____
(указать дату) (указать дату)
студент (ка) _____ проявил(а) себя как _____
(Ф.И.О.) (перечислить качества)

Кроме того, он(а) принял(а) непосредственное участие в разработке

(перечень разработанных вопросов)

Предоставленный отчет о прохождении _____ практики соответствует
предъявляемым требованиям.

Считаю, что результат прохождения практики можно оценить на _____
(указать: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»)

Руководитель практики
от организации

_____	МП	_____	_____
(должность)	место печати)	(подпись)	(Фамилия, имя, отчество полностью)
«_____» _____ 20____ г.			

**Х. ОТЗЫВ РУКОВОДИТЕЛЯ ПРАКТИКИ ОТ ЯГПУ
О ВЫПОЛНЕНИИ СТУДЕНТОМ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ
И ПОЛНОТЕ СБОРА МАТЕРИАЛОВ
(с учетом уровня сформированности компетенций)**

Код компетенции	Сформирована	Частично сформирована	Не сформирована
ОПК-1 Способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах			
ОПК-2 Владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы / связей с общественностью			
ПК-1 Способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью			
ПК-2 Владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации			
ПК-3 Компетенция владеть навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами			
ПК-4 Владение навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт			
ПК-5 Способность реализовывать проекты и владеть методами их реализации			

ПК-6 Способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внешней и внутренней коммуникации			
ПК-7 Способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий			
ПК-8 Способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы			
ПК-9 Способность проводить маркетинговые исследования			
ПК-10 Способность организовывать и проводить социологические исследования			
ПК-11 Владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов			
ПК-12 Способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации			
ПК-13 Способность под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия			
ПК-14 Способность реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности			
ПК-15 Владение навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве			
ПК-16 Способность под контролем осуществлять			

подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы			

Заключение: _____

Оценка пройденной практики руководителем от ЯГПУ

(уровень подготовки, квалификация, выполнение графика практики,
дисциплинированность и т.д.)

Руководитель практики

от ЯГПУ им. К.Д. Ушинского _____
(подпись)

/

(расшифровка подписи)

« ____ » _____ 20 ____ г.

КРАТКАЯ ИНСТРУКЦИЯ СТУДЕНТУ-ПРАКТИКАНТУ

1. Перед выездом на практику необходимо:

- 1.4. Получить на кафедре индивидуальные задания, выполняемые в период практики, выяснить сроки практики.
- 1.5. Получить на кафедре консультацию и инструктаж по всем вопросам организации практики, в том числе по технике безопасности.
- 1.6. Составить совместный график прохождения практики с руководителем практики от университета, в котором отражаются следующие мероприятия, например:
 - знакомство со структурой организации и правилами внутреннего распорядка;
 - проведение повторного инструктажа на рабочем месте по соблюдению техники безопасности;
 - прохождение практики в соответствии с программой практики и индивидуальным заданием;
 - подготовка дневника 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. Прибыв на место практики студент-практикант обязан:

- 2.1. Ознакомиться с правилами внутреннего распорядка и техникой безопасности в организации и неуклонно их выполнять.
- 2.2. Встретиться с руководителем практики от профильной организации и согласовать с ним задания, выполняемые в период практики, и совместный график работы, подписать у него необходимые страницы дневника практики и проставить печати.

3. Обязанности студента в период практики:

- 3.1. Ежедневно вести дневник в строгом соответствии с программой практики и индивидуальным заданием (отражаются все виды работ и проводимые исследования);
- 3.2. Дневник должен быть полностью закончен на месте практики и там же представлен для отзыва о работе студента руководителю практики от профильной организации.

4. Возвратившись с практики студент-практикант обязан:

Представить руководителю практики от университета дневник и другие отчетные документы по практике.

Приложение 2

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

Факультет русской филологии и культуры
Кафедра теории коммуникации и рекламы
Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью

ОТЧЕТ

о прохождении _____ практики
(наименование практики)

_____ (Ф.И.О. студента)
_____ курса _____ формы обучения, группа _____

Место прохождения практики _____
(указывается полное наименование организации в соответствии с уставом)

Руководитель практики от ЯГПУ им. К.Д. Ушинского

_____ (ученая степень, звание, должность) _____ (подпись) _____ (И.О.Фамилия)

Ярославль – 20____

Оформление отчета о прохождении производственной практики

По результатам практики студент бакалавриата 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.

Для составления, редактирования и оформления отчета студентам отводятся последние 1-2 дня производственной практики.

Кафедрой теории коммуникации и рекламы рекомендуется следующий порядок размещения материала в отчете:

Титульный лист (по форме университета в год сдачи отчета).

Оглавление (содержание) отчета.

1. Пояснительная записка (цели и задачи, место и время прохождения практики).
2. Дневник практики.
3. Основная часть: содержание и анализ всех видов деятельности в период практики (согласно заданию по практике).
4. Заключение (отчет, анализ достигнутых результатов, итоги прохождения практики).
5. Список литературы.
6. Приложения (иллюстративный материал, фотографии, списки нормативных документов, литература).
7. Характеристика студента-практиканта с печатью организации, подписанная руководителем организации.

ОСНОВНОЙ РАЗДЕЛ.

В основном разделе в подразделе 2.1 описывается поэтапное выполнение программы производственной практики:

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Кол-во часов
1. Подготовительный этап		
1.1.		
1.2.		
и т.д.		
2. Начальный этап		
2.1.		
2.2.		
и т.д.		
3. Основной (экспериментальный) этап		
3.1.		
и т.д.		
4. Заключительный этап		
4.1.		
и т.д.		
	Итого:	

В подразделе 2.2 описывается выполнение программы производственной практики.

3. ЗАКЛЮЧЕНИЕ (ВЫВОДЫ). В заключении подводятся итоги прохождения практики.

4. ПРИЛОЖЕНИЯ.

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 - полуторный, выравнивание – по ширине. Отступ в первых строках – 10 мм.

Шрифт предпочтительно *Times New Roman*. Размер шрифта: для текста – 14, для названия разделов – 15 полужирный, буквы заглавные; для названия подразделов – 15 полужирный, буквы прописные.

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.

Все страницы отчета нумеруют арабскими цифрами внизу страницы по центру.

Сокращения слов, кроме общепринятых, не допускаются.

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

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.

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.

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

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

У Т В Е Р Ж Д А Ю
Проректор по учебной работе
В.П. Завойстый
« ____ » _____ 201 г.

Программа производственной практики
(вид практики)

Наименование практики:
Б2.П1. Практика по получению профессиональных умений и опыта
профессиональной деятельности (Рекламный менеджмент)
(шифр и наименование по учебному плану (тип практики))

Способ проведения практики: **стационарная**

Форма проведения практики: **дискретно по периодам**

Рекомендуется для направления подготовки:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(шифр и наименование направления)

(профиль «Реклама и связи с общественностью»)

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Разработчики:

доцент кафедры теории
коммуникации и рекламы, к. пед. н.,

О.Л. Цветкова

**Утверждено на заседании кафедры теории
коммуникации и рекламы**

23 января 2018 г.

Протокол № ____

Зав. кафедрой

И.В. Шустина

1. Цели практики:

Целью производственной практики является: приобретение студентами практических навыков и компетенций, а также опыта самостоятельной профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.

2. Задачи производственной практики:

Задачами практики являются:

а) в области организационно-управленческой деятельности:

- разработка стратегий развития организации, планирование и осуществление мероприятий, направленных на их реализацию;

- организация творческих коллективов для решения организационно управленческих в сфере малого бизнеса и руководства ею;

б) в области аналитической деятельности:

- поиск, анализ и оценка информации для подготовки и принятия управленческих решений;

- анализ эффективности существующей системы внешних и внутренних коммуникаций

- анализ и моделирование коммуникационных процессов в деятельности современных организаций;

в) области научно-исследовательской деятельности:

- организация и проведение комплексных управленческих исследований в деятельности организации; определение целей и заданий для отдельных групп исполнителей, выбор методов и инструментов проведения исследований; сбор и анализ результатов исследований, подготовка обзоров и отчетов по теме исследования.

- выявление и формулирование актуальных научных проблем в области рекламного менеджмента;

- подготовка обзоров, отчетов и научных публикаций по актуальным проблемам менеджмента современных предприятий и организаций.

3. Место практики в структуре образовательной программы (ОП):

Практика включена в базовую часть ОП.

Студент должен:

знать:

- основные законы и закономерности менеджмента, их требования, формы их проявления и использования в менеджменте организации;

- основополагающие принципы менеджмента, формы их реализации и направления развития;

- сущность и содержание менеджмента, его особенности, цели, задачи и функции;

- роли менеджера по управлению в организации, характер и содержание его труда;

- типы организаций и подходы к их формированию и развитию;

- содержание процесса управленческой деятельности и систему методов мотивации;

- коммуникации возникающие в процессе разработок менеджмента и содержание информационного обеспечения процесса управленческой деятельности;

- процесс, принципы, формы и методы принятия и реализации управленческих решений по поводу разработки и принятию решений;

уметь:

- понимать анализировать и обосновывать взаимосвязь основных понятий и категорий менеджмента;

- классифицировать организации, определять и анализировать их основные характеристики, формулировать отдельные подразделения в организации;

- систематизировать и обобщать информацию о состоянии внутренней и внешней среды организации;

- классифицировать факторы внешней среды и определять характер и направление их влияния на деятельность организации;

- вырабатывать адекватные управленческие решения в ответ на изменения внешней и внутренней среды организации;

- применять современную научную методологию исследования и решения конкретных проблем менеджмента;
- анализировать информацию, оценивать ситуации, разрабатывать и обосновывать варианты планирования, выбирать наиболее эффективные из них с позиций приоритетов управления, принимать управленческие решения по внедрению методов менеджмента;

владеть:

- специальной терминологией в области основ менеджмента;
- современной научной методологией исследования проблем менеджмента;
- методами принятия и реализации управленческих решений по поводу разработки и внедрения их в организации;
- навыками межличностного общения при решении управленческих проблем менеджмента
- навыками самостоятельного изучения учебной и научной литературы, материалов периодической печати по проблемам менеджмента, а также использования для этих целей современных образовательных технологий,
- навыками использования инструментов анализа деятельности организации и ее внешнего окружения;
- применения методов управления организациями.

Практика проводится с отрывом от аудиторных занятий.

Прохождение практики является необходимой основой для последующего изучения дисциплин: «Социологические аспекты в управлении массовыми коммуникациями», «Маркетинг», «Маркетинговые исследования», подготовки курсовой работы.

4. Место и время проведения производственной практики

Практика проводится на базе предприятий и организаций на основании договора о проведении учебной и производственной практики.

При выборе баз практики необходимо руководствоваться следующими критериями:

- соответствовать профилю подготовки бакалавра;
- располагать квалифицированными кадрами для руководства практикой студента;
- иметь материально-техническую базу с инновационными технологиями.

Практика проводится в течение 2 недель на 3 курсе в 4 семестре. Группы формируются в составе до 15 человек на одного руководителя.

5. Объем производственной практики в зачетных единицах и ее продолжительность в неделях и академических часах

6 зачетных единиц

4 недели

216 академических часов

6. Перечень планируемых результатов прохождения практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы:

Практика направлена на формирование следующих компетенций: ОПК-4, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-11, ПК-12, ПК-13, ПК-14, ПК-15, ПК-16

КОМПЕТЕНЦИИ		Перечень компонентов	Средств а формиро вания	Средст ва оценив ания	Уровни освоения компетенций
Шиф р комп	Формулиров ка				

етенц ии					
Общекультурные компетенции не предусмотрены					
Общепрофессиональные компетенции ОПК-4					
ОПК-4	Уметь планировать и готовить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	Знать: - этапы планирования коммуникационные кампании и мероприятия; - методы сбора информации для планирования коммуникационные кампании и мероприятий Уметь: - осуществлять сбор, анализ и интерпретацию информации, необходимую для проведения коммуникационные кампании и мероприятия Владеть: - способен осуществлять под контролем проектирование, планирование, подготовку коммуникационных кампаний и мероприятий; - навыками работы в команде	- Работа с информационными источниками - Ситуационный анализ - Интерпретация и представление результатов	Зачет с оценкой Дневник практик и Отчет по практикам	Базовый уровень: Знать: - знает базовую терминологию предметной области - знает основные этапы планирования коммуникационных кампаний и мероприятий; - знает основные методы сбора информации для планирования стандартных коммуникационных кампаний и мероприятий; - усвоил основную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины Уметь: - осуществлять сбор, анализ и интерпретацию информации, необходимой для проведения стандартных коммуникационных кампаний и мероприятий Владеть: - осуществлять под контролем проектирование, планирование, подготовку стандартных коммуникационных кампаний и мероприятий; - способен работать в команде Повышенный уровень: Знать: - базовую терминологию предметной области; - знает основные этапы планирования коммуникационных кампаний и мероприятий; - знает основные методы сбора информации для планирования коммуникационных кампаний и мероприятий разных видов; - усвоил основную и дополнительную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины Уметь: - осуществлять сбор, анализ и интерпретацию информации, необходимой для проведения коммуникационных кампаний и мероприятий разных видов Владеть:

					- способен осуществлять под контролем проектирование, планирование, подготовку коммуникационных кампаний и мероприятий разных видов; - способен работать в команде
Профессиональные компетенции: ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-11, ПК-12, ПК-13, ПК-14, ПК-15, ПК-16					
ПК-1	Способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельность и по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с	Знать: - методы управления деятельностью организации (рекламных служб и служб по связям с общественностью); Уметь: - организовывать деятельность малой группы Владеть: - способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным;	- Работа с информационными источниками - Ситуационный анализ - Интерпретация и представление результатов	Зачет с оценкой Дневник практик и Отчет по практикам	Базовый уровень: Знать: - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами в сфере рекламы и связей с общественностью - усвоил основную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины Уметь: - по стандартным моделям организовывать деятельность малой группы в сфере рекламы и связей с общественностью Владеть: основными современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение сотрудников в сфере рекламы и связей с общественностью Повышенный уровень: Знать: базовые и ситуативные методы управления деятельностью организации в сфере рекламы и связей с общественностью; Уметь: - по стандартным и оригинальным моделям организовывать деятельность малой группы в сфере рекламы и связей с общественностью Владеть: - способен работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным;

	общественностью				
ПК-2	Владение навыками по организации и оперативно му планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации	Знать: - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами (в своей деятельности и деятельности фирмы) Уметь: - формулировать цели и задачи, выбирать пути их достижения; Владеть: - способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину	- Работа с информационными источниками - Ситуационный анализ - Интерпретация и представление результатов	Зачет с оценкой Дневник практик и Отчет по практикам	Базовый уровень: Знать: - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами, Уметь: - формулировать цели и задачи, выбирать типовые пути их достижения; Владеть: -способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным Повышенный уровень: Знать: - основные и авторские теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами, Уметь: - формулировать цели и задачи, выбирать ситуативно обусловленные пути их достижения; Владеть: -способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным
ПК-3	Компетенция владеть навыками организационно-управленческой работы с малыми	Знать: - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы	- Работа с информационными источниками - Ситуационный анализ	Зачет с оценкой Дневник практик и Отчет по	Базовый уровень: Знать: - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами Уметь:

	коллективам и	мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами Уметь: - организовывать деятельность малой группы Владеть: - способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным	Интерпретация и представление результатов	практике	- организовывать деятельность малой группы Владеть: - способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным Повышенный уровень: Знать: - основные и авторские теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами Уметь: - организовывать деятельность малой группы Владеть: - способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным
ПК-4	Владение навыками подготовки проектной документации (техно-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт	Знать: - основные формы проектной документации; Уметь: - использовать программное обеспечение для решения задач, связанных с проектной деятельностью Владеть: - навыками подготовки проектной документации	- Работа с информационными источниками - Ситуационный анализ - Интерпретация и представление результатов	Зачет с оценкой Дневник практик и Отчет по практикам	Базовый уровень: Знать: - знает основные методы анализа и обработки информации Уметь: - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации для типовой разработки Владеть: - способен разрабатывать на основе типовых документов технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт Повышенный уровень: Знать: - знает основные и специальные методы анализа и обработки информации Уметь: - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации с помощью стандартного и

					нестандартного программного обеспечения Владеть: навыками подготовки проектной документации
ПК-5	Способность реализовывать проекты и владеть методами их реализации	Знать: теорию менеджмента и маркетинга, основы бизнес-процессов Уметь: - ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций по управлению проектами Владеть: - методами реализации основных управленческих функций (принятие управленческого решения, организация, мотивация и контроль)	- Работа с информационными источниками - Ситуационный анализ - Интерпретация и представление результатов	Зачет с оценкой Дневник практик и Отчет по практике	Базовый уровень: Знать: - основные положения теории менеджмента и маркетинга, основы бизнес-процессов; Уметь: - ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций по управлению типовыми проектами Владеть: методами реализации основных управленческих функций (принятие управленческого решения, организация, мотивация и контроль) в типовом проекте; Повышенный уровень: Знать: - основные положения теории менеджмента и маркетинга, основы бизнес-процессов; Уметь: - ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций по управлению типовыми проектами Владеть: методами реализации основных управленческих функций (принятие управленческого решения, организация, мотивация и контроль) в типовом проекте;
ПК-6	Способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внешней и	Знать: структуру внутренних коммуникаций организации и их роль в создании имиджа фирмы Уметь: вычленять структурные компоненты	- Работа с информационными источниками - Ситуационный анализ - Интерпретация и представление результатов	Зачет с оценкой Дневник практик и Отчет по практике	Базовый уровень: Знать: - структуру основных внутренних коммуникаций организации и их роль в создании имиджа фирмы Уметь: вычленять основные структурные компоненты внутренних коммуникаций компании, Владеть:

	внутренней коммуникации	внутренних коммуникаций компании Владеть: - навыками анализа состояния внутренних коммуникаций компании,			- на базовом уровне навыками анализа состояния внутренних коммуникаций компании, Повышенный уровень: Знать: - структуру основных внутренних коммуникаций организации и их роль в создании имиджа фирмы Уметь: вычленять основные структурные компоненты внутренних коммуникаций компании, Владеть: - на базовом уровне навыками анализа состояния внутренних коммуникаций компании,
ПК-7	Способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	Знать: - этапы планирования, организации и контроля коммуникационных кампаний и мероприятий; Уметь: - осуществлять сбор, анализ и интерпретацию информации, необходимую для проведения, организации и контроля коммуникационных кампаний и мероприятий Владеть: - способен принимать участие в проектировании, планировании, подготовке и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий	- Работа с информационными источниками - Ситуационный анализ - Интерпретация и представление результатов	Зачет с оценкой Дневник практик и Отчет по практике	Базовый уровень: Знать: - знает основные этапы планирования, организации и контроля коммуникационных кампаний и мероприятий; Уметь: - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандартной коммуникационной кампании и мероприятия; Повышенный уровень: Знать: - знает основные этапы планирования, организации и контроля коммуникационных кампаний и мероприятий; Уметь: - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандартной коммуникационной кампании и мероприятия;

ПК-8	Способность организовывать подготовку к выпуску, производству и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	Знать: основы культуры речи Уметь: грамотно с точки зрения культуры речи оформлять тексты на русском языке. Владеть: - основными методами логической обработки информации;	- Работа с информационными источниками - Ситуационный анализ - Интерпретация и представление результатов	Зачет с оценкой Дневник практик и Отчет по практикам	Базовый уровень: Знать: - основы культуры речи; Уметь: - умеет реализовывать основные коммуникативные намерения; логично рассуждать, грамотно структурировать высказывание; Владеть: - владеет основными методами логической обработки информации; Повышенный уровень: Знать: - основы культуры речи; Уметь: - умеет реализовывать основные коммуникативные намерения; логично рассуждать, грамотно структурировать высказывание; Владеть: - владеет основными методами логической обработки информации;
ПК-9	Способность проводить маркетинговые исследования	Знать: методы анализа и обработки информации Уметь: осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации Владеть: - способен разрабатывать планы, программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации;	- Работа с информационными источниками - Ситуационный анализ - Интерпретация и представление результатов	Зачет с оценкой Дневник практик и Отчет по практикам	Базовый уровень: Знать: - знает основные методы анализа и обработки информации Уметь: - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандартного маркетингового исследования Владеть: - способен осуществлять типовые консультационные работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций Повышенный уровень: Знать: - знает основные методы анализа и обработки информации Уметь: - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандартного маркетингового исследования Владеть:

					- способен осуществлять типовые консультационные работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций
ПК-10	Способность организовывать и проводить социологические исследования	Знать: основные методы исследований Уметь: - осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации Владеть: - способен осуществлять консультационные работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций	- Работа с информационными источниками - Ситуационный анализ - Интерпретация и представление результатов	Зачет с оценкой Дневник Практики Отчет по практике	Базовый уровень: Знать: - знает базовую терминологию предметной области Уметь: - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандартного социологического исследования Владеть: - способен осуществлять типовые консультационные работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций Повышенный уровень: Знать: - знает базовую терминологию предметной области Уметь: - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандартного социологического исследования Владеть: - способен осуществлять типовые консультационные работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций

ПК-11	Владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов	Знать: - требования к написанию аналитических справок, обзоров и прогнозов; Уметь: - делать презентацию аналитических справок, обзоров; Владеть: - навыками подготовки аналитических справок, обзоров и прогнозов.	- Работа с информационными источниками - Ситуационный анализ - Интерпретация и представление результатов	Зачет с оценкой Дневник практик и Отчет по практике	Базовый уровень: Знать: - формы и способы представления аналитических справок, обзоров и прогнозов; Уметь: - делать презентацию аналитических справок, обзоров; Владеть: - способен осуществлять типовые консультационные работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций Повышенный уровень: Знать: - формы и способы представления аналитических справок, обзоров и прогнозов; Уметь: - делать презентацию аналитических справок, обзоров; Владеть: - способен осуществлять типовые консультационные работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций
ПК-12	Способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах	Знать: - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами в общественных, производственных,	- Работа с информационными источниками - Ситуационный анализ - Интерпретация и представление результатов	Зачет с оценкой Дневник практик и Отчет по практике	Базовый уровень: Знать: - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации; Уметь: - умеет аргументированно обсуждать основные профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения

	массовой информации	нных, коммерческих структурах, средствах массовой информации; Уметь: - аргументированно обсуждать профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения Владеть: - навыками работы в команде в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации			Владеть: - владеет базовыми навыками работы в команде в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации; Повышенный уровень: Знать: - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации; Уметь: - умеет аргументированно обсуждать основные профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения Владеть: - владеет базовыми навыками работы в команде в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;
ПК-13	Способность под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия	Знать: - этапы планирования рекламных кампаний и мероприятий; Уметь: - осуществлять сбор, анализ и интерпретацию информации, необходимую для проведения рекламных кампаний и мероприятий Владеть: - навыками работы в команде при проведении	- Работа с информационными источниками - Ситуационный анализ - Интерпретация и представление результатов	Зачет с оценкой Дневник практик и Отчет по практикам	Базовый уровень: Знать: - знает основные методы сбора информации для планирования стандартных рекламных кампаний и мероприятий; Уметь: - умеет осуществлять сбор, анализ и интерпретацию информации, необходимой для проведения стандартных рекламных кампаний и мероприятий Владеть: - способен работать в команде при проведении рекламных кампаний и мероприятий Повышенный уровень: Знать: - знает основные методы сбора информации для планирования стандартных рекламных кампаний и мероприятий; Уметь:

		рекламных кампаний и мероприятий			- умеет осуществлять сбор, анализ и интерпретацию информации, необходимой для проведения стандартных рекламных кампаний и мероприятий Владеть: - способен работать в команде при проведении рекламных кампаний и мероприятий
ПК-14	Способность реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности	Знать: - основные положения экономической теории, менеджмента и маркетинга; Уметь: - применять на практике знание основных законов экономической теории, менеджмента и маркетинга для решения профессиональных задач; Владеть: - основными приемами менеджмента и маркетинга;	- Работа с информационными источниками - Ситуационный анализ - Интерпретация и представление результатов	Зачет с оценкой Дневник практик и Отчет по практик е	Базовый уровень: Знать: основные положения экономической теории, менеджмента и маркетинга; основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами; Уметь: - умеет аргументированно обсуждать основные профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения Владеть: - владеет основными приемами менеджмента и маркетинга; Повышенный уровень: Знать: основные положения экономической теории, менеджмента и маркетинга; основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами; Уметь: - умеет аргументированно обсуждать основные профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения Владеть: - владеет основными приемами менеджмента и маркетинга;
ПК-15	Владение навыками работы в отделе	Знать: - основные теории и концепции	- Работа с информационными	Зачет с оценкой Дневник	Базовый уровень: Знать: - знает основные теории и концепции взаимодействия

	рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве	взаимодействия людей в организации (отдел рекламы, маркетинговый отдел, рекламное агентство), в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами Уметь: организовывать деятельность малой группы Владеть: - способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным;	источникам и - Ситуационный анализ - Интерпретация и представление результатов	практики и Отчет по практике	людей в организации (отдел рекламы, маркетинговый отдел, рекламное агентство), в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами Уметь: - организовывать деятельность малой группы Владеть: -способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным; Повышенный уровень: Знать: - знает основные теории и концепции взаимодействия людей в организации (отдел рекламы, маркетинговый отдел, рекламное агентство), в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами Уметь: - организовывать деятельность малой группы Владеть: -способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным;
ПК-16	Способность под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производству и распространение	Знать: - специфику рекламных и PR-обращений в зависимости от канала распространения, Уметь:	- Работа с информационными источниками и - Ситуационный анализ - Интерпретация и	Зачет с оценкой Дневник практики и Отчет по практике	Базовый уровень: Знать: - знает базовую терминологию предметной области; Уметь: - умеет реализовывать основные коммуникативные намерения; логично рассуждать, грамотно структурировать высказывание; Владеть:

	рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы	- осуществлять выбор компьютерной программы для создания рекламного продукта в зависимости от его специфики производства и распространения Владеть: практическим и навыками ведения проектов, связанных с разработкой рекламного продукта	представление результатов		- владеет основными методами логической обработки информации; Повышенный уровень: Знать: - знает базовую терминологию предметной области; Уметь: - умеет реализовывать основные коммуникативные намерения; логично рассуждать, грамотно структурировать высказывание; Владеть: - владеет методами логической обработки информации;

* описание оценочных средств находится в разделе «Фонд оценочных средств» образовательной программы

7. Содержание практики

7.1. Общая трудоемкость практики составляет 6 зачетных единиц, или 4 недели, или 216 часов.

№ п/п	Разделы (этапы) и содержание практики*	Общая трудоемкость		Формы текущего контроля
		Зач. ед.	Часы	
1.	Подготовительный 1. Посещение установочной конференции, 2. Знакомство с содержанием практики и заданиями, отчетной документацией 3. Инструктаж по технике безопасности 4. Составление плана работы на практике. 5. Согласование перечня индивидуальных заданий.	0,25	9	- установочная конференция в образовательном учреждении или вузе - анализ плана работы на практику, составленного студентом - проверка документов, подготовленных студентом к практике - отметка в дневнике практики - наличие и выполнение ежедневного плана работы, заверенного подписью сотрудника организации, к которому прикреплен практикант
2.	Основной. Выбор и реализация методов, технологий, используемых на практике	2,75	90	- присутствие на промежуточных консультациях с руководителем практики от ВУЗа

				- наличие и выполнение ежедневного плана работы, заверенного подписью сотрудника организации, к которому прикреплен практикант - присутствие на промежуточных консультациях с групповым руководителем практики - наличие и выполнение ежедневного плана работы, заверенного подписью педагога, к которому прикреплен практикант
3.	Аналитический Анализ и систематизация результатов Проблемы в рекламной (коммуникационной) деятельности организации и пути ее совершенствования	2,75	90	- отчет по результатам проведенной диагностики, целеполагания, планирования деятельности организации - присутствие на промежуточных консультациях с руководителем практики от ВУЗа - наличие и выполнение ежедневного плана работы, заверенного подписью сотрудника организации, к которому прикреплен практикант - присутствие на промежуточных консультациях с групповым руководителем практики - наличие и выполнение ежедневного плана работы, заверенного подписью педагога, к которому прикреплен практикант
4.	Заключительный Интерпретация полученных результатов, подготовка отчета по практике	0,25	9	- отчет по результатам выполнения плана - отчет о результатах посещения мероприятий и занятий, проведенных другими студентами - наличие и выполнение ежедневного плана работы, заверенного подписью сотрудника организации, к которому прикреплен практикант - представление отчетной документации

				- участие в заключительной конференции на база практики и в ВУЗе

7.2. Индивидуальные задания, выполняемые студентом в период практики

№ п/п	Этап практики	Задания, выполняемые студентом
1.	Подготовительный	- Составление плана работы на практику
2.	Основной	Изучение базы практики: 1. Составить организационно - экономическую характеристика организации 2. Проанализировать маркетинговую среду организации 3. Изучить деятельность службы маркетинга и рекламы 4. Проанализировать комплекс маркетинговых коммуникаций организации 5. Провести диагностику рекламной деятельности организации
3.	Аналитический	1.Описание ситуаций, проведение диагностики, характеристика проблем. 2. Заполнение дневника практики 3. Оформление отчета по практике
4.	Заключительный	1.Подготовка доклада на итоговую конференцию в вузе 2.Подготовка итоговой презентации

8. Формы отчетности по практике

1. Дневник практики (приложение 1).
2. Отчет по практике (приложение 2)

9. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике

Шифр компетенции	Формулировка		
ОПК-4	Уметь планировать и готовить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	
Базовый уровень			
Знает основные принципы планирования и подготовки коммуникационных кампаний и мероприятий. Может под контролем планировать и готовить коммуникационные кампании и мероприятия	Базовый уровень: Знать: - знает базовую терминологию предметной области - знает основные этапы планирования коммуникационных кампаний и мероприятий; - знает основные методы сбора информации для планирования стандартных коммуникационных кампаний и мероприятий;	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта

	- усвоил основную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины		
	Уметь: - осуществлять сбор, анализ и интерпретацию информации, необходимую для проведения коммуникационные кампании и мероприятия	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Владеть: осуществлять под контролем проектирование, планирование, подготовку стандартных коммуникационных	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
Повышенный уровень			
Знает основные принципы планирования и подготовки коммуникационных кампаний и мероприятий. Может под контролем планировать и готовить коммуникационные кампании и мероприятия	Знать: базовую терминологию предметной области; - знает основные этапы планирования коммуникационных кампаний и мероприятий; - знает основные методы сбора информации для планирования коммуникационных кампаний и мероприятий разных видов; - усвоил основную и дополнительную литературу, рекомендованную, рабочей программой	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Уметь: - осуществлять сбор, анализ и интерпретацию информации, необходимой для проведения коммуникационных кампаний и мероприятий разных видов	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Владеть: - способен осуществлять под контролем проектирование, планирование, подготовку коммуникационных кампаний и мероприятий разных видов;	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта

	- способен работать в команде		
Шифр компетенции	Формулировка		
ПК-1	Способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по практике
Базовый уровень			
Знает основные методы управления деятельностью организации в сфере рекламы и связей с общественностью. Может применить их на практике	Знать: - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами в сфере рекламы и связей с общественностью - усвоил основную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Уметь: - по стандартным моделям организовывать деятельность малой группы в сфере рекламы и связей с общественностью	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Владеть: основными современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта

	поведение сотрудников в сфере рекламы и связей с общественностью		
Повышенный уровень			
Знает основные и уникальные методы управления деятельностью организации в сфере рекламы и связей с общественностью. Понимает необходимость использования основных и оригинальных методов управления деятельностью организации в зависимости от жизненного цикла организации. Регулярно демонстрирует умение применять их на практике.	Знать: базовые и ситуативные методы управления деятельностью организации в сфере рекламы и связей с общественностью;	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Уметь: - по стандартным и оригинальным моделям организовывать деятельность малой группы в сфере рекламы и связей с общественностью	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Владеть: -способен работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным;	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
Шифр компетенции	Формулировка		
ПК-2	Владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по практике
Базовый уровень			
Знает основные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений и методы управления деятельностью организации .	Знать: - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта

Может применить их на практике	числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами,		
	Уметь: - формулировать цели и задачи, выбирать типовые пути их достижения;	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Владеть: -способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
Знает основные и уникальные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений основные и уникальные методы управления деятельностью организации Понимает значение основных теорий и концепций взаимодействия людей в организации , постоянно использует разнообразные методы управления деятельностью организации в своей практике	Знать: - основные и авторские теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами,	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Уметь: - формулировать цели и задачи, выбирать ситуативно обусловленные пути их достижения;	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Владеть: -способностью работать в команде	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике

	и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным		Характеристика студента-практиканта
Шифр компетенции	Формулировка		
ПК-3	Компетенция владеть навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по практике
Базовый уровень			
Знает основные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений и методы управления деятельностью малой организации. Может применить их на практике	Знать: - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Уметь: - организовывать деятельность малой группы	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Владеть: -способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
Знает основные и уникальные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений основные и уникальные методы управления	Знать: - основные и авторские теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта

деятельностью малой организации Понимает значение основных теорий и концепций взаимодействия людей в организации, постоянно использует разнообразные методы управления деятельностью организации в своей практике	мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами		
	Уметь: - организовывать деятельность малой группы	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Владеть: -способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
Шифр компетенции	Формулировка		
ПК-4	Владение навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по практике
Базовый уровень			
Базовый уровень Знает основные формы проектной документации; требования к проектной документации; формы и способы представления проектной документации, Может использовать их на практике	Знать: - формы и способы представления проектной документации;	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Уметь: - использовать программное обеспечение для решения задач, связанных с проектной деятельностью;	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта

	Владеть: - навыками подготовки проектной документации	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента- практиканта
Повышенный уровень Знает основные формы проектной документации и требования к ним, понимает значение проектной документации в производственной деятельности, постоянно использует их в своей практике	Знать: - основные направления, проблемы, теории и методы современных маркетинга, менеджмента, проектного менеджмента	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента- практиканта
	Уметь: - применять на практике аналитические методы, связанные с принятием решения по проекту	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента- практиканта
	Владеть: - методами реализации основных управленческих функций (принятие управленческого решения, организация, мотивация и контроль)	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента- практиканта
Шифр компетенции			
ПК-5	Способность реализовывать проекты и владеть методами их реализации		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	
Базовый уровень: Знает основные принципы организации и проведения проектной деятельности. Может применить их на практике	Знать: - основные направления, проблемы, теории и методы современных маркетинга, менеджмента	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Уметь: - ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта

	профессиональных функций по управлению проектами		
	Владеть: - методами реализации основных управленческих функций (принятие управленческого решения, организация, мотивация и контроль)	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
Повышенный уровень			
Знает основные принципы организации и проведения проектной деятельности. Понимает значение проектной деятельности в современных рыночных условиях, постоянно участвует в проектной деятельности и способен руководить проектами	Знать: - основные положения теории менеджмента и маркетинга, основы бизнес-процессов;	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Уметь: - применять на практике аналитические методы, связанные с принятием решения по типовому и уникальному проекту	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Владеть - методами реализации основных управленческих функций (принятие управленческого решения, организация, мотивация и контроль) в типовом и уникальном проекте;	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
Шифр компетенции	Формулировка		
ПК-6	Способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внешней и внутренней коммуникации		

Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по практике
Базовый уровень			
Знает структуру основных внутренних коммуникаций организации, систему базовой мотивации сотрудников и их роль в создании имиджа фирмы. Может применить их на практике	Знать: - структуру основных внутренних коммуникаций организации и их роль в создании имиджа фирмы	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Уметь: вычленять основные структурные компоненты внутренних коммуникаций компании,	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Владеть: - на базовом уровне навыками анализа состояния внутренних коммуникаций компании,	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
Знает структуру основных и оригинальных внутренних коммуникаций организации, систему базовой и ситуативной мотивации сотрудников и их роль в создании имиджа фирмы. Понимает значение внутренних коммуникаций в формировании имиджа компании, постоянно использует разнообразные виды мотивации членов организации в своей практике	Знать: - структуру основных внутренних коммуникаций организации и их роль в создании имиджа фирмы	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Уметь: вычленять основные структурные компоненты внутренних коммуникаций компании,	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Владеть:	Зачет с оценкой	Дневник практики

	- на базовом уровне навыками анализа состояния внутренних коммуникаций компании,		Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
Шифр компетенции	Формулировка		
ПК-7	Способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по практике
Базовый уровень			
Знает основные этапы планирования, организации и контроля коммуникационных кампаний и мероприятий; типовые методы сбора информации для планирования, организации и контроля коммуникационные кампании и мероприятий Может применить их на практике	Базовый уровень: Знать: - знает основные этапы планирования, организации и контроля коммуникационных кампаний и мероприятий;	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Уметь: - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандартной коммуникационной кампании и мероприятия;	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
Повышенный уровень			
Знает основные этапы планирования, организации и контроля коммуникационных кампаний и мероприятий; типовые и специальные методы сбора информации для планирования коммуникационные кампании и мероприятий Понимает значение планирования, организации и контроля в производственной	Знать: - знает основные этапы планирования, организации и контроля коммуникационных кампаний и мероприятий;	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта

деятельности, постоянно использует их в своей практике			
	Уметь: - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандартной коммуникационной кампании и мероприятия;	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
Формулировка			
ПК-8	Способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы		
	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по практике
Базовый уровень			
Знает основные принципы производства, подготовки к выпуску и распространения рекламной продукции в рамках традиционных средств рекламы. Может применить их на практике	Знать: - основы культуры речи;	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Уметь: - умеет реализовывать основные коммуникативные намерения; логично рассуждать, грамотно структурировать высказывание;	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Владеть: - владеет основными методами логической обработки информации;	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
Повышенный уровень			
Знает основные принципы производства, подготовки к	Знать:	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике

выпуску и распространения рекламной продукции в рамках современных средств рекламы. Понимает значение всех этапов производства и распространения рекламной продукции, целесообразно использует их в своей практике	- основы культуры речи;		Характеристика студента-практиканта
	Уметь: - умеет реализовывать основные коммуникативные намерения; логично рассуждать, грамотно структурировать высказывание;	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Владеть: - владеет основными методами логической обработки информации;	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
Шифр компетенции	Формулировка		
ПК-9	Способность проводить маркетинговые исследования		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по практике
Базовый уровень			
Знает основные принципы организации и проведения маркетинговых исследований. Может применить их на практике	Знать: - знает основные методы анализа и обработки информации	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Уметь: - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандартного маркетингового исследования	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Владеть: - способен осуществлять	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике

	типовые консультационные работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций		Характеристика студента-практиканта
Повышенный уровень			
Знает основные принципы организации и проведения маркетинговых исследований. Понимает значение маркетинговых исследований в рыночной ситуации, постоянно использует их в своей практике	Знать: - знает основные методы анализа и обработки информации	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Уметь: - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандартного маркетингового исследования	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Владеть: - способен осуществлять типовые консультационные работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта

	общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций		
Шифр компетенции	Формулировка		
ПК-10	Способность организовывать и проводить социологические исследования		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по практике
Базовый уровень			
Знает основные принципы организации и проведения социологических исследований. Может применить их на практике	Знать: основные методы анализа и обработки информации	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	- умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандартного социологического исследования	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	- способен разрабатывать стандартные планы, программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации;	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
Повышенный уровень			
Знает основные принципы организации и проведения маркетинговых исследований. Понимает значение маркетинговых исследований в рыночной ситуации, постоянно использует их в своей практике	- знает методику планирования и организации стандартного и нестандартного социологического исследования - знает основные методы анализа и обработки информации	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	- умеет осуществлять сбор и обработку	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике

	первичной и вторичной информации стандартного и нестандартного социологического исследования		Характеристика студента-практиканта
	- способен осуществлять типовые и ситуативные консультационные работы по вопросам социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
Шифр компетенции	Формулировка		
ПК-11	Владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по практике
Базовый уровень			
Знает основные принципы организации и проведения социологических исследований. Может применить их на практике	- формы и способы представления аналитических справок, обзоров и прогнозов;	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	- составлять аналитические справки, обзоры; - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандартного социологического исследования	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта

	- способен осуществлять типовые консультационные работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
Повышенный уровень			
Знает основные принципы организации и проведения социологических исследований. Понимает значение социологических исследований в рыночной ситуации, постоянно использует их в своей практике	- знает основные методы анализа и обработки информации	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	- умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандартного и нестандартного социологического исследования	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	- способен осуществлять типовые и ситуативные консультационные работы по вопросам социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта

	связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций		
Шифр компетенции	Формулировка		
ПК-12	Способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по практике
Базовый уровень			
Знает основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации	Знать: - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Уметь: - умеет аргументированно обсуждать основные профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Владеть: - владеет базовыми навыками работы в команде в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта

	массовой информации		
Повышенный уровень			
Знает основные принципы функционирования рекламного рынка, основные принципы работы организации, специфику создания рекламных обращений. Понимает значение профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью, постоянно применяет их в своей практике в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации	Знать: - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Уметь: - умеет аргументированно обсуждать основные профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Владеть: -владеет базовыми навыками работы в команде в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
Шифр компетенции	Формулировка		
ПК-13	Способность под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по практике
Базовый уровень			
Знает основные принципы планирования и подготовки рекламных кампаний и мероприятий.	Знать: - знает основные методы сбора информации для планирования	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта

Может под контролем планировать и готовить рекламных кампании и мероприятия	стандартных рекламных кампаний и мероприятий;		
	Уметь: - умеет осуществлять сбор, анализ и интерпретацию информации, необходимой для проведения стандартных рекламных кампаний и мероприятий	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Владеть: - способен работать в команде при проведении рекламных кампаний и мероприятий	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
Знает основные принципы планирования и подготовки рекламных кампаний и мероприятий. Понимает значение грамотного планирования для подготовки рекламных кампаний и мероприятий, способен выбирать методы сбора информации и решения поставленных задач. Имеет практический опыт планирования мероприятий под контролем преподавателя (руководителя).	Знать: - знает основные методы сбора информации для планирования стандартных рекламных кампаний и мероприятий;	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Уметь: - умеет осуществлять сбор, анализ и интерпретацию информации, необходимой для проведения стандартных рекламных кампаний и мероприятий	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта

	Владеть: - способен работать в команде при проведении рекламных кампаний и мероприятий	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
Шифр компетенции	Формулировка		
ПК-14	Способность реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по практике
Базовый уровень			
Знает основные принципы функционирования рекламного рынка, основные принципы работы организации, специфику создания рекламных обращений. Может применить их на практике	Знать: основные положения экономической теории, менеджмента и маркетинга; основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами;	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Уметь: - умеет аргументированно обсуждать основные профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Владеть: - владеет основными приемами менеджмента и маркетинга;	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
Повышенный уровень			
Знает основные принципы функционирования	Знать:	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике

рекламного рынка, основные принципы работы организации, специфику создания рекламных обращений. Понимает значение профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью, постоянно применяет их в своей практике	основные положения экономической теории, менеджмента и маркетинга; основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами;		Характеристика студента-практиканта
	Уметь: - умеет аргументированно обсуждать основные профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Владеть: - владеет основными приемами менеджмента и маркетинга;	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
Шифр компетенции	Формулировка		
ПК-15	Владение навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по практике
Базовый уровень			
Знает основные принципы функционирования рекламного рынка, основные принципы работы организации, специфику создания рекламных обращений. Может применить их на практике	Знать: - знает основные теории и концепции взаимодействия людей в организации (отдел рекламы, маркетинговый отдел, рекламное агентство), в том числе вопросы мотивации, коммуникации,	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта

	лидерства и управления конфликтами		
	Уметь: - организовывать деятельность малой группы	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Владеть: -способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным;	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
Повышенный уровень			
Знает основные принципы функционирования рекламного рынка, основные принципы работы организации, специфику создания рекламных обращений. Понимает значение профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью, постоянно применяет их в своей практике	Знать: - знает основные теории и концепции взаимодействия людей в организации (отдел рекламы, маркетинговый отдел, рекламное агентство), в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Уметь: - организовывать деятельность малой группы	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Владеть: -способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность в отделе рекламы,	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта

	маркетинговом отделе, рекламном агентстве, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным;		
Шифр компетенции	Формулировка		
ПК-16	Способность под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по практике
Базовый уровень			
Знает основные принципы разработки и реализации организационно-управленческих решений; Может применить их на практике	Знать: - знает базовую терминологию предметной области;	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Уметь: - умеет реализовывать основные коммуникативные намерения; логично рассуждать, грамотно структурировать высказывание;	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Владеть: - владеет основными методами логической обработки информации;	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
Повышенный уровень			
Знает основные принципы разработки и реализации организационно-управленческих решений; Понимает значение принятия организационно-управленческих решений в производственной ситуации, постоянно использует их в своей практике	Знать: - знает базовую терминологию предметной области;	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Уметь:	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике

	- умеет реализовывать основные коммуникативные намерения; логично рассуждать, грамотно структурировать высказывание;		Характеристика студента-практиканта
	Владеть: - владеет методами логической обработки информации;	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
Требования к проведению промежуточной аттестации по практике:			
8. Выполнение плана практики.			
9. Выполнение индивидуальных заданий.			
10. Оформление дневника и отчета по практике и представление на кафедру в течение первой недели после окончания практики.			
4.Выступление с докладом и презентацией на итоговой конференции.			
Критерии оценки результатов прохождения студентом промежуточной аттестации:			
«отлично»	Студент демонстрирует полное понимание проблемы, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач. Студент своевременно выполнил весь объем работы, предусмотренный программой практики, показал глубокую теоретическую, методическую подготовку, владение методами анализа внешней и внутренней среды, ответственно и с интересом относился к своей работе, грамотно, в соответствии с требованиями сделал анализ своей работы. Проявляет высокий интерес к профессионально-ориентированным информационным источникам. Продemonстрирована высокая степень готовности к профессиональной деятельности.		
«хорошо»	Студент демонстрирует понимание проблемы, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками решения практических задач. Студент демонстрирует достаточно полные знания профессионально-прикладных и методических вопросов в объеме программы практики, полностью выполнил программу, но допустил незначительные ошибки при выполнении заданий. Проявляет интерес к профессионально-ориентированным информационным источникам. Продemonстрирована готовность к профессиональной деятельности.		
«удовлетворительно»	Студент демонстрирует частичное понимание проблемы, имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей. владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач. Студент своевременно выполнил не весь объем работы, предусмотренный программой практики, показал фрагментарную теоретическую, методическую подготовку, владение методами анализа внешней и внутренней среды, формально относился к своей работе, грамотно, в соответствии с требованиями сделал анализ своей работы. Продemonстрирована невысокая степень готовности к профессиональной деятельности.		
«неудовлетворительно»	Студент владеет фрагментарными знаниями и не умеет применять их на практике, не выполнил программу практики, не получил положительной характеристики, не проявил инициативу, не предоставил рабочие		

10. Перечень учебной литературы и ресурсов сети «Интернет», необходимых для проведения практики

а) основная литература:

1. Минаева Л.В. Связи с общественностью. Составление документов. Теория и практика, М, Аспект Пресс, 2012.
2. Поляков В.А. Рекламный менеджмент: учеб. пособие. - М.: КУРС; ИНФРА-М, 2012. - 352 с.
3. Практический менеджмент: учеб. пособие / под общ. ред. Э.М. Короткова - М.: ИНФРА-М, 2012. - 330 с. + CD-R: ил.

б) дополнительная литература:

- Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент: учебник. - 4-е изд., перераб. И доп. - М., Экономистъ, 2008. – 607 с.
- Дункан Дж. У. Основопологающие идеи в менеджменте: Уроки основоположников менеджмента и управленческой практики. – М.: Дело, 2006. – 272 с.
- Инновационный менеджмент: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений, обуч. по спец. "Менеджмент организации" / К.В. Балдин [и др.]. - М.: Академия, 2010. - 362,[2] с.
- Менеджмент организации: учебные и производственные практики: учеб. пособие / под ред. Э.М. Короткова, С.Д. Резника - 2-е изд. - М.: ИНФРА-М, 2009. - 170,[4] с.
- Методы оценки в рекламной практике: учебное пособие / сост. Т.Б. Колышкина. - Ярославль: Изд-во ЯГПУ, 2013. - 49 с.
- Минаева Л.В. Внутрикorporативные связи с общественностью. Теория и практика: учеб. пособие для студ. - М.: Аспект Пресс, 2010.
- Питерс Т., Уотермен Р. В поисках эффективного управления: Опыт лучших компаний . М.: Прогресс, 2006. – 416 с.

в) ресурсы сети «Интернет»:

- Электронная база данных библиотеки ЯГПУ. – Режим доступа: http://lib.yspu.org/buki_web/bk_webmain.asp
- European Institute for Media- аналитические обзоры по медиа и коммуникации <http://www.eim.org/>
- Mediaresearch – Режим доступа: <http://www.admarket.ru/tv/news/11777>
- TNS Gallup Media – Режим доступа: <http://www.tns-global.ru/rus/index.wbp>
- Агентство PR-Effect – Режим доступа: <http://www.pr-effect.ru>
- Агентство Pro-Vision Communications – Режим доступа: <http://www.pvc.ru/>
- Группа компаний TNS (Taylor Nelson Sofres) – Режим доступа: <http://www.tns-global.ru/rus/index.wbp>
- Исследовательская компания «СОЦИС» <http://socismr.com/>
- Мир Медиа XXI <http://www.npi.ru/mirmedia/>
- Пресс-служба <http://www.press-service.ru/>
- Фонд "Общественное мнение" – Режим доступа: <http://www.fom.ru/>

11. Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных сетей

В процессе организации преддипломной практики руководителями от выпускающей кафедры могут применяться следующие информационные технологии:

– использование дистанционной технологии при обсуждении материалов практики с руководителем;

- использование мультимедийных технологий при выступлении на заключительной конференции;
- использование компьютерных технологий и программных продуктов (MSOffice и др.), необходимых для сбора, систематизации, хранения, представления учебной и научной информации;
- подготовка, конструирование и презентация итогов исследовательской и аналитической деятельности;
- самостоятельный поиск дополнительного учебного и научного материала, с использованием поисковых систем и сайтов сети Интернет, электронных энциклопедий и баз данных;
- использование электронной почты преподавателей и обучающихся для рассылки, переписки и обсуждения возникших учебных проблем во время прохождения практики.

Перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

№ п/п	Название программы/Системы	Описание программы/Системы
	КонсультантПлюс	Справочная правовая система

12. Материально-техническая база, необходимая для проведения практики

№№ пп	Наименование специальных помещений и помещений для организации деятельности производственной практики	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
1	Бытовые помещения, соответствующие действующим санитарным и противопожарным нормам, а также требованиям техники безопасности при проведении учебных и научно-производственных работ	- оборудованные рабочие места: компьютер (с выходом в Интернет), принтер, сканер, ксерокс, мультимедиа, телевизор, CD-проигрыватель, интерактивная доска.

13. Рекомендации по организации самостоятельной работы обучающихся в период практики

Самостоятельная работа обучающихся в период практики составляет 108 часов.

Примерный перечень вопросов для обсуждения на итоговой конференции

21. Удовлетворены ли Вы работой на практике? Если Вы не удовлетворены, то в чем именно?
22. Какие формы работы вызвали трудности в методической и организационной подготовке?
23. По каким направлениям работы сложнее всего было организовать деятельность? Каковы причины данных трудностей?
24. Какие основные методы анализа внешней и внутренней среды организации Вы использовали?

25. Какие проблемы оказались наиболее существенными в процессе практики?
26. Что бы Вы изменили в организации данной педагогической практики?
27. Что Вам лично дала производственная практика?
28. Ваше впечатление о работе организации в целом?
29. Насколько Вы оцениваете свою работу на практике?
30. Ваши пожелания, предложения по улучшению производственной практики?

14. Методические рекомендации

Отчетной документацией по учебной/производственной практике является отчет и дневник студента-практиканта с ежедневными записями о проделанной работе и приложения к дневнику, включающие оформленные задания по практике.

Отчет и итоговый дневник студента по практике хранится на кафедре в течение трех лет.

1. В ходе практики студент составляет итоговый письменный отчет. Цель отчета – показать степень полноты выполнения студентом программы практики. В отчете отражаются итоги деятельности студента во время прохождения практики в соответствии с разделами и позициями, соответствующие расчеты, анализ, обоснования, выводы и предложения.

2. Объем отчета (основной текст) – 25- 30 страниц. Таблицы, схемы, диаграммы, чертежи можно поместить в приложения, в этом случае в основной объем отчета они не входят. Список документов, нормативных и инструктивных материалов и литературы в основной объем отчета не включаются.

3. Отчет о практике должен содержать:

3.1. Титульный лист (по форме университета в год сдачи отчета).

3.2. Оглавление (содержание) отчета.

3.3. Введение (обоснование актуальности практик, формулирование цели и задач, которые студент ставит перед собой на время практики, планируемые результаты).

3.4. Содержание и анализ всех видов деятельности в период практики (согласно заданию по практике). Результаты работы оформляются в виде таблиц, графиков с последующим анализом.

3.5. Дневник практики.

3.6. Заключение (анализ достигнутых результатов).

3.7. Список литературы.

3.8. Приложения (Таблицы, схемы, иллюстрации, фотографии, расчёты, списки нормативных документов, литература).

3.9. Характеристика студента-практиканта, подписанная руководителем организации.

В основной части отчет по практике необходимо отразить следующие позиции:

- общая характеристика места прохождения практики: специализация организации (предприятия) и подразделения (департамента, управления, отдела, цеха), тип организации (тип производства), назначение и характер продукции (услуг, товаров);

План характеристики (изучение) организации
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.

- характеристика основных направлений деятельности организации (предприятия) и реализуемых проектов;
- характеристика выполненных заданий;
- материалы по разделам
- выводы и рекомендации о прохождении практики.
- отчет брошюруется в папку.

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.

6. По окончании практики отчет вместе с дневником представляется руководителю практики от организации, проверяется и подписывается им и заверяется печатью. Затем сдается вместе с дневником и отзывом-характеристикой руководителя практики от организации, после его регистрации на кафедре, руководителю практики от кафедры.

Дневник прохождения практики

1. Выполненную за каждый день работу с указанием сведений, материалов, полученных при прохождении практики, студент-практикант отражает в дневнике практики.

2. Дневник содержит:

- информацию о месте и сроках прохождения практики;
- календарный график прохождения практики;
- наименование подразделений, где проходила практика;
- содержание разрабатываемых и изучаемых вопросов практики, выполненная по ним работа;
- календарные сроки выполнения всех позиций проведенных работ;
- список материалов, собранных студентом в период прохождения практики для написания ВКР (если имеется);
- замечания и рекомендации руководителя практики от кафедры.

3. По окончании практики дневник подписывается руководителем практики от организации.
4. Дневник сдается вместе с отчетом о практике, после его регистрации на кафедре, руководителю практики от кафедры.

15. Организация практики на заочном отделении

Отличий от практики на дневном отделении в количестве часов, недель и зачетных единиц нет. В качестве баз практики могут быть выбраны места работы студентов, если они соответствуют требованиям, изложенным в пункте 4 (студенты могут пройти производственную практику не в загородных детских оздоровительных лагерях, а в пришкольных лагерях с дневным пребыванием).

16. Особенности организации практики для студентов из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

1. Базы производственной практики для студентов из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и (или) инвалидов подбираются кафедрой с учетом особенностей их психофизического развития, их индивидуальных возможностей и состояния здоровья.
2. Производственная практика для студентов из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и (или) инвалидов в случае необходимости проводится стационарно (на кафедре).
3. Каждому студенту из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и (или) инвалидов на время прохождения производственной практики в случае необходимости назначается индивидуальный консультант. Студенты из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и (или) инвалиды в зависимости от их индивидуальных возможностей и состояния здоровья могут быть обеспечены пакетом необходимых документов об организации и содержании практики.
4. Содержание практики может быть скорректировано в зависимости от особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья студентов из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и (или) инвалидов.

Приложение 1

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

_____ факультет

Кафедра _____

Направление подготовки: _____

Профиль подготовки: _____

Форма обучения _____

Курс _____

Группа _____

ДНЕВНИК

прохождения производственной практики (Рекламный
менеджмент)

способ проведения практики: *стационарная*

форма проведения практики: *дискретная по периодам*

на

(в) _____

_____ (наименование организации)

с _____ по _____

(указать дату)

(указать дату)

Студент _____

(подпись)

_____ (инициалы и фамилия)

Руководитель практики
от организации

_____ (должность)

МП

(место печати)

_____ (подпись)

_____ (И.О.Фамилия)

Ярославль-20____

**ФГБОУ ВО «Ярославский государственный педагогический
университет им. К.Д. Ушинского»
(ЯГПУ им. К.Д. Ушинского)**

« ____ » _____ 20 ____ г.
НАПРАВЛЕНИЕ НА ПРАКТИКУ № _____

Выдано студенту _____
(фамилия, имя, отчество)

направленному в _____

_____ (пункт назначения)

для прохождения *производственной* практики по _____

срок проведения практики « ____ » _____ 20 ____ г. по « ____ » _____ 20 ____ г.

Основание: Приказ № _____ от « ____ » _____ 20 ____ г.

Руководитель практики:

**ОТМЕТКИ О ПРИБЫТИИ В ПУНКТЫ НАЗНАЧЕНИЯ И
ВЫБЫТИИ ИЗ НИХ:**

Убыл из _____
« ____ » _____ 20 ____ г.
Печать Подпись

Прибыл _____
« ____ » _____ 20 ____ г.
Печать Подпись

Прибыл _____
« ____ » _____ 20 ____ г.
Печать Подпись

Убыл из _____
« ____ » _____ 20 ____ г.
Печать Подпись

Примечание: отметки о прибытии и выбытии делаются по месту прохождения практики.

I. МЕСТО И СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Студент _____
_____ курса факультета _____
специальность / направление подготовки, профиль (профили)

направляется для прохождения *производственной* практики в:

Объем практики составляет _____ зачетных единиц.

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

Студент обязан представить дневник, *отчет о прохождении практики*, до «_____» _____ 20__ г. и получить зачет с оценкой по практике в соответствии с требованиями формы аттестации результатов практики, установленными учебным планом до «_____» _____ 20__ г.

М.П.

Руководитель практики

«_____» _____ 20__ г

II. РАБОТА СТУДЕНТА В ПРОФИЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Студент _____
прибыл на *производственную* практику в профильную организацию:

« ____ » _____ 20__ г.

Профильная организация расположена по адресу:

Проходит практику в качестве _____
в _____ с « ____ » _____ 20__ г.

Студент закончил прохождение практики « ____ » _____ 20__ г.

М.П. _____ Руководитель практики от профильной организации:

(ФИО)

(должность)

« ____ » _____ 20__ г.

III. ИНСТРУКТАЖ ПО ОХРАНЕ ТРУДА И ТЕХНИКЕ БЕЗОПАСНОСТИ

Характер инструктажа	Дата	Кто проводил инструктаж	Подпись студента
Водный инструктаж			
Повторный инструктаж на рабочем месте			

Руководитель практики от ЯГПУ:

Руководитель практики от
профильной организации:

(ФИО, подпись)

(ФИО, подпись)

(Должность)

(Должность)

Студент _____ (ФИО) _____ (подпись)

IV. ОБЯЗАННОСТИ СТУДЕНТА НА ПРАКТИКЕ

22. Полностью пройти практику в соответствии с указанными в приказе по Университету сроками.

23. Выполнить в полном объеме задания, предусмотренные программой практики.

24. Подчиняться действующим на предприятии, в учреждении, организации правилам внутреннего трудового порядка.

25. Изучить и строго соблюдать правила охраны труда, техники безопасности и производственной санитарии.

26. Участвовать в научно-исследовательской работе по заданию кафедры.

27. Участвовать в общественной жизни коллектива предприятия, организации, учреждения.

28. Нести ответственность за выполняемую работу и ее результаты наравне со штатными работниками.

29. Вести дневник, в который записываются сведения указанные в программе практики.

30. 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 ЯГПУ и от профильной организации.

31. Заверить подписями и печатями дневник практики, получить заверенную подписью и печатью характеристику.

32. По окончании практики и по прибытии в ЯГПУ сдать на проверку руководителю практики от ЯГПУ отчет, дневник, характеристику, представить собранные материалы для написания выпускной квалификационной работы и своевременно пройти форму аттестации, предусмотренную учебным планом и ФГОС ВО.

VI. ОБЯЗАННОСТИ РУКОВОДИТЕЛЕЙ ПРАКТИКИ

7) Руководитель практики от ЯГПУ:

- 1.1. Составляет рабочий график (план) проведения практики;
- 1.2. Разрабатывает индивидуальные задания для обучающихся, выполняемые в период практики;
- 1.3. Участвует в распределении обучающихся по рабочим местам и видам работ в организации;
- 1.5. Осуществляет контроль соблюдения сроков проведения практики и соответствии ее содержания требованиям, установленным ОПОП ВО;
- 1.6. Оказывает методическую помощь обучающимся при выполнении ими индивидуальных заданий, а также при сборе материалов к выпускной квалификационной работе в ходе преддипломной практики;
- 1.7. Оценивает результаты прохождения практики обучающимися.

8) Руководитель практики от профильной организации:

- 2.1. Согласовывает индивидуальные задания, содержание и планируемые результаты практики;
- 2.2. Предоставляет рабочие места обучающимся;
- 2.3. Обеспечивает безопасные условия прохождения практики обучающимся, отвечающие санитарным правилам и требованиям охраны труда;
- 2.4. Проводит инструктаж обучающихся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка.
- 2.5. Проводит инструктаж обучающихся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка.

9) При проведении практики в профильной организации руководителем практики от ЯГПУ и руководителем практики от профильной организации составляется совместный рабочий график (план) проведения практики.

VII. СОВМЕСТНЫЙ РАБОЧИЙ ГРАФИК (ПЛАН) ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Студент: _____ Группа: _____
(Фамилия ИО) (номер группы, курс)

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль: Реклама и связи с общественностью

Место прохождения практики: _____

Сроки прохождения практики: _____

[illegible]

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

(ФИО)

(ДОЛЖНОСТЬ)

М.П. _____ Руководитель практики от профильной организации: _____

(ФИО)

(ДОЛЖНОСТЬ)

VII. ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ НА ПРАКТИКУ

(вид практики)

Студенту: _____ Группа: _____
 (Фамилия ИО)
 (группа, курс)

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью

Место прохождения практики: _____
 (Полное наименование организации, местонахождение)

Задание на практику (заполняется в соответствии с программой практики):	Сроки выполнения	Планируемые результаты

Продолжительность практики: _____ 2 _____ недели

Сроки прохождения практики: с _____ по _____

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

 (ФИО)

 (должность)

«Согласовано» -

М.П. _____ Руководитель практики от профильной организации:

 (ФИО)

 (должность)

прохождения _____ практики
(вид практики)

ЗАМЕЧАНИЯ И РЕКОМЕНДАЦИИ РУКОВОДИТЕЛЕЙ СТУДЕНТУ В ПРОЦЕССЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

217

IX. ХАРАКТЕРИСТИКА

Студента-практиканта _____
(фамилия, имя, отчество)
_____ курса _____ факультета _____ направления
_____, проходившего производственную практику
в _____

с « _____ » _____ по « _____ » _____ 201 ____ года

1. Общая оценка:

№	Оцениваемая характеристика	Оценка			
		5	4	3	2
1	Уровень подготовленности студента к прохождению практики				
2	Умение правильно определять и эффективно решать профессиональные задачи				
3	Степень самостоятельности при выполнении заданий по практике				
4	Инициативность				
5	Оценка трудовой дисциплины				
6	Оценка уровня выполнения индивидуальных заданий				

2. Виды и объем выполненных студентом работ, качество выполненных работ:

3. Отношение студента к работе, дисциплинированность:

4. Полученные и проявленные студентом практические навыки и умения, сформированные у студента профессиональные компетенции по направлениям и профилям подготовки, теоретическая подготовка:

5. Оценка прохождения студентом практики в целом (отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно): _____

Заключение о работе студента:

В процессе прохождения _____ практики в период с _____ по _____
(указать дату) (указать дату)
студент (ка) _____ проявил(а) себя как _____
(Ф.И.О.) (перечислить качества)

Кроме того, он(а) принял(а) непосредственное участие в разработке _____
(перечень разработанных вопросов)

Предоставленный отчет о прохождении _____ практики соответствует предъявляемым требованиям.

Считаю, что результат прохождения практики можно оценить на _____
(указать: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»)

Руководитель практики
от организации

_____	МП	_____	_____
(должность)	место печати)	(подпись)	(Фамилия, имя, отчество полностью)
«_____»	_____ 20_____ г.		

**Х. ОТЗЫВ РУКОВОДИТЕЛЯ ПРАКТИКИ ОТ ЯГПУ
О ВЫПОЛНЕНИИ СТУДЕНТОМ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ
И ПОЛНОТЕ СБОРА МАТЕРИАЛОВ
(с учетом уровня сформированности компетенций)**

Код компетенции	Сформирована	Частично сформирована	Не сформирована
ОПК-4 Уметь планировать и готовить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия			
ПК-1 Способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью			
ПК-2 Владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации			
ПК-3 Компетенция владеть навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами			
ПК-4 Владение навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт			
ПК-5 Способность реализовывать проекты и владеть методами их реализации			
ПК-6 Способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении			

внешней и внутренней коммуникации			
ПК-7 Способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий			
ПК-8 Способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы			
ПК-9 Способность проводить маркетинговые исследования			
ПК-10 Способность организовывать и проводить социологические исследования			
ПК-11 Владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов			
ПК-12 Способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации			
ПК-13 Способность под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия			
ПК-14 Способность реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности			
ПК-15 Владение навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве			
ПК-16 Способность под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические,			

рабочие и презентационные материалы			

Заключение: _____

Оценка пройденной практики руководителем от ЯГПУ
(уровень подготовки, квалификация, выполнение графика практики, дисциплинированность и т.д.)

Руководитель практики

от ЯГПУ им. К.Д. Ушинского _____

(подпись)

/

(расшифровка подписи)

«_____» _____ 20____ г.

КРАТКАЯ ИНСТРУКЦИЯ СТУДЕНТУ-ПРАКТИКАНТУ

1. Перед выездом на практику необходимо:

- 1.7. Получить на кафедре индивидуальные задания, выполняемые в период практики, выяснить сроки практики.
- 1.8. Получить на кафедре консультацию и инструктаж по всем вопросам организации практики, в том числе по технике безопасности.
- 1.9. Составить совместный график прохождения практики с руководителем практики от университета, в котором отражаются следующие мероприятия, например:
 - знакомство со структурой организации и правилами внутреннего распорядка;
 - проведение повторного инструктажа на рабочем месте по соблюдению техники безопасности;
 - прохождение практики в соответствии с программой практики и индивидуальным заданием;
 - подготовка дневника 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. Прибыв на место практики студент-практикант обязан:

- 2.1. Ознакомиться с правилами внутреннего распорядка и техникой безопасности в организации и неуклонно их выполнять.
- 2.2. Встретиться с руководителем практики от профильной организации и согласовать с ним задания, выполняемые в период практики, и совместный график работы, подписать у него необходимые страницы дневника практики и проставить печати.

3. Обязанности студента в период практики:

- 3.1. Ежедневно вести дневник в строгом соответствии с программой практики и индивидуальным заданием (отражаются все виды работ и проводимые исследования);
- 3.2. Дневник должен быть полностью закончен на месте практики и там же представлен для отзыва о работе студента руководителю практики от профильной организации.

4. Возвратившись с практики студент-практикант обязан:

Представить руководителю практики от университета дневник и другие отчетные документы по практике.

Приложение 2

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

Факультет русской филологии и культуры
Кафедра теории коммуникации и рекламы
Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью

ОТЧЕТ

о прохождении _____ практики
(наименование практики)

_____ (Ф.И.О. студента)
_____ курса _____ формы обучения, группа _____

Место прохождения практики _____
(указывается полное наименование организации в соответствии с уставом)

Руководитель практики от ЯГПУ им. К.Д. Ушинского

_____ (ученая степень, звание, должность) _____ (подпись) _____ (И.О.Фамилия)

Ярославль – 20____

Оформление отчета о прохождении производственной практики

По результатам практики студент бакалавриата 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.

Для составления, редактирования и оформления отчета студентам отводятся последние 1-2 дня производственной практики.

Кафедрой теории коммуникации и рекламы рекомендуется следующий порядок размещения материала в отчете:

Титульный лист (по форме университета в год сдачи отчета).

Оглавление (содержание) отчета.

1. Пояснительная записка (цели и задачи, место и время прохождения практики).
2. Дневник практики.
3. Основная часть: содержание и анализ всех видов деятельности в период практики (согласно заданию по практике).
4. Заключение (отчет, анализ достигнутых результатов, итоги прохождения практики).
5. Список литературы.
6. Приложения (иллюстративный материал, фотографии, списки нормативных документов, литература).
7. Характеристика студента-практиканта с печатью организации, подписанная руководителем организации.

ОСНОВНОЙ РАЗДЕЛ.

В основном разделе в подразделе 2.1 описывается поэтапное выполнение программы производственной практики:

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Кол-во часов
1. Подготовительный этап		
1.1.		
1.2.		
и т.д.		
2. Начальный этап		
2.1.		
2.2.		
и т.д.		
3. Основной (экспериментальный) этап		
3.1.		
и т.д.		
4. Заключительный этап		
4.1.		
и т.д.		
	Итого:	

В подразделе 2.2 описывается выполнение программы производственной практики.

3. ЗАКЛЮЧЕНИЕ (ВЫВОДЫ). В заключении подводятся итоги прохождения практики.

4. ПРИЛОЖЕНИЯ.

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 - полуторный, выравнивание – по ширине. Отступ в первых строках – 10 мм.

Шрифт предпочтительно *Times New Roman*. Размер шрифта: для текста – 14, для названия разделов – 15 полужирный, буквы заглавные; для названия подразделов – 15 полужирный, буквы прописные.

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.

Все страницы отчета нумеруют арабскими цифрами внизу страницы по центру.

Сокращения слов, кроме общепринятых, не допускаются.

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

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.

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.

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

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

У Т В Е Р Ж Д А Ю
Проректор по учебной работе

В.П. Завойстый

« ____ » _____ 2018 г.

Программа производственной практики

Наименование практики:

Б2.П.1. Научно-исследовательская работа

(шифр и наименование по учебному плану)

Способ проведения практики: стационарная, выездная

Форма проведения практики: дискретно по периодам

Рекомендуется для направления подготовки:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(шифр и наименование направления)

(профиль «Реклама и связи с общественностью»)

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Разработчики:

к.фил.н., доцент кафедры теории
коммуникации и рекламы

Колышкина Т.Б.

Утверждено на заседании кафедры

кафедры теории коммуникации и рекламы

«23» января 2018 г.

Протокол № 5

Зав. кафедрой

И.В. Шустина

1. Цели практики:

Целью (название вида) практики является:

Цель производственной практики «Научно-исследовательская работа» (далее НИР) – формирование совокупных компетенций, связанных с освоением технологии планирования, проведения, обработки результатов и интерпретации данных эмпирического исследования, предусмотренных образовательной программой (далее ОП)

2. Задачи практики:

Задачами практики являются:

1. понимание

- целей и задач эмпирического исследования в области рекламы и связей с общественностью, их научной и практической ценности;
- основных методов и методик научно-исследовательской деятельности;

2. овладение навыками:

- проведения эмпирического исследования в области рекламы и связей с общественностью,
- информационными технологиями, необходимыми для проведения эмпирического исследования;
- устной и письменной презентации результатов исследования
- подготовки письменного отчета о проведенном исследовании и полученных результатах

3. развитие умений

- самостоятельно планировать и проводить эмпирическое исследование в области рекламы и связей с общественностью;
- готовить письменный отчет о проведенном исследовании и полученных результатах

Данные задачи «Научно-исследовательской работы» соотносятся со следующими видами профессиональной деятельности: проектная, коммуникационная, рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая.

3. Место практики в структуре образовательной программы (ОП):

НИР включена в вариативную часть ОП и является обязательным видом учебной работы бакалавра, по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» с профилем подготовки «Реклама и связи с общественностью». Практика проводится в 5 семестре на базе кафедры теории коммуникации и рекламы.

Для успешного изучения дисциплины студент должен обладать следующими компетенциями:

ОК-1	способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции
ОК-3	способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности
ОК-5	способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
ОК-7	способность к самоорганизации и самообразованию
ОПК-6	способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности
ПК-4	владеть навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)

ПК-9	компетенции организации и проведения маркетинговых исследований
ПК-11	владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов

Знать:

- основные направления, проблемы, теории и методы современной науки
- основные положения экономической науки, рыночный механизм регулирования экономики;
- основные формы проектной документации;
- требования к проектной документации;
- основные методы исследований
- методику планирования и организации исследования
- методы анализа и обработки информации

Уметь:

- работать с разноплановыми источниками информации
- осуществлять эффективный поиск информации и критически оценивать ее релевантность
- получать, обрабатывать и интерпретировать информацию
- преобразовывать информацию в знания
- применять знания объективных и экономических законов при решении социально-экономических и профессиональных задач;
- определять проблемы, цели и задачи исследования, предмет и объект исследования
- осуществлять выбор методов, адекватный целям и задачам следования;
- осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации
- применять методы экономического анализа для исследования рыночного механизма регулирования экономики, для выявления основных тенденций развития социально-экономических явлений и процессов; строить модели спроса и предложения, государственного регулирования рыночной экономики;
- аргументировано обсуждать профессиональные экономические проблемы, делать выводы, отстаивать свою точку зрения.

Владеть:

- методологией современного научного познания на стыке гуманитарных, экономических и управленческих дисциплин
- методами изучения конъюнктуры рынка, прогнозирования динамики рыночных цен на продукцию (работы, услуги);
- методами проведения теоретического и экспериментального исследования экономических явлений и процессов;
- методами ведения дискуссии по экономическим вопросам.
- навыками подготовки проектной документации.
- способен разрабатывать планы, программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации;

Практика «НИР» проводится рассредоточено, без отрыва от аудиторных занятий.

Содержание научно-исследовательской работы логически подводит бакалавра к выполнению выпускной квалификационной работы

4. Место и время проведения производственной практики

Практика проводится в структурном подразделении организации – кафедре теории коммуникации и рекламы ФГБОУ ВО «Ярославский государственный педагогический университет им. К.Д. Ушинского»

При выборе баз практики необходимо руководствоваться следующими критериями:

- соответствие базы практики основным требованиям, предъявляемым к подготовке бакалавров соответствующего направления и профиля;
- наличие у организации лицензии на право реализации своей деятельности, основных правоустанавливающих документов;

- укомплектованность квалифицированными кадрами, способными работать со студентами;
- наличие современной материально-технической базы для обеспечения эффективной работы практикантов;
- обеспечение возможности студентам реализовать программу практики, провести исследование;

Практика проводится в течение 18 недель на 3 курсе в 5 семестре. Группы формируются в составе до 15 человек на одного группового руководителя.

5. Объем производственной практики в зачетных единицах и ее продолжительность в неделях и академических часах

3 зачетные единицы

108 академических часов

6. Перечень планируемых результатов прохождения практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы:

Практика направлена на формирование следующих компетенций: ОК-7, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-11, ПК-12, ПК-13, ПК-14, ПК-15, ПК-16.

Общекультурные компетенции: (ОК-7)					
КОМПЕТЕНЦИИ		Перечень компонентов	Средства формирования	Средства оценивания	Уровни освоения компетенций
Шифр компетенции	Формулировка				
ОК-7	способность к самоорганизации и самообразованию	Знать: - основные методы, способы и средства получения и переработки информации; - приемы работы с информацией; - основные приемы самоорганизации и самообразования; - технологии управления временем; Уметь: - распознавать информацию, полученную из разных источников, и системно анализировать ее; - формулировать цели и задачи, выбирать пути их достижения; - распределять время для решения личных и профессиональных задач; - распознавать ситуацию дефицита требуемого самообразования Владеть: - основными методами решения учебных, профессиональных и общекультурных задач; - технологиями тайм-менеджмента и самоорганизации; - приемами регуляции функционального состояния	- Работа с информационными источниками - Составление баз данных - Анализ и интерпретация результатов - Работа над проектом	Презентация Отчет Зачет с оценкой зачет	Базовый уровень: Знает основные методы, способы и средства получения и переработки стандартной информации; - основные приемы работы со стандартной информацией при решении профессиональных задач; - основные приемы самоорганизации и самообразования; - основные технологии управления временем при решении профессиональных задач; - умеет распознавать информацию, полученную из разных источников, и системно анализировать ее; - формулировать цели и задачи, выбирать стандартные пути их достижения; - распределять время для решения личных и профессиональных задач; - распознавать ситуацию дефицита знаний и умений Владет основными методами решения типовых учебных, профессиональных и общекультурных задач; - стандартными технологиями тайм-менеджмента и самоорганизации при решении профессиональных задач; - приемами регуляции функционального состояния - приемами организации рабочего места Повышенный уровень: Знает основные методы, способы и средства получения и переработки стандартной и нестандартной информации; - основные приемы работы со стандартной и нестандартной информацией; - основные приемы самоорганизации и самообразования; - основные технологии управления временем при решении профессиональных задач; - умеет распознавать информацию, полученную из разных источников, и системно анализировать ее; - формулировать цели и задачи, выбирать стандартные и оригинальные пути их достижения; - распределять время для решения личных и профессиональных задач и применяет это на практике; - распознавать ситуацию дефицита знаний и умений

					Владеет - основными методами решения типовых и творческих учебных, профессиональных и общекультурных задач и постоянно применяет их в своей деятельности; - стандартными и нестандартными технологиями тайм-менеджмента и самоорганизации и использует их в своей деятельности; - приемами регуляции функционального состояния и систематически использует их - приемами организации рабочего места
Общепрофессиональные компетенции: (данной практикой не формируются)					
Профессиональные компетенции: (ПК-1 – ПК-16)					
ПК-1	способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и	Уметь: - разрабатывать и оценивать варианты организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность;	- Работа с информационными источниками - Составление баз данных - Анализ и интерпретация результатов - Работа над проектом	Презентация Отчет Зачет с оценкой зачет	Базовый уровень: Умеет: - разрабатывать и оценивать стандартные варианты организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность; Повышенный: Умеет: - разрабатывать и оценивать стандартные и нестандартные варианты организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность;

	связей с общественностью				
ПК-2	Владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации	Знать: - методы разработки и реализации организационно-управленческих решений (в своей деятельности и деятельности фирмы); Уметь: - разрабатывать и оценивать варианты организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность (в своей деятельности и деятельности фирмы); - организовывать деятельность малой группы Владеть: - технологиями тайм-менеджмента и самоорганизации;	- Работа с информационными источниками - Составление баз данных - Анализ и интерпретация результатов - Работа над проектом	Презентация Отчет Зачет с оценкой зачет	Базовый уровень: Знать: - основные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений; Умеет: - разрабатывать и оценивать стандартные варианты организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность - формулировать цели и задачи, выбирать типовые пути их достижения; -распределять время для решения личных и основных профессиональных задач; Владет: - основными технологиями тайм-менеджмента и самоорганизации Повышенный уровень: Знать: - основные и уникальные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений; -основные и ситуативные методы управления деятельностью организации; Уметь: - разрабатывать и оценивать ситуативные варианты организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность - формулировать цели и задачи, выбирать ситуативно обусловленные пути их достижения; -эффективно распределять время для решения личных и профессиональных задач; Владеть: - оригинальными технологиями тайм-менеджмента и самоорганизации
ПК-3	Знает основные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений и методы	Умеет: - разрабатывать и оценивать варианты организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность;	- Работа с информационными источниками - Составление баз данных	Презентация Отчет Зачет с оценкой зачет	Базовый уровень Умеет: - разрабатывать и оценивать стандартные варианты организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность;

	управления деятельностью малой организации. Может применить их на практике		- Анализ и интерпретация результатов - Работа над проектом		Повышенный Умеет: - разрабатывать и оценивать стандартные и нестандартные варианты организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность;
ПК-4	Владение навыками подготовки проектной документации (техико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)	Знать: - основные формы проектной документации; - требования к проектной документации; - формы и способы представления проектной документации; Уметь: - составлять технические задания на разработку проектов; - делать презентацию проектной документации; - использовать программное обеспечение для решения задач, связанных с проектной деятельностью; Владеть: - навыками подготовки проектной документации.	- Работа с информационными источниками - Составление баз данных - Анализ и интерпретация результатов - Работа над проектом	Презентация Отчет Зачет с оценкой зачет	Базовый уровень: Знать: - знает базовую терминологию предметной области - знает основные методы разработки проектной документации - знает стандартную методику планирования проектных работ - знает основные методы анализа и обработки информации Уметь: - умеет определять основные проблемы, типовые цели и задачи проектирования; - умеет осуществлять выбор стандартных методов, адекватных целям и задачам типовой разработки; - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации для типовой разработки Повышенный: Знать: - знает базовую терминологию предметной области - знает основные и специальные методы разработки проектной документации - знает стандартные и специальные методики планирования проектных работ - знает основные и специальные методы анализа и обработки информации Уметь: - умеет определять основные и ситуативные проблемы, организовывать постановку проектной задачи для уникальной ситуации; - умеет осуществлять выбор методов, презентации проектной документации, соответствующей конкретной ситуации; - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации с помощью стандартного и нестандартного программного обеспечения

ПК-5	способность реализовывать проекты и владеть методами их реализации	Знать: - современную концепцию управления проектами - теорию менеджмента и маркетинга, основы бизнес-процессов; Уметь: - ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций по управлению проектами	- Работа с информационными источниками - Составление баз данных - Анализ и интерпретация результатов - Работа над проектом	Презентация Отчет Зачет с оценкой зачет	Базовый уровень: Знать: - знает базовую терминологию проектной деятельности - современную концепцию управления типовыми проектами - основные положения теории менеджмента и маркетинга, основы бизнес-процессов; Уметь: - умеет ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций по управлению проектами Повышенный уровень: Знать: - терминологию предметной области; - основные направления, проблемы, теории и методы современных маркетинга, менеджмента, проектного менеджмента Уметь: - ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций по управлению проектами
ПК-6	Способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внешней и внутренней коммуникации	Уметь: - вычленять структурные компоненты внутренних коммуникаций компании,	- Работа с информационными источниками - Составление баз данных - Анализ и интерпретация результатов - Работа над проектом	Презентация Отчет Зачет с оценкой зачет	Базовый уровень: Умеет: - вычленять основные структурные компоненты внутренних коммуникаций компании, Повышенный уровень: Умеет: - вычленять основные и оригинальные структурные компоненты внутренних коммуникаций компании,
ПК-7	способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	Уметь: - осуществлять сбор, анализ и интерпретацию информации, необходимую для проведения, организации и контроля коммуникационных кампаний и мероприятий	- Работа с информационными источниками - Составление баз данных - Анализ и интерпретация результатов - Работа над проектом	Презентация Отчет Зачет с оценкой зачет	Базовый уровень Умеет - осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандартной коммуникационной кампании и мероприятия; Продвинутый уровень Умеет - осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации для планирования типовой и специальной коммуникационных кампаний и мероприятий ;

ПК-8	Способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	Знать: - основы культуры речи; Уметь: - эффективно реализовывать свои коммуникативные намерения; логично рассуждать, аргументировать и грамотно структурировать высказывание; - грамотно с точки зрения культуры речи оформлять тексты на русском языке. Владеть: - основными методами логической обработки информации;	- Работа с информационными источниками - Составление баз данных - Анализ и интерпретация результатов - Работа над проектом	Презентация Отчет Зачет с оценкой зачет	Базовый уровень: Знать: - знает основы культуры речи; Уметь: - умеет реализовывать основные коммуникативные намерения; логично рассуждать, грамотно структурировать высказывание; - умеет в основном грамотно с точки зрения культуры речи Владеть: - владеет основными методами логической обработки информации; Повышенный уровень: Знать: - знает основы культуры речи; Уметь: - умеет эффективно реализовывать свои коммуникативные намерения; логично рассуждать, аргументировать и грамотно структурировать высказывание; - умеет грамотно с точки зрения культуры речи оформлять тексты на русском языке. Владеть: - владеет методами логической обработки информации;
ПК-9	компетенции организации и проведения маркетинговых исследований	Знать: - основные методы исследований - методику планирования и организации исследования - методы анализа и обработки информации Уметь: - определять проблемы, цели и задачи исследования, предмет и объект исследования - осуществлять выбор методов, адекватный целям и задачам следования; - осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации Владеть: - способен разрабатывать планы, программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации;	- Работа с информационными источниками - Составление баз данных - Анализ и интерпретация результатов - Работа над проектом	Презентация Отчет Зачет с оценкой зачет	Базовый уровень Знает - базовую терминологию предметной области - основные методы стандартных маркетинговых исследований - методику планирования и организации стандартного маркетингового исследования - основные методы анализа и обработки информации - усвоил основную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины Умеет - определять проблемы, цели и задачи стандартного маркетингового исследования, предмет и объект исследования - осуществлять выбор методов, адекватный целям и задачам стандартного маркетингового исследования; - осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандартного маркетингового исследования Владет

		- способен осуществлять консультационные работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций			- способен разрабатывать стандартные планы, программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации; - способен осуществлять типовые консультационные работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций Повышенный уровень Знает - базовую терминологию предметной области - основные методы стандартных и нестандартных маркетинговых исследований - методику планирования и организации стандартного и нестандартного маркетингового исследования - знает основные методы анализа и обработки информации - усвоил основную и дополнительную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины Умеет - определять проблемы, цели и задачи стандартного и нестандартного маркетингового исследования, предмет и объект исследования - осуществлять выбор методов, адекватный целям и задачам стандартного и нестандартного маркетингового исследования; - осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандартного и нестандартного маркетингового исследования Владеет: - способен разрабатывать стандартные и нестандартные планы, программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации; - способен осуществлять типовые и ситуативные консультационные работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций
ПК-10	Способностью организовывать и проводить	Знать: - основные методы исследований - методику планирования и организации социологического исследования	- Работа с информационными источниками	Практические задачи Презентация Отчет	Базовый уровень: Знать: - знает базовую терминологию предметной области

	социологические исследования	- методы анализа и обработки социологической информации Уметь: - определять проблемы, цели и задачи исследования, предмет и объект социологического исследования - осуществлять выбор методов, адекватный целям и задачам социологического следования; - осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации Владеть: - способен разрабатывать планы, программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации; - способен осуществлять консультационные работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций	- Составление баз данных - Анализ и интерпретация результатов - Работа над проектом	Зачет с оценкой зачет	- знает основные методы стандартных социологических исследований - знает методику планирования и организации стандартного социологического исследования - знает основные методы анализа и обработки информации - усвоил основную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины Уметь: - умеет определять проблемы, цели и задачи стандартного социологического исследования, предмет и объект исследования - умеет осуществлять выбор методов, адекватный целям и задачам стандартного социологического исследования; - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандартного социологического исследования Владеть: - способен разрабатывать стандартные планы, программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации; - способен осуществлять типовые консультационные работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций Повышенный уровень: Знать: - знает базовую терминологию предметной области - знает основные методы стандартных и нестандартных социологических исследований - знает методику планирования и организации стандартного и нестандартного социологического исследования - знает основные методы анализа и обработки информации - усвоил основную и дополнительную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины Уметь: - умеет определять проблемы, цели и задачи стандартного и нестандартного социологического исследования, предмет и объект исследования - умеет осуществлять выбор методов, адекватный целям и задачам стандартного и нестандартного социологического исследования;

					- умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандартного и нестандартного социологического исследования Владеть: - способен разрабатывать стандартные и нестандартные планы, программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации; - способен осуществлять типовые и ситуативные консультационные работы по вопросам социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций
ПК-11	Владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов	Знать: - требования к написанию аналитических справок, обзоров и прогнозов; - формы и способы представления аналитических справок, обзоров и прогнозов; Уметь: - составлять аналитические справки, обзоры; - делать презентацию аналитических справок, обзоров; - использовать программное обеспечение для решения задач, связанных с написанием аналитических справок, обзоров и прогнозов; Владеть: - навыками подготовки аналитических справок, обзоров и прогнозов.	- Работа с информационными источниками - Составление баз данных - Анализ и интерпретация результатов - Работа над проектом	Практические задачи Презентация Отчет Зачет с оценкой зачет	Базовый уровень Знает - требования к написанию стандартных аналитических справок, обзоров и прогнозов; - формы и способы представления стандартных аналитических справок, обзоров и прогнозов; Умеет - составлять стандартные аналитические справки, обзоры; - делать презентацию аналитических справок, обзоров; - использовать программное обеспечение для решения задач, связанных с написанием аналитических справок, обзоров и прогнозов; Владет - способен разрабатывать стандартные планы, программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации; - способен осуществлять типовые консультационные работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций Повышенный уровень Знает - требования к написанию стандартных и нестандартных аналитических справок, обзоров и прогнозов; - формы и способы представления аналитических справок, обзоров и прогнозов разных типов; Умеет

					- составлять стандартные и нестандартные аналитические справки, обзоры; - делать презентацию аналитических справок, обзоров; - использовать программное обеспечение для решения задач, связанных с написанием аналитических справок, обзоров и прогнозов разных типов; Владеет: - способен разрабатывать стандартные и нестандартные планы, программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации; - способен осуществлять типовые и ситуативные консультационные работы по вопросам социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций - владеет навыками подготовки аналитических справок, обзоров и прогнозов.
ПК-12	Способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации	Знать: - основные требования, предъявляемые к специалисту по рекламе и связям с общественностью в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации; Уметь: - применять на практике знание основных законов экономической теории, менеджмента и маркетинга для решения профессиональных задач в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации; - аргументированно обсуждать профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения	- Работа с информационными источниками - Составление баз данных - Анализ и интерпретация результатов - Работа над проектом	Презентация Отчет Зачет с оценкой зачет	Базовый уровень: Знать: - знает базовую терминологию предметной области; - основные требования, предъявляемые к специалисту по рекламе и связям с общественностью; - основные положения экономической теории, менеджмента и маркетинга; Уметь: - умеет применять на практике знание основных законов экономической теории, менеджмента и маркетинга для решения профессиональных задач; - умеет аргументированно обсуждать основные профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения Повышенный уровень: Знать: - знает базовую терминологию предметной области; - основные требования, предъявляемые к специалисту по рекламе и связям с общественностью; - основные положения экономической теории, менеджмента и маркетинга; Уметь:

					- умеет применять на практике знание основных законов экономической теории, менеджмента и маркетинга для решения творческих профессиональных задач; - умеет аргументированно обсуждать основные и специфические профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения
ПК-13	Способностью под контролем осуществлять рекламные компании и мероприятия	Знать: - этапы планирования рекламных кампаний и мероприятий;	- Работа с информационными источниками - Составление баз данных - Анализ и интерпретация результатов - Работа над проектом	Презентация Отчет Зачет с оценкой зачет	Базовый уровень Знать: - знает базовую терминологию предметной области - знает основные этапы планирования рекламных кампаний и мероприятий; Повышенный уровень Знать: - знает базовую терминологию предметной области; - знает основные этапы планирования рекламных кампаний и мероприятий;
ПК-14	Способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности	Знать: - основные требования, предъявляемые к специалисту по рекламе и связям с общественностью; - основные положения экономической теории, менеджмента и маркетинга; Уметь: - применять на практике знание основных законов экономической теории, менеджмента и маркетинга для решения профессиональных задач; - аргументированно обсуждать профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения	- Работа с информационными источниками - Составление баз данных - Анализ и интерпретация результатов - Работа над проектом	Презентация Отчет Зачет с оценкой зачет	Базовый уровень: Знать: - знает базовую терминологию предметной области; - основные требования, предъявляемые к специалисту по рекламе и связям с общественностью; - основные положения экономической теории, менеджмента и маркетинга; Уметь: - умеет применять на практике знание основных законов экономической теории, менеджмента и маркетинга для решения профессиональных задач; - умеет аргументированно обсуждать основные профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения Повышенный уровень: Знать: - знает базовую терминологию предметной области; - основные требования, предъявляемые к специалисту по рекламе и связям с общественностью; Уметь: - умеет применять на практике знание основных законов экономической теории, менеджмента и маркетинга для решения творческих профессиональных задач; - умеет аргументированно обсуждать основные и специфические профессиональные проблемы, давать

ПК-15	Владение навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве	Уметь: - разрабатывать и оценивать варианты организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность;	- Работа с информационными источниками - Составление баз данных - Анализ и интерпретация результатов - Работа над проектом	Презентация Отчет Зачет с оценкой зачет	Базовый уровень: Уметь: - разрабатывать и оценивать варианты стандартных организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность; Повышенный уровень: Уметь: - разрабатывать и оценивать варианты стандартных и нестандартных организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность;
ПК-16	Способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы	Знать: - специфику работы в основных компьютерных программах, используемых при создании рекламного продукта,	- Работа с информационными источниками - Составление баз данных - Анализ и интерпретация результатов - Работа над проектом	Презентация Отчет Зачет с оценкой зачет	Базовый уровень: Знать: - знает базовую терминологию предметной области; - знает основы редакторской работы с текстом; - знает основы культуры речи; Повышенный уровень: Знать: - основы редакторской работы с текстом; - основы культуры речи;
Специальные компетенции: (формирование данной практикой не предусмотрено)					

7. Содержание практики

7.1. Общая трудоемкость практики составляет 3 зачетных единицы, или 18 недель (рассредоточено), или 108 часов.

№ п/п	Разделы (этапы) и содержание практики	Общая трудоемкость		Формы текущего контроля
		Зач.	Часы	
1	Подготовительный инструктаж по технике безопасности	0,05	2	Дневник практики
2	Начальный установочная конференция постановка целей студента в отношении своего профессионального развития на период практики анализ плана работы на практике, составленного студентом выбор и обсуждение темы научно- исследовательской работы	0,15	6	Дневник практики Дневник практики Дневник практики собеседование с руководителем дневник практики собеседование с руководителем
3	Основной составление плана работы по теме научно-исследовательской работы; работа с литературой по теме исследования; планирование эмпирического исследования проведение эмпирического исследования, обработка и интерпретация результатов отчет по результатам выполнения плана; присутствие на промежуточных консультациях с руководителем практики от кафедры; заполнение дневника практики; наличие и выполнение плана работы, заверенного подписью руководителя практики	2	72	Отчет (введение) Отчет (список литературы, теоретическая часть исследования) Дневник практики Отчет (практическая часть исследования) Дневник практики Отчет (практическая часть исследования) Дневник практики Отчет (практическая часть исследования) Дневник практики Отчет Собеседование с руководителем Дневник практики Дневник практики Отчет
4	Заключительный анализ полученного в течение практики образовательного результата; профессиональная самооценка; отчет по результатам выполнения плана;	0,8	28	Дневник практики Дневник практики Отчет

наличие и выполнение плана работы,
заверенного подписью руководителя
практики
представление отчетной
документации и дневника практики;
выступление с докладом и
презентацией на отчетной
конференции;

Отчет

Отчет

Дневник практики

Отчет

Презентация

7.2. Индивидуальные задания, выполняемые студентом в период практики

№ п/п	Этап практики	Задания, выполняемые студентом
1	Подготовительный	составление индивидуального плана прохождения практики
2	Начальный	- постановка целей студента в отношении своего профессионального развития на период практики; - составление и анализ плана работы на практике; - выбор и обсуждение темы научно-исследовательской работы
3	Основной	- выполнение плана работы, заверенного подписью руководителя, - анализ и представление результатов исследования, - заполнение дневника практики
4	Заключительный	- анализ полученного в течение практики образовательного результата; - профессиональная самооценка; - отчет по результатам выполнения плана; - представление отчетной документации и дневника практики; - выступление с докладом и презентацией на отчетной конференции;

8. Формы отчетности по практике

1. Дневник практики (приложение 1).
2. Отчет по практике (приложение 2)

9. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике

Шифр компетенции	Формулировка		
ОК-7	способность к самоорганизации и самообразованию		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине
Базовый уровень			
Знает основные способы самоорганизации и самообразования. Может применить их в различных видах деятельности при решении профессиональных задач	Знает: - знает основные методы, способы и средства получения и переработки стандартной информации; - основные приемы работы со стандартной информацией при решении профессиональных задач; - основные приемы самоорганизации и самообразования; - основные технологии управления временем при решении профессиональных задач; Умеет: - умеет распознавать информацию, полученную из разных источников, и системно анализировать ее; - формулировать цели и задачи, выбирать стандартные пути их достижения; -распределять время для решения личных и профессиональных задач; - распознавать ситуацию дефицита знаний и умений Владеет: - владеет основными методами решения типовых учебных, профессиональных и общекультурных задач; - стандартными технологиями тайм-менеджмента и самоорганизации при решении профессиональных задач; - приемами регуляции функционального состояния - приемами организации рабочего места	зачет с оценкой	Отчет
Повышенный уровень			
Знает различные способы самоорганизации и самообразования. Понимает их значение в деятельности человека, постоянно использует в своей практике при решении профессиональных задач, постоянно работает над своим самообразованием.	Знает: - знает основные методы, способы и средства получения и переработки стандартной и нестандартной информации; - основные приемы работы со стандартной и нестандартной информацией; - основные приемы самоорганизации и самообразования; - основные технологии управления временем при решении профессиональных задач; Умеет: - умеет распознавать информацию, полученную из разных источников, и системно анализировать ее; - формулировать цели и задачи, выбирать стандартные и оригинальные пути их достижения; -распределять время для решения личных и профессиональных задач и применяет это на практике; - распознавать ситуацию дефицита знаний и умений Владеет:	зачет с оценкой	Отчет

	- владеет основными методами решения типовых и творческих учебных, профессиональных и общекультурных задач и постоянно применяет их в своей деятельности; - стандартными и нестандартными технологиями тайм-менеджмента и самоорганизации и использует их в своей деятельности; - приемами регуляции функционального состояния и систематически использует их - приемами организации рабочего места		
Шифр компетенции	Формулировка		
ПК-1	способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине
Базовый уровень:			
Знает основные методы управления деятельностью организации в сфере рекламы и связей с общественностью. Может применить их на практике	Умеет: - разрабатывать и оценивать стандартные варианты организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность;	зачет с оценкой	Отчет
Повышенный уровень			
Знает основные и уникальные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений основные и уникальные методы управления деятельностью организации Понимает значение основных теорий и концепций взаимодействия людей в организации, постоянно использует разнообразные методы управления деятельностью организации в своей практике	Умеет: - разрабатывать и оценивать стандартные и нестандартные варианты организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность;	зачет с оценкой	Отчет
Шифр компетенции	Формулировка		
ПК-2	Владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации		

Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине
Базовый уровень			
Знает основные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений и методы управления деятельностью организации. Может применить их на практике	Знает: - основные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений; Умеет: - разрабатывать и оценивать стандартные варианты организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность - формулировать цели и задачи, выбирать типовые пути их достижения; - распределять время для решения личных и основных профессиональных задач; Владеет: - основными технологиями тайм-менеджмента и самоорганизации	зачет с оценкой	Отчет
Повышенный уровень			
Знает основные и уникальные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений основные и уникальные методы управления деятельностью организации Понимает значение основных теорий и концепций взаимодействия людей в организации, постоянно использует разнообразные методы управления деятельностью организации в своей практике	Знает: - основные и уникальные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений; Умеет: - разрабатывать и оценивать ситуативные варианты организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность - формулировать цели и задачи, выбирать ситуативно обусловленные пути их достижения; - эффективно распределять время для решения личных и профессиональных задач; Владеет: - оригинальными технологиями тайм-менеджмента и самоорганизации	зачет с оценкой	Отчет
Шифр компетенции	Формулировка		
ПК-3	Компетенция владеть навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине
Базовый уровень			

Знает основные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений и методы управления деятельностью малой организации. Может применить их на практике	Умеет: - разрабатывать и оценивать стандартные варианты организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность;	зачет с оценкой	Отчет
Повышенный уровень			
Знает основные и уникальные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений основные и уникальные методы управления деятельностью малой организации Понимает значение основных теорий и концепций взаимодействия людей в организации, постоянно использует разнообразные методы управления деятельностью организации в своей практике	Знает: - основные и ситуативные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений Умеет: - разрабатывать и оценивать стандартные и нестандартные варианты организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность;	зачет с оценкой	Отчет
ПК-4	Владение навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине
Базовый уровень			
Знает основные формы проектной документации; требования к проектной документации; формы и способы представления проектной документации, Может использовать их на практике	Знает: - знает базовую терминологию предметной области - знает основные методы разработки проектной документации - знает стандартную методику планирования проектных работ - знает основные методы анализа и обработки информации Умеет: - умеет определять основные проблемы, типовые цели и задачи проектирования; - умеет осуществлять выбор стандартных методов, адекватных целям и задачам типовой разработки; - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации для типовой разработки	зачет с оценкой	Отчет
Повышенный уровень			

Знает основные формы проектной документации и требования к ним, понимает значение проектной документации в производственной деятельности, постоянно использует их в своей практике	Знает: - знает базовую терминологию предметной области - знает основные и специальные методы разработки проектной документации - знает стандартные и специальные методики планирования проектных работ - знает основные и специальные методы анализа и обработки информации Умеет: - умеет определять основные и ситуативные проблемы, организовывать постановку проектной задачи для уникальной ситуации; - умеет осуществлять выбор методов, презентации проектной документации, соответствующей конкретной ситуации; - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации с помощью стандартного и нестандартного программного обеспечения	зачет с оценкой	Отчет
Шифр компетенции	Формулировка		
ПК-5	способность реализовывать проекты и владеть методами их реализации		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине
Базовый уровень			
Знает основные принципы организации и проведения проектной деятельности. Может применить их на практике	Базовый уровень: Знает: - знает базовую терминологию проектной деятельности - современную концепцию управления типовыми проектами - основные положения теории менеджмента и маркетинга, основы бизнес-процессов; Умеет: - умеет ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций по управлению проектами	зачет с оценкой	Отчет
Повышенный уровень			
Знает основные принципы организации и проведения проектной деятельности. Понимает значение проектной деятельности в современных рыночных условиях, постоянно участвует в проектной деятельности и способен руководить проектами	Знает: - базовую терминологию проектной деятельности - современную концепцию управления типовыми и уникальными проектами - основные положения теории менеджмента и маркетинга, основы бизнес-процессов; Умеет: - ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций по управлению типовыми и уникальными проектами	зачет с оценкой	Отчет
Шифр компетенции	Формулировка		

ПК-6	Способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внешней и внутренней коммуникации		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине
Базовый уровень			
Знает структуру основных внутренних коммуникаций организации, систему базовой мотивации сотрудников и их роль в создании имиджа фирмы. Может применить их на практике	Умеет: - вычленять основные структурные компоненты внутренних коммуникаций компании,	зачет с оценкой	Отчет
Повышенный уровень			
Знает структуру основных и оригинальных внутренних коммуникаций организации, систему мотивации сотрудников и ее роль в создании имиджа фирмы. Понимает значение внутренних коммуникаций в формировании имиджа компании, постоянно использует разнообразные виды мотивации членов организации в своей практике	Умеет: - вычленять основные и оригинальные структурные компоненты внутренних коммуникаций компании,	зачет с оценкой	Отчет
Шифр компетенции	Формулировка		
ПК-7	способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине
Базовый уровень			
Знает основные этапы планирования коммуникационных кампаний и мероприятий; типовые	Умеет: - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандартной коммуникационной кампании и мероприятия;	зачет с оценкой	Отчет

методы сбора информации для планирования коммуникационные кампании и мероприятий Может применить их на практике			
Повышенный уровень			
Знает основные этапы планирования коммуникационных кампаний и мероприятий; типовые и специальные методы сбора информации для планирования коммуникационных кампаний и мероприятий Понимает значение планирования в производственной деятельности, постоянно использует их в своей практике	Умеет: - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации для планирования типовой и специальной коммуникационных кампаний и мероприятий;	зачет с оценкой	Отчет
ПК-8	Способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине
Базовый уровень			
Знает основные принципы производства, подготовки к выпуску и распространения рекламной продукции в рамках традиционных средств рекламы. Может применить их на практике	Знает: - знает основы культуры речи; Уметь: - умеет реализовывать основные коммуникативные намерения; логично рассуждать, грамотно структурировать высказывание; - умеет в основном грамотно с точки зрения культуры речи оформлять тексты на русском языке. Владеет: - владеет основными методами логической обработки информации;	зачет с оценкой	Отчет
Повышенный уровень			
Знает основные принципы производства, подготовки к выпуску и распространения рекламной продукции в рамках современных средств рекламы.	Знает: - знает основы культуры речи; Умеет: - умеет эффективно реализовывать свои коммуникативные намерения; логично рассуждать, аргументировать и грамотно структурировать высказывание; - умеет грамотно с точки зрения культуры речи оформлять тексты на русском языке.	зачет с оценкой	Отчет

Понимает значение всех этапов производства и распространения рекламной продукции, целесообразно использует их в своей практике	Владеет: - владеет методами логической обработки информации;		
ПК-9	Способностью проводить маркетинговые исследования		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине
Базовый уровень			
Знает основные принципы организации и проведения маркетинговых исследований. Может применить их на практике	Знает: - знает базовую терминологию предметной области - знает основные методы стандартных маркетинговых исследований - знает методику планирования и организации стандартного маркетингового исследования - знает основные методы анализа и обработки информации - усвоил основную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины Умеет: - умеет определять проблемы, цели и задачи стандартного маркетингового исследования, предмет и объект исследования - умеет осуществлять выбор методов, адекватный целям и задачам стандартного маркетингового исследования; - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандартного маркетингового исследования Владеет: - способен разрабатывать стандартные планы, программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогностно-аналитические рекомендации; - способен осуществлять типовые консультационные работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций	зачет с оценкой	Отчет
Повышенный уровень			
Знает основные принципы организации и проведения маркетинговых исследований. Понимает значение маркетинговых исследований в рыночной ситуации, постоянно использует их в своей практике	Знает: - знает базовую терминологию предметной области - знает основные методы стандартных и нестандартных маркетинговых исследований - знает методику планирования и организации стандартного и нестандартного маркетингового исследования - знает основные методы анализа и обработки информации - усвоил основную и дополнительную литературу, рекомендованную, рабочей программой	зачет с оценкой	Отчет

	дисциплины Умеет: - умеет определять проблемы, цели и задачи стандартного и нестандартного маркетингового исследования, предмет и объект исследования - умеет осуществлять выбор методов, адекватный целям и задачам стандартного и нестандартного маркетингового исследования; - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандартного и нестандартного маркетингового исследования Владеет: - способен разрабатывать стандартные и нестандартные планы, программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации; - способен осуществлять типовые и ситуативные консультационные работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций		
ПК-10	Способностью организовывать и проводить социологические исследования		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине
Базовый уровень			
Знает основные принципы организации и проведения социологических исследований. Может применить их на практике	Знает: - знает базовую терминологию предметной области - знает основные методы стандартных социологических исследований - знает методику планирования и организации стандартного социологического исследования - знает основные методы анализа и обработки информации - усвоил основную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины Умеет: - умеет определять проблемы, цели и задачи стандартного социологического исследования, предмет и объект исследования - умеет осуществлять выбор методов, адекватный целям и задачам стандартного социологического исследования; - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандартного социологического исследования Владеет: - способен разрабатывать стандартные планы, программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации; - способен осуществлять типовые консультационные работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций	зачет с оценкой	Отчет

Повышенный уровень			
Знает основные принципы организации и проведения социологических исследований. Понимает значение социологических исследований, постоянно использует их в своей практике	Знает: - знает базовую терминологию предметной области - знает основные методы стандартных и нестандартных социологических исследований - знает методику планирования и организации стандартного и нестандартного социологического исследования - знает основные методы анализа и обработки информации - усвоил основную и дополнительную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины Умеет: - умеет определять проблемы, цели и задачи стандартного и нестандартного социологического исследования, предмет и объект исследования - умеет осуществлять выбор методов, адекватный целям и задачам стандартного и нестандартного социологического исследования; - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандартного и нестандартного социологического исследования Владеет: - способен разрабатывать стандартные и нестандартные планы, программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации; - способен осуществлять типовые и ситуативные консультационные работы по вопросам социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций	зачет с оценкой	Отчет
Шифр компетенции	Формулировка		
ПК-11	владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине
Базовый уровень			
Знает основные принципы организации и проведения социологических исследований. Может применить их на практике	Знает: - требования к написанию стандартных аналитических справок, обзоров и прогнозов; - формы и способы представления стандартных аналитических справок, обзоров и прогнозов; Умеет: - составлять стандартные аналитические справки, обзоры; - делать презентацию аналитических справок, обзоров; - использовать программное обеспечение для решения задач, связанных с написанием аналитических справок, обзоров и прогнозов; Владеет:	зачет с оценкой	Отчет

	- способен разрабатывать стандартные планы, программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации; - способен осуществлять типовые консультационные работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций		
Повышенный уровень			
Знает основные принципы организации и проведения социологических исследований. Понимает значение социологических исследований в рыночной ситуации, постоянно использует их в своей практике	Знает: - требования к написанию стандартных и нестандартных аналитических справок, обзоров и прогнозов; - формы и способы представления аналитических справок, обзоров и прогнозов разных типов; Умеет: - составлять стандартные и нестандартные аналитические справки, обзоры; - делать презентацию аналитических справок, обзоров; - использовать программное обеспечение для решения задач, связанных с написанием аналитических справок, обзоров и прогнозов разных типов; Владеет: - способен разрабатывать стандартные и нестандартные планы, программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации; - способен осуществлять типовые и ситуативные консультационные работы по вопросам социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций - владеет навыками подготовки аналитических справок, обзоров и прогнозов.	зачет с оценкой	Отчет
Шифр компетенции	Формулировка		
ПК-12	Способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине
Базовый уровень			
Знает основные принципы функционирования рекламного рынка, основные принципы работы организации, специфику создания рекламных обращений. Может применить их на практике	Знает - знает базовую терминологию предметной области; - основные требования, предъявляемые к специалисту по рекламе и связям с общественностью; - основные положения экономической теории, менеджмента и маркетинга; Умеет: - умеет применять на практике знание основных законов экономической теории, менеджмента и маркетинга для решения профессиональных задач; - умеет аргументированно обсуждать основные профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения	зачет с оценкой	Отчет

Повышенный уровень			
Знает основные принципы функционирования рекламного рынка, основные принципы работы организации, специфику создания рекламных обращений. Понимает значение профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью, постоянно применяет их в своей практике	Знает - знает базовую терминологию предметной области; - основные требования, предъявляемые к специалисту по рекламе и связям с общественностью; - основные положения экономической теории, менеджмента и маркетинга; - усвоил основную и дополнительную литературу, рекомендованную рабочей программой дисциплины Умеет: - умеет применять на практике знание основных законов экономической теории, менеджмента и маркетинга для решения творческих профессиональных задач; - умеет аргументированно обсуждать основные и специфические профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения	зачет с оценкой	Отчет
Шифр компетенции	Формулировка		
ПК-13	Способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине
Базовый уровень			
Знает основные принципы планирования и подготовки рекламных кампаний и мероприятий. Может под контролем планировать и готовить коммуникационные кампании и мероприятия	Знает: - базовую терминологию предметной области - основные этапы планирования рекламных кампаний и мероприятий;	зачет с оценкой	Отчет
Повышенный уровень			
Знает основные принципы планирования и подготовки рекламных кампаний и мероприятий. Понимает значение грамотного планирования для подготовки рекламных кампаний и мероприятий, способен выбирать методы сбора информации и решения поставленных задач.	Знает: - базовую терминологию предметной области; - основные этапы планирования рекламных кампаний и мероприятий;	зачет с оценкой	Отчет

Имеет практический опыт планирования мероприятий под контролем преподавателя (руководителя).			
Шифр компетенции	Формулировка		
ПК-14	Способностью реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине
Базовый уровень			
Знает основные принципы функционирования рекламного рынка, основные принципы работы организации, специфику создания рекламных обращений. Может применить их на практике	Знает: - базовую терминологию предметной области; основные требования, предъявляемые к специалисту по рекламе и связям с общественностью; - основные положения экономической теории, менеджмента и маркетинга; Умеет: - применять на практике знание основных законов экономической теории, менеджмента и маркетинга для решения профессиональных задач; - аргументированно обсуждать основные профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения	зачет с оценкой	Отчет
Повышенный уровень			
Знает основные принципы функционирования рекламного рынка, основные принципы работы организации, специфику создания рекламных обращений. Понимает значение профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью, постоянно применяет их в своей практике	Знает: - базовую терминологию предметной области; основные требования, предъявляемые к специалисту по рекламе и связям с общественностью; - основные положения экономической теории, менеджмента и маркетинга; Умеет: - применять на практике знание основных законов экономической теории, менеджмента и маркетинга для решения творческих профессиональных задач; - аргументированно обсуждать основные и специфические профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения	зачет с оценкой	Отчет
Шифр компетенции	Формулировка		
ПК-15	Владение навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации

			обучающихся по дисциплине
Базовый уровень			
Знает основные принципы разработки и реализации организационно-управленческих решений; Может применить их на практике	Умеет: - умеет разрабатывать и оценивать варианты стандартных организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность;	зачет с оценкой	Отчет
Повышенный уровень			
Знает основные принципы разработки и реализации организационно-управленческих решений; Понимает значение принятия организационно-управленческих решений в производственной ситуации, постоянно использует их в своей практике	Умеет: - умеет разрабатывать и оценивать варианты стандартных и нестандартных организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность;	зачет с оценкой	Отчет
Шифр компетенции	Формулировка		
ПК-16	Способность под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине
Базовый уровень			
Знает основные принципы производства, подготовки к выпуску и распространения рекламной продукции в рамках традиционных средств рекламы. Может применить их на практике	Знать: - знает базовую терминологию предметной области; - знает основы редакторской работы с текстом; - знает основы культуры речи;	зачет с оценкой	Отчет
Повышенный уровень			
Знает основные принципы производства, подготовки к выпуску и распространения рекламной продукции в рамках современных средств рекламы.	Знает: - знает основы редакторской работы с текстом; - знает основы культуры речи;	зачет с оценкой	Отчет

Понимает значение всех этапов производства и распространения рекламной продукции, целесообразно использует их в своей практике			
Требования к проведению промежуточной аттестации по практике:			
Текущий контроль знаний студентов в течение семестра проводится в устной и письменной форме при выполнении практических задач индивидуального характера, собеседования с преподавателем, разработке презентационных материалов. Студент допускается к экзамену при наличии положительной оценки в БРС. Критерии оценки результатов прохождения студентом промежуточной аттестации:			
1. Выполнение плана практики. 2. Выполнение индивидуальных заданий. 3. Оформление дневника практики и отчёта о практике, представление на кафедру в течение одной недели после завершения практики. 4. Выступление на заключительной конференции.			
Критерии оценки результатов прохождения студентом промежуточной аттестации:			
«отлично»	1. Продемонстрирован высокий потенциал интегрированных знаний, умений и навыков, необходимых для решения профессиональных задач в условиях информационной и временной неопределенности. 2. Проявлены творческий подход при решении стандартных и нестандартных задач, возможность переноса умений из одной из предметной области в другую, системное видение профессиональных задач. 3. Отчет отличается высокой практической ценностью. 4. Продемонстрированы хорошие организационные способности и навыки тайм-менеджмента. 5. Продемонстрирована способность обнаруживать, анализировать и аргументированно обсуждать стандартные и нестандартные профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения. 6. Отчет полностью соответствует учебно-практической деятельности, определенной поставленной задачей, демонстрирует высокий уровень сформированности умения осуществлять рефлексивный анализ. 7. В полной мере продемонстрировано умение логично и грамотно подать материал, соблюдена структура и стилистика изложения, оформление отчета соответствует всем стандартным требованиям.		
«хорошо»	1. Продемонстрирован потенциал интегрированных знаний, умений и навыков, необходимых для решения профессиональных задач в условиях информационной и временной определенности. 2. Проявлено умение самостоятельно использовать типовые алгоритмы при решении стандартных профессиональных задач. 3. Отчет отличается практической ценностью. 4. Продемонстрированы организационные способности и навыки тайм-менеджмента. 5. Продемонстрирована способность обнаруживать, анализировать и аргументированно обсуждать стандартные профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения. 6. Отчет в целом соответствует учебно-практической деятельности, определенной поставленной задачей, демонстрирует высокий уровень сформированности умения осуществлять рефлексивный анализ. 7. Продемонстрировано умение логично и грамотно подать материал, в целом соблюдена структура и стилистика изложения, оформление отчета соответствует всем стандартным требованиям.		
«удовлетворительно»	1. Продемонстрирован минимальный потенциал знаний, умений и навыков, необходимых для решения профессиональных задач в условиях информационной и временной определенности. 2. Проявлено умение самостоятельно использовать типовые алгоритмы при решении стандартных профессиональных задач.		

	3. Отчет отличается невысокой практической ценностью. 4. Студент способен под контролем осуществлять профессиональные функции. 5. Продемонстрирована способность обнаруживать, анализировать и обсуждать стандартные профессиональные проблемы, давать отзывы, способность отстаивать свою точку зрения проявлена в незначительной степени. 6. Отчет не полностью соответствует учебно-практической деятельности, определенной поставленной задачей, демонстрирует низкий уровень сформированности умения осуществлять рефлексивный анализ. 7. В целом продемонстрировано умение в целом логично и грамотно подать материал, соблюдена структура и стилистика изложения, оформление отчета соответствует стандартным требованиям, однако отсутствуют некоторые документы.
«неудовлетворительно»	1. Отсутствует минимальный потенциал знаний, умений и навыков, необходимых для решения профессиональных задач в условиях информационной и временной определенности. 2. Не сформировано умение самостоятельно использовать типовые алгоритмы при решении стандартных задач. 3. Практическая значимость отчета отсутствует. 4. Студент способен под контролем осуществлять профессиональные функции. 5. Продемонстрирована неспособность обнаруживать, анализировать, обсуждать стандартные профессиональные проблемы, отсутствует умение осуществлять рефлексивный анализ. 6. Отчет не соответствует учебно-практической деятельности, определенной поставленной задачей, содержит неточное изложение информации, оформление работы не соответствует стандартным требованиям, представлены отдельные документы. 7. Отсутствует умение логично и грамотно подать материал, нарушена структура и стилистика изложения, оформление отчета не соответствует стандартным требованиям, отсутствует часть документов.

10. Перечень учебной литературы и ресурсов сети «Интернет, необходимых для проведения практики

а) основная литература

1. Каменева Н.Г. Маркетинговые исследования. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 368 с.
2. Методы оценки в рекламной практике: учебное пособие / сост. Т.Б. Колышкина. - Ярославль: Изд-во ЯГПУ, 2013. - 49 с.

б) дополнительная литература

1. Щепкина Е.В. Маркетинговые исследования в рекламе: учеб.-метод. пособие для студентов, обучающихся по спец. 032401.65 - реклама. - М.: МГУП, 2009.
2. Васильев Г.А. Рекламный маркетинг: учеб. пособие. / Г.А. Васильев, В.А. Поляков - М.: Вузовский учебник; ИНФРА-М, 2012. - 276 с.
3. Соловьев Б.А. и др. Маркетинг. - М., ИНФРА-М, 2011, 336 с.
4. Соловьева Н.И. Основы подготовки к научной деятельности и оформление ее результатов. - М.: АПК и ПРО, 2006. – 102 с..

в) ресурсы сети «Интернет»:

- Электронная база данных библиотеки ЯГПУ. – Режим доступа: http://lib.yvspu.org/buki_web/bk_webmain.asp
- Book-ua:org – библиотека электронных учебников
- Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru – рефераты, полные тексты научных статей из российских и зарубежных журналов;
- Электронно-библиотечная система IPRbooks - полнотекстовая база учебных и учебно-методических электронных изданий;
- ФГНУ «Научная педагогическая библиотека имени К. Д. Ушинского» <http://elib.gnpbu.ru/>
- Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных сетей
- Агентство исследований социума и телерадиовещания <http://www.monitoring.ru>
- Агентство «Комус-персонал» <http://www.comus.ru>
- Агентство общественных коммуникаций «Ракурс-ПП» <http://www.rakours-pr.ru>
- Агентство PR «Миссия-Л» <http://www.missia-L.ru>
- Аналитика – Россия <http://www.analitics.ru>
- Аналитическая служба «Меркатор» <http://www.mercator.ru>
- АРМИ-маркетинг <http://www.armi-marketing.ru>
- Ветра-маркетинг <http://www.vetra.ru>
- Всемирная ассоциация исследований общественного мнения <http://www.wapor.org>
- Всероссийский центр Изучения общественного мнения <http://www.wciom.ru>
- Группа маркетинговых исследований <http://www.mrg.ru>
- Группа ЦИРКОН <http://www.zircon.ru>
- ГФК-ВЦИОМ <http://www.vciom.ru>
- ИМИДЖ-контакт <http://www.image-contact.ru>
- Институт госуправления и социальных исследований МГУ <http://www.geocities.com/Athens/Olympus/9671/>
- Институт исследования организованных рынков <http://www.inior.ru>
- Институт независимых социологических исследований <http://www.indepsocres.spb.ru>
- Институт прокризисных исследований <http://www.ipi.ru>
- Московский центр Карнеги <http://www.carnegie.ru>
- Российская Ассоциация Маркетинга <http://www.ram.ru>
- Служба PR <http://www.prserve.ru>
- Фонд «Общественное мнение» <http://www.fom.ru>

- PR PASSAT
- <http://www.prpassat.ru>

11. Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных сетей

Пакет Microsoft Office 2007, программные продукты Word, Excel, Power Point,

12. Материально-техническая база, необходимая для проведения практики

Кабинет выпускающей кафедры (150014, г. Ярославль, Которосльская набережная, д. 66, учебный корпус 5).

Учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (150014, г. Ярославль, Которосльская набережная, д. 66, учебный корпус 5, **каб. №414**). Специализированная мебель. Присутствует возможность установки переносного набора демонстрационного оборудования (стационарный мультимедийный проектор, средства звуковоспроизведения, экран).

Аудитория для самостоятельной работы – компьютерный класс широкого профиля (150014, г. Ярославль, Которосльская набережная, д. 66, учебный корпус 5, **каб. №307**). Специализированная мебель, 9 ПК. Присутствует возможность установки переносного набора демонстрационного оборудования (стационарный мультимедийный проектор, средства звуковоспроизведения, экран). Доступ к электронной информационно-образовательной среде.

Лаборатория технических средств обучения (150014, г. Ярославль, Которосльская набережная, д. 66, учебный корпус 5, **каб. № 405**). Специализированная мебель, 20 посадочных мест, Видеоплейер ART Uisio, музыкальный центр LG, телевизор SAMSUNG телевизор Panasonic 29FX 50 T, телевизор LG 20 F 89, телевизор LG 32CS560, магнитола Philips AZ-302, DVD проигрыватель Panasonic S 29, DVD – плейер BDK, аудиоманитофон Panasonic 430, аудиоманитола AIWA, видеоплейер ORION.

Компьютерный класс широкого профиля (150014, г. Ярославль, Которосльская набережная, д. 66, учебный корпус 5, **каб. № 416**). Специализированная мебель, 7 ПК, Присутствует возможность установки переносного набора демонстрационного оборудования (стационарный мультимедийный проектор, средства звуковоспроизведения, экран). Доступ к электронной информационно-образовательной среде

13. Рекомендации по организации самостоятельной работы обучающихся в период практики

В процессе самостоятельной работы обучающиеся выполняют задания разного уровня сложности, связанные с реализацией программы практики. В период НИР необходимо выполнить следующую работу, включая самостоятельную работу студента (далее СРС):

Описание этапов работы практики по научно-исследовательской деятельности:

№ темы	Содержание работы	Сроки
<i>Тема 1:</i>	Работа по НИР начинается с установочного практического занятия, в рамках которого студенты знакомятся с технологией проведения эмпирических исследований. В качестве методического материала преподаватель использует лучшие отчеты прошлых лет.	1-7 сентября
<i>Тема 2:</i>	В рамках СРС студент знакомится с содержанием предложенных кафедрой тем НИР, обсуждает их содержание с преподавателями, выбирает тему работы в соответствие со своими научными интересами и фиксирует свой выбор на кафедре.	8-14 сентября
<i>Тема 3:</i>	В рамках СРС совместно с научным руководителем студент разрабатывает план выполнения работы.	8-14 сентября

<i>Тема 4:</i>	Подбор литературы по теме исследования, составление плана теоретического обзора, работа с литературой, сбор материала по теме исследования.	15-21 сентября
<i>Тема 5:</i>	Проведение эмпирического исследования по заданной теме: сбор эмпирических данных, подготовка статистических таблиц, математико-статистическая обработка результатов и их интерпретация	22 сентября – 20 декабря
<i>Тема 6:</i>	Подготовка отчета НИР в соответствии с установленными планами и стандартами, оформление работы. Подготовка к публичной защите результатов НИР в виде доклада, сопровождаемого презентацией.	21-28 декабря

Требования к качеству теоретической части НИР

1. Теоретический анализ должен быть полным. Полнота теоретического анализа заключается в том, насколько охвачены наиболее значимые подходы к научной проблеме различными авторами.
2. Систематичность и логика построения теоретического анализа. Данный структурный раздел должен подчиняться внутренней логике, следует быть внимательным к тому, чтобы каждый следующий параграф был логическим продолжением предыдущего. В целом, теоретический обзор должен представить рассмотренное явление как систему (т.е. дано определение, рассмотрены элементы, виды, свойства и т.д.).
3. Теоретический обзор должен содержать в себе анализ, т.е. не быть множеством перечисления точек зрения разных авторов, а включать элемент их соотношения с выделением общего и различного, значимого и принципиального и т.д.
4. Так как в теоретический обзор представляет собой анализ авторских подходов к явлению, в нем обязательно наличие ссылок на те научные труды, в которых эти подходы отражены. Необходимо понимать, что тот текст, в котором нет ссылок, воспринимается как авторский. То есть, если студент не делает ссылок на источники литературы, представленный текст следует воспринимать как собственные теоретические изыскания автора. Если он таковым не является (т.е. не отражает точку зрения, разработанную автором), то, следовательно, можно говорить о плагиате. Кроме того, ссылки должны соответствовать тексту, на который ссылаются. Существуют правила оформления ссылок. Ссылки могут быть нескольких видов: 1) включены в текст в виде полного указания автора и текста; 2) включены в текст в виде указания в квадратных скобках номера источника и, в случае прямого цитирования, номера страницы, на которой эта цитата представлена; При этом источники литературы могут быть представлены в библиографическом списке как в алфавитном порядке (предпочтительнее), так и в порядке их упоминания в тексте. 3) концевые ссылки (сноски). Чаще всего в научной работе используются ссылки второго вида.

Требования к выполнению практической части НИР

Практическая часть работы полностью посвящена собственным исследованиям студента. Она содержит ряд параграфов (3-5), которые логично представляют исследование: задумки и полученные результаты должны быть соотношены с гипотезами работы (доказывая их правомерность), проанализированы, осмыслены, обоснованы и интерпретированы. Обязательными для практической части работы являются следующие параграфы: категориальный аппарат исследования; результаты исследования и их интерпретация (могут быть разведены на 2 отдельных параграфа); выводы.

Между главами и параграфами должна прослеживаться внутренняя связь, логическая последовательность. Каждый параграф завершается обобщающим резюме, глава – выводом по ее

содержанию, вся работа – выводами, которые соотносятся с гипотезами, задачами и целью, подтверждая, что гипотезы проверены и подтверждены, задачи решены, цель достигнута.

Важным вопросом при выполнении НИР является качество выбранных автором для проведения исследования методов и методик. Студент может пользоваться методами и методиками, соответствующими следующим критериям:

- опубликованные авторами в профессиональных изданиях методики, распространяемые в некоммерческом режиме, при условии их соответствия профессиональным критериям;
- методики, распространяемые в коммерческом (закрытом профессиональном) режиме, при условии их соответствия профессиональным критериям и наличия лицензии на их использование (индивидуальной или коллективной) либо другого документа, подтверждающего право использования (письмо, в том числе электронное, от правообладателя с разрешением на бесплатное некоммерческое использование в рамках образовательного учреждения).
- неопубликованные методики, соответствующие профессиональным критериям, представленные автором методики для использования в научных целях по запросу автора квалификационной работы, его научного руководителя и (или) учебно-научного учреждения;
- соответствующие профессиональным критериям методики, переданные автору квалификационной работы научным руководителем или другими лицами, имеющими право на использование методики,
- методики, разработанные самим автором квалификационной работы или его научным руководителем, при условии их соответствия профессиональным критериям (прошедшими психометрическую проверку и соответствующими параметрам надежности и валидности);

Не допускается:

- использование «тестов», правила подсчета баллов в которых не основывается на какой-либо эмпирической проверке;
- использование методик неустановленного происхождения и авторства;
- использование методик, в отношении которых не установлено их соответствие профессиональным критериям (в том числе применительно к русскоязычной версии);
- использование методик, на применение которых требуется лицензия или разрешение, без получения такой лицензии или разрешения.
- использование методик, опубликованных в массовых популярных изданиях или на популярных Интернет-сайтах, ставшими известными многотысячной аудитории их читателей-посетителей.

Практическая часть работы должна обязательно включать в себя качественный или количественный анализ данных проведенного студентом исследования и интерпретацию полученных им результатов.

Обязательным завершающим разделом НИР являются выводы. Выводы не должны оставаться на стадии констатации фактологического материала (например, коэффициент корреляции 0,95), а содержать основной результат анализа данных. Нумерация выводов придает им большую структурированность и четкость. Рекомендуются представлять 5-7 выводов общей и конкретной формы, представляющие главные достижения автора.

- *Заключение.* В заключении дается краткий анализ основного содержания теоретической и практической части работы, определяются перспективы развития заявленной темы и практического использования полученных результатов.

- *Список литературы.* Оформляется по представленным ниже правилам. Образец оформления различных видов источников в библиографическом списке представлен в приложении 2.

- *Приложения.* Этот раздел необходим для некоторых детальных, иллюстрационных и других дополнительных материалов, полученных автором.

Критерии оценки содержания научно-исследовательской работы

1. Самостоятельность выбора темы и ее реализации;
2. Адекватность целей, задач и категориального аппарата работы;
3. Глубина и проработанность теоретической части;
3. Наличие эмпирического или экспериментального исследования;
4. Применение и адекватность методов математической статистики
5. Адекватность интерпретации и выводов.

Уровни выполнения заданий:

Высокий уровень

– Отчетная документация оформлена в соответствии со всеми требованиями, Представленный материал в основном фактически достоверен, допускаются негрубые фактические неточности;

- Выбранная тема отличается актуальностью и новизной;
- Используемые методы, методики, приемы релевантны поставленным задачам и позволяют оценить достоверность результата;
- Анализ и интерпретация результатов проведены грамотно, подробно и логично, дано хорошее обоснование полученных результатов, отражены причинно-следственные связи, сделаны практические выводы, разработаны рекомендации (глубокие).

Средний уровень:

– Отчетная документация оформлена в соответствии с требованиями, допущены незначительные неточности. Представленный материал в основном фактически достоверен, допускаются 4-5 фактических ошибок;

- Выбранная тема отличается актуальностью и новизной;
- Используемые методы, приемы и формы работы в целом соотносятся с поставленными задачами и позволяют оценить достоверность результата;
- Анализ деятельности проведен грамотно, есть небольшие недостатки неточности; достаточно обоснованы практические выводы, отражены причинно-следственные связи;
- рекомендации в целом одобрены в организации.

Низкий уровень:

– отчетная документация оформлена с ошибками, некоторые документы не соответствуют требованиям;

- используемые методы, приемы и формы работы часто не связаны с поставленными задачами, являются малоэффективными;
- анализ деятельности проведен поверхностно, отсутствуют практические, обоснованные выводы;
- практические рекомендации отсутствуют или не соответствуют реальной ситуации.

14. Методические рекомендации

Отчетной документацией по учебной/производственной практике является отчет и дневник студента-практиканта с ежедневными записями о проделанной работе и приложения к дневнику, включающие оформленные задания по практике.

Отчет и итоговый дневник студента по практике хранится на кафедре в течение трех лет.

1. В ходе практики студент составляет итоговый письменный отчет. Цель отчета – показать степень полноты выполнения студентом программы практики. В отчете отражаются итоги деятельности студента во время прохождения практики в соответствии с разделами и позициями, соответствующие расчеты, анализ, обоснования, выводы и предложения.

2. Объем отчета (основной текст) – 25- 30 страниц. Таблицы, схемы, диаграммы, чертежи можно поместить в приложения, в этом случае в основной объем отчета они не входят. Список документов, нормативных и инструктивных материалов и литературы в основной объем отчета не включаются.

3. Отчет о практике должен содержать:

- 3.1. Титульный лист (по форме университета в год сдачи отчета).
- 3.2. Оглавление (содержание) отчета.
- 3.3. Введение (обоснование актуальности практик, формулирование цели и задач, которые студент ставит перед собой на время практики, планируемые результаты).
- 3.4. Содержание и анализ всех видов деятельности в период практики (согласно заданию по практике). Результаты работы оформляются в виде таблиц, графиков с последующим анализом.
- 3.5. Дневник практики.
- 3.6. Заключение (анализ достигнутых результатов).
- 3.7. Список литературы.
- 3.8. Приложения (Таблицы, схемы, иллюстрации, фотографии, расчёты, списки нормативных документов, литература).
- 3.9. Характеристика студента-практиканта, подписанная руководителем практики.

По окончании практики отчет вместе с дневником представляется руководителю практики, проверяется и подписывается им и заверяется печатью. Затем сдается вместе с дневником и отзывом-характеристикой руководителя практики от кафедры.

Дневник прохождения практики

1. Выполненную за каждый день работу с указанием сведений, материалов, полученных при прохождении практики, студент-практикант отражает в дневнике практики.
2. Дневник содержит:
 - информацию о месте и сроках прохождения практики;
 - календарный график прохождения практики;
 - наименование подразделений, где проходила практика;
 - содержание разрабатываемых и изучаемых вопросов практики, выполненная по ним работа;
 - календарные сроки выполнения всех позиций проведенных работ;
 - список материалов, собранных студентом в период прохождения практики
 - замечания и рекомендации руководителя практики от кафедры.
3. По окончании практики дневник подписывается руководителем практики от организации.
4. Дневник сдается вместе с отчетом о практике, после его регистрации на кафедре, руководителю практики от кафедры.

15. Организация практики на заочном отделении

Практика по научно-исследовательской деятельности проводится на третьем курсе в 5 семестре в течение двух недель

Общая трудоемкость практики составляет 3 зачетных единицы, или 2 недели, или 108 часов.

Отличий от практики на дневном отделении нет

16. Особенности организации практики для студентов из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Подготовка и реализация программ практик для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов осуществляется с учетом рекомендаций, содержащихся в соответствующих заключениях медицинских экспертиз с учетом рекомендованных условий и видов труда. При необходимости для прохождения практики создаются специальные рабочие места в соответствии с характером ограничений здоровья, а также с учетом характера труда и выполняемых трудовых функций.

Педагогические кадры и руководитель практики от организации должны быть ознакомлены с психолого-физиологическими особенностями обучающихся с ОВЗ и учитывать их при организации инклюзивного образовательного процесса. В учебном помещении должны быть оборудованы места для студентов-инвалидов с учетом вида нарушения здоровья, применяться компьютерная техника, аудиотехника, видеотехника, электронная доска для обучающихся с нарушением слуха, применяться компьютерные тифлотехнологии, средства для усиления остаточного зрения, средства преобразования визуальной информации в аудио и тактильные сигналы для обучающихся с нарушением зрения и т.д. Возможно осуществление учебно-методической помощи обучающимся через консультации преподавателей с использованием средств Интернет-технологий.

Форма проведения текущей и итоговой аттестации устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге или компьютере и т.д.). Может предоставляться дополнительное время для подготовки отчета.

Текущий контроль и промежуточная аттестация по практике при необходимости могут быть организованы в дистанционном формате.

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

Факультет русской филологии и культуры

Кафедра теории коммуникации и рекламы

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью

Форма обучения очная / заочная

Курс _____

Группа _____

ДНЕВНИК

прохождения производственной практики
наименование практики (в том числе преддипломной практики)
способ проведения практики: *стационарная*
форма проведения практики: *дискретная по периодам*

в ФГБОУ ВО «Ярославский государственный педагогический университет
им. К.Д. Ушинского»

(наименование организации)

с _____ по _____
(указать дату) (указать дату)

Студент _____
(подпись) (инициалы и фамилия)

Руководитель практики

_____ МП _____
(должность)(место печати)(подпись) (И.О.Фамилия)

Ярославль-20__

ФГБОУ ВО «Ярославский государственный педагогический университет им. К.Д. Ушинского»
(ЯГПУ им. К.Д. Ушинского)

« ____ » _____ 20 ____ г.
НАПРАВЛЕНИЕ НА ПРАКТИКУ № _____

Выдано студенту _____
_____ (фамилия, имя, отчество)
направленному на _____

_____ (пункт назначения)
для прохождения производственной практики по _____
срок проведения практики « ____ » _____ 20 ____ г. по « ____ » _____ 20 ____ г.

Основание: Приказ № _____ от « ____ » _____ 20 ____ г.

Руководитель практики:

ОТМЕТКИ О ПРИБЫТИИ В ПУНКТЫ НАЗНАЧЕНИЯ И ВЫБЫТИИ ИЗ НИХ:

Убыл из _____
« ____ » _____ 20 ____ г.
Печать _____ Подпись _____

Прибыл _____
« ____ » _____ 20 ____ г.
Печать _____ Подпись _____

Прибыл _____
« ____ » _____ 20 ____ г.
Печать _____ Подпись _____

Убыл из _____
« ____ » _____ 20 ____ г.
Печать _____ Подпись _____

Примечание: отметки о прибытии и выбытии делаются по месту прохождения практики.

I. МЕСТО И СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Студент _____
_____ курса факультета _____
специальность / направление подготовки, профиль (профили)

направляется для прохождения производственной практики на:

_____ (название кафедры)

Объем практики составляет 3 зачетных единиц.

Сроки практики: с « ____ » _____ 20 ____ г. по « ____ » _____ 20 ____ г.

Студент обязан представить дневник, отчет о прохождении практики
до « ____ » _____ 20 ____ г. и получить зачет с оценкой по практике в соответствии с
требованиями формы аттестации результатов практики, установленными учебным планом до
« ____ » _____ 20 ____ г.

М.П.

Руководитель практики

« ____ » _____ 20 ____ г

II. РАБОТА СТУДЕНТА НА КАФЕДРЕ

Студенты не направляются в профильные организации на время прохождения производственной преддипломной практики. Практика проходит на базе выпускающей кафедры.

Студент _____
прибыл на *производственную* практику:

« ____ » _____ 20__ г.

Кафедра расположена по адресу:

Проходит практику в качестве _____
на _____
с « ____ » _____ 20__ г.

Студент закончил прохождение практики « ____ » _____ 20__ г.

М.П. _____ Руководитель практики:

(ФИО)

(должность)

« ____ » _____ 20__ г.

III. ИНСТРУКТАЖ ПО ОХРАНЕ ТРУДА И ТЕХНИКЕ БЕЗОПАСНОСТИ

Характер инструктажа	Дата	Кто проводил инструктаж	Подпись студента
Водный			
инструктаж			
Повторный			
инструктаж на			
рабочем месте			

Руководитель практики от ЯГПУ:

Руководитель практики от профильной
организации:

(ФИО, подпись)

(ФИО, подпись)

(Должность)

(Должность)

Студент _____ (ФИО) _____ (подпись)

IV. ОБЯЗАННОСТИ СТУДЕНТА НА ПРАКТИКЕ

33. Полностью пройти практику в соответствии с указанными в приказе по Университету сроками.
34. Выполнить в полном объеме задания, предусмотренные программой практики.
35. Подчиняться действующим на предприятии, в учреждении, организации правилам внутреннего трудового порядка.
36. Изучить и строго соблюдать правила охраны труда, техники безопасности и производственной санитарии.
37. Участвовать в научно-исследовательской работе по заданию кафедры.
38. Участвовать в общественной жизни коллектива предприятия, организации, учреждения.
39. Нести ответственность за выполняемую работу и ее результаты наравне со штатными работниками.
40. Вести дневник, в который записываются сведения указанные в программе практики.
41. 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 руководителя практики.
42. Заверить подписями и печатями дневник практики, получить заверенную подписью и печатью характеристику.
43. По окончании практики и по прибытии в ЯГПУ сдать на проверку руководителю практики отчет, дневник, характеристику, представить собранные материалы для написания выпускной квалификационной работы и своевременно пройти форму аттестации, предусмотренную учебным планом и ФГОС ВО.

VI. ОБЯЗАННОСТИ РУКОВОДИТЕЛЕЙ ПРАКТИКИ

- 10) **Руководитель практики:**
 - 1.1. Составляет рабочий график (план) проведения практики;
 - 1.2. Разрабатывает индивидуальные задания для обучающихся, выполняемые в период практики;
 - 1.3. Участвует в распределении обучающихся по рабочим местам и видам работ в организации;
 - 1.5. Осуществляет контроль соблюдения сроков проведения практики и соответствием ее содержания требованиям, установленным ОПОП ВО;
 - 1.6. Оказывает методическую помощь обучающимся при выполнении ими индивидуальных заданий, а также при сборе материалов к выпускной квалификационной работе в ходе преддипломной практики;
 - 1.7. Оценивает результаты прохождения практики обучающимися.

VII. СОВМЕСТНЫЙ РАБОЧИЙ ГРАФИК (ПЛАН) ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Студент: _____ Группа: _____
(Фамилия ИО) (номер группы, курс)

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Реклама и связи с общественностью

Место прохождения практики: _____

Сроки прохождения практики: _____

№	Наименование темы или работы	Кол-во	Сроки	Отметка о

п/п	(вид работ)	рабочих дней	исполнения (Дата)	выполнении

Руководитель практики:

(ФИО)

(должность)

М.П.

Руководитель практики от профильной организации:

(ФИО)

(должность)

VII. ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ НА ПРОИЗВОДСТВЕННУЮ ПРАКТИКУ

(вид практики)

Студенту: _____ Группа: _____

(Фамилия ИО)

(группа, курс)

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью

Место прохождения практики: _____

(Полное наименование организации, местонахождение)

Задание на практику (заполняется в соответствии с программой практики):

**Сроки
выполнения**

**Планируемые
результаты**

Продолжительность практики: 2 недели

Сроки прохождения практики: с _____ по _____

Руководитель практики:

(ФИО)

(должность)

«Согласовано» -

М.П.

Руководитель практики от профильной организации:

(ФИО)

(должность)

VIII. ДНЕВНИК
прохождения производственной практики
(вид практики)

№ п/п	Содержание выполняемых работ	Сроки выполнения		Заключение и оценка руководителя практики от организации
		Начало	Окончание	
1	2	3	4	5
1				
2				
3				
...				

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

Дата	Характер замечаний и рекомендаций	Ф.И.О. и должность руководителя

IX. ХАРАКТЕРИСТИКА

Студента-практиканта _____
 _____ (фамилия, имя, отчество)
 _____ курса _____ факультета _____ направления
 _____, проходившего производственную практику
 на _____

с « _____ » _____ по « _____ » _____ 201 _____ года

1. Общая оценка:

№	Оцениваемая характеристика	Оценка			
		5	4	3	2
1	Уровень подготовленности студента к прохождению практики				
2	Умение правильно определять и эффективно решать профессиональные задачи				
3	Степень самостоятельности при выполнении заданий по практике				
4	Инициативность				
5	Оценка трудовой дисциплины				
6	Оценка уровня выполнения индивидуальных заданий				

2. Виды и объем выполненных студентом работ, качество выполненных работ:

3. Отношение студента к работе, дисциплинированность:

4. Полученные и проявленные студентом практические навыки и умения, сформированные у студента профессиональные компетенции по направлениям и профилям подготовки, теоретическая подготовка:

5. Оценка прохождения студентом практики в целом (отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно): _____

Заключение о работе студента:

В процессе прохождения _____ практики в период с _____ по _____
 _____ (указать дату) _____ (указать дату)
 студент (ка) _____ проявил(а) себя как _____
 _____ (Ф.И.О.) _____ (перечислить качества)

Кроме того, он(а) принял(а) непосредственное участие в разработке _____
 _____ (перечень разработанных вопросов)

Предоставленный отчет о прохождении _____ практики соответствует предъявляемым требованиям.

Считаю, что результат прохождения практики можно оценить на _____
(указать: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»)

Руководитель практики

МП

(должность) (место печати) (подпись) (Фамилия, имя, отчество полностью)

«_____» _____ 20____ г.

**Х. ОТЗЫВ РУКОВОДИТЕЛЯ ПРАКТИКИ ОТ ЯГПУ
О ВЫПОЛНЕНИИ СТУДЕНТОМ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ
И ПОЛНОТЕ СБОРА МАТЕРИАЛОВ
(с учетом уровня сформированности компетенций)**

Код компетенции	Сформирована	Частично сформирована	Не сформирована
ОК – 7 способность к самоорганизации и самообразованию			
ПК – 1 способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью			
ПК – 2 владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы			
ПК – 3 владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами			
ПК – 4 владение навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)			
ПК – 5 способность реализовывать проекты и владением методами их реализации			
ПК – 6 способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации			
ПК – 7 способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий			
ПК – 8 способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы			
ПК – 9 способность проводить маркетинговые исследования			
ПК – 10 способность организовывать и проводить социологические исследования			
ПК – 11			

владение навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов			
ПК – 12 способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации			
ПК – 13 способность под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия			
ПК – 14 способность реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности			
ПК – 15 владение навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве			
ПК – 16 способность под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы			

Заключение: _____

Оценка пройденной практики руководителем

(уровень подготовки, квалификация, выполнение графика практики, дисциплинированность и т.д.)

Руководитель практики _____ / _____
(подпись) (расшифровка подписи)

« _____ » _____ 20____ г.

КРАТКАЯ ИНСТРУКЦИЯ СТУДЕНТУ-ПРАКТИКАНТУ

1. Перед выходом на практику необходимо:

- 1.10. Получить на кафедре индивидуальные задания, выполняемые в период практики, выяснить сроки практики.
- 1.11. Получить на кафедре консультацию и инструктаж по всем вопросам организации практики, в том числе по технике безопасности.
- 1.12. Составить совместный график прохождения практики с руководителем практики от университета, в котором отражаются следующие мероприятия, например:
 - знакомство со структурой организации и правилами внутреннего распорядка;
 - проведение повторного инструктажа на рабочем месте по соблюдению техники безопасности;
 - прохождение практики в соответствии с программой практики и индивидуальным заданием;
 - подготовка дневника 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. Прибыв на место практики студент-практикант обязан:

- 2.1. Ознакомиться с правилами внутреннего распорядка и техникой безопасности в организации и неуклонно их выполнять.

3. Обязанности студента в период практики:

- 3.1. Ежедневно вести дневник в строгом соответствии с программой практики и индивидуальным заданием (отражаются все виды работ и проводимые исследования);

4. Возвратившись с практики, студент-практикант обязан:

Представить руководителю практики дневник и отчет по практике.

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

Факультет русской филологии и культуры

Кафедра теории коммуникации и рекламы

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью

ОТЧЕТ

о прохождении _____ практики
(наименование практики)

_____ (Ф.И.О. студента)
_____ курса _____ формы обучения, группа _____

Место прохождения практики _____
(указывается полное наименование организации в соответствии с уставом)

Руководитель практики от ЯГПУ им. К.Д. Ушинского

_____ (ученая степень, звание, должность)(подпись) _____ (И.О.Фамилия)

Ярославль – 20____

Оформление отчета о прохождении производственной практики

По результатам практики студент бакалавриата 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.

Для составления, редактирования и оформления отчета студентам отводятся последние 1-2 дня производственной практики.

Кафедрой теории коммуникации и рекламы рекомендуется следующий порядок размещения материала в отчете:

1. ВВЕДЕНИЕ. Во введении необходимо указать цели и задачи практики, место и время прохождения практики.

2. ОСНОВНОЙ РАЗДЕЛ.

В основном разделе в подразделе 2.1 описывается поэтапное выполнение программы производственной практики:

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Кол-во часов
1. Подготовительный этап		
1.1.		
1.2		
и т.д.		
2. Начальный этап		
2.1.		
2.2		
и т.д.		
3. Основной (экспериментальный) этап		
3.1.		
и т.д.		
4. Заключительный этап		
4.1.		
и т.д.		
	Итого:	

В подразделе 2.2 описывается выполнение программы производственной практики.

Поставлены цели студента в отношении своего профессионального развития

Составлен план работы на практике

Выбрана тема научно-исследовательской работы

Проведена работа с литературой по теме исследования

Собраны эмпирические данные

Проведена обработка и интерпретация эмпирических данных

Подготовлен отчет по результатам исследования

Подготовлен доклад с презентацией для выступления на отчетной конференции

Выступление на отчетной конференции

Проведен анализ полученного во время практики образовательного результата

3. ЗАКЛЮЧЕНИЕ (ВЫВОДЫ). В заключении подводятся итоги прохождения практики.

4. ПРИЛОЖЕНИЯ.

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 - полуторный, выравнивание – по ширине. Отступ в первых строках – 10 мм.

Шрифт предпочтительно *TimesNewRoman*. Размер шрифта: для текста – 14, для названия разделов – 15 полужирный, буквы заглавные; для названия подразделов – 15 полужирный, буквы прописные.

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.

Все страницы отчета нумеруют арабскими цифрами внизу страницы по центру.

Сокращения слов, кроме общепринятых, не допускаются.

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

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.

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.

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

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

У Т В Е Р Ж Д А Ю
Проректор по учебной работе
В.П. Завойстый
«_____» _____ 201 г.

Программа производственной практики

Наименование практики:

Б2.П2. Практика по получению профессиональных умений и опыта
профессиональной деятельности (Рынок СМИ)
(шифр и наименование по учебному плану (тип практики))

Способ проведения практики: стационарная

Форма проведения практики: дискретно по периодам

Рекомендуется для направления подготовки:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(шифр и наименование направления)

(профиль «Реклама и связи с общественностью»)

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Разработчики:

доцент кафедры теории
коммуникации и рекламы, к. пед. н.,

О.Л. Цветкова

Утверждено на заседании кафедры теории
коммуникации и рекламы
23 января 2018 г.
Протокол № _____

1. Цели практики:

Цель производственной практики - приобретение студентами практических навыков и компетенций, а также опыта самостоятельной профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.

2. Задачи производственной практики:

Цели практики определяют ее задачи:

- организационно-управленческая:

участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации; осуществление оперативного планирования и оперативного контроля за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью; проведение мероприятий по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок; оценка эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью; участие в формировании эффективных внутренних коммуникаций, создании благоприятного психологического климата в коллективе, мотивация сотрудников на активную деятельность и развитие организации; осуществление работы по повышению квалификации и общего культурного и профессионального уровня сотрудников;

- проектная:

участие в проектировании программ и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, обеспечение средств и методов реализации проектов, участие в организации работы проектных команд; подготовка проектной и сопутствующей документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);

- коммуникационная:

участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными службами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; участие в формировании и поддержании корпоративной культуры; участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований;

- рекламно-информационная:

разработка, подготовка к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;

- рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая:

участие в организации и проведении маркетинговых исследований с целью составления прогноза развития рынка, его емкости и динамики спроса и предпочтений потребителей и разработки мер по повышению конкурентной позиции фирмы, организации, товаров и услуг.

3. Место практики в структуре образовательной программы (ОП):

Студент должен:

Знать:

- виды, средства, формы и методы коммуникаций в рыночной среде, основные функции и приемы менеджмента, основы социологии и психологии
- значение в жизни человека и общества культурных традиций, ценностей и норм;
- основы гуманитарных дисциплин; многообразие культур в их взаимодействии;
- виды, средства, формы и методы коммуникаций в рыночной среде, основные функции и приемы менеджмента, основы социологии и социологических исследований, основы социологии и психологии массовых коммуникаций.

Уметь:

- системно анализировать информацию;
- логически мыслить и вести научные дискуссии;
- работать с разноплановыми источниками информации
- осуществлять эффективный поиск информации и критически оценивать ее релевантность;
- получать, обрабатывать и интерпретировать информацию;
- преобразовывать информацию в знания;
- обосновывать, аргументированно доказывать свою позицию по различным проблемам, связанным с профессиональной деятельностью

- формулировать цели и задачи, выбирать пути их достижения;
- генерировать новые идеи на основе имеющейся информации;
- выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов и реализации коммуникационных кампаний и коммуникационных программ.
- использовать полученные общие знания в профессиональной деятельности и межличностном общении;
- осуществлять профессиональные функции в области рекламы, основываясь на положениях нормативных правовых актов, регламентирующих профессиональную деятельность;
- выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов и реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ.

Владеть способами:

- современного научного познания на стыке гуманитарных, экономических и управленческих дисциплин;
- приемами аргументативного убеждения
- анализа и систематизации информации;
- ориентирования в профессиональных источниках информации (журналы, сайты, информационные порталы и т.д.);
- организации и ведения профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью, основываясь на оценке эффективности маркетинговых процессов;
- способностью к межкультурной и деловой коммуникации в профессиональной сфере;
- методами организации и ведения профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью, основываясь на оценке эффективности маркетинговых процессов;
- методами коммуникации в этнокультурном пространстве.

Практика проводится с отрывом от аудиторных занятий.

Прохождение производственной практики является необходимой основой для освоения курсов, «Бренд-менеджмент», «Социология массовых коммуникаций», а также написания курсовой работы.

4. Место и время проведения производственной практики

Практика проводится на базе предприятий и организаций на основании договора о проведении учебной и производственной практики.

При выборе баз практики необходимо руководствоваться следующими критериями:

- соответствовать профилю подготовки бакалавра;
- располагать квалифицированными кадрами для руководства практикой студента;
- иметь материально-техническую базу с инновационными технологиями.

Практика проводится в течение 2 недель на 3 курсе в 5 семестре. Группы формируются в составе до 15 человек на одного руководителя.

5. Объем производственной практики в зачетных единицах и ее продолжительность в неделях и академических часах

3 зачетные единицы

2 недели

108 академических часов

6. Перечень планируемых результатов прохождения практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы:

Практика направлена на формирование следующих компетенций: ОПК-1, ОПК-4, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-11, ПК-12, ПК-13, ПК-14, ПК-15, ПК-16

КОМПЕТЕНЦИИ		Перечень компонентов	Средств а формиро вания	Средств а оценив ания	Уровни освоения компетенций
Шиф р комп	Формулиров ка				

етенц ии					
Общекультурные компетенции не предусмотрены					
Общепрофессиональные компетенции ОПК-1, ОПК-4					
ОПК-1	способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах	Знать: - основные требования, предъявляемые к специалисту по рекламе и связям с общественностью; - основные положения экономической теории, менеджмента и маркетинга; - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами; - специфику рекламных и PR-обращений в зависимости от канала распространения Уметь: - применять на практике знание основных законов экономической теории, менеджмента и маркетинга для решения профессиональных задач; - аргументированно обсуждать профессиональные проблемы,	- Работа с информационными источниками - Ситуационный анализ - Интерпретация и представление результатов	Зачет с оценкой Дневник практик и Отчет по практикам	Базовый уровень: Знать: - знает базовую терминологию предметной области; основные требования, предъявляемые к специалисту по рекламе и связям с общественностью; основные положения экономической теории, менеджмента и маркетинга; основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами; основную специфику стандартных рекламных и PR-обращений в зависимости от канала распространения, - усвоил основную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины Уметь: - умеет применять на практике знание основных законов экономической теории, менеджмента и маркетинга для решения профессиональных задач; - умеет аргументированно обсуждать основные профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения Владеть: - владеет основными приемами менеджмента и маркетинга; - владеет базовыми навыками работы в команде; - владеет базовыми навыками анализа текста с точки зрения используемых в нем приемов воздействия на аудиторию, - владеет основными навыками создания текста в соответствии с стандартом поставленной задачей Повышенный уровень: Знать: - знает базовую терминологию предметной области; основные требования, предъявляемые к специалисту по рекламе и связям

		давать отзывы, отстаивать свою точку зрения Владеть: - основными приемами менеджмента и маркетинга; - навыками работы в команде; - навыками анализа текста с точки зрения используемых в нем приемов воздействия на аудиторию, -навыками создания текста в соответствии с поставленной задачей			с общественностью; основные положения экономической теории, менеджмента и маркетинга; основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами; ситуативную специфику стандартных и нестандартных рекламных и PR-обращений в зависимости от канала распространения, - усвоил основную и дополнительную литературу, рекомендованную рабочей программой дисциплины Уметь: - умеет применять на практике знание основных законов экономической теории, менеджмента и маркетинга для решения творческих профессиональных задач; - умеет аргументированно обсуждать основные и специфические профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения Владеть: - владеет основными приемами менеджмента и маркетинга; -владеет навыками работы в команде; - владеет навыками анализа текста с точки зрения используемых в нем приемов воздействия на аудиторию, -владеет навыками создания текста в соответствии с стандартно и нестандартно поставленной задачей
ОПК-4	Уметь планировать и готовить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	Знать: - этапы планирования коммуникационные кампании и мероприятия; - методы сбора информации для планирования коммуникационные кампании и мероприятий Уметь:	- Работа с информационным источником - Ситуационный анализ - Интерпретация и	Зачет с оценкой Дневник практик и Отчет по практикам	Базовый уровень: Знать: - знает базовую терминологию предметной области - знает основные этапы планирования коммуникационных кампаний и мероприятий; - знает основные методы сбора информации для планирования стандартных коммуникационных кампаний и мероприятий;

		- осуществлять сбор, анализ и интерпретацию информации, необходимую для проведения коммуникационных кампаний и мероприятия Владеть: - способен осуществлять под контролем проектирование, планирование, подготовку коммуникационных кампаний и мероприятий; - навыками работы в команде	представление результатов		- усвоил основную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины Уметь: осуществлять сбор, анализ и интерпретацию информации, необходимой для проведения стандартных коммуникационных кампаний и мероприятий Владеть: осуществлять под контролем проектирование, планирование, подготовку стандартных коммуникационных кампаний и мероприятий; - способен работать в команде Повышенный уровень: Знать: базовую терминологию предметной области; - знает основные этапы планирования коммуникационных кампаний и мероприятий; - знает основные методы сбора информации для планирования коммуникационных кампаний и мероприятий разных видов; - усвоил основную и дополнительную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины Уметь: - осуществлять сбор, анализ и интерпретацию информации, необходимой для проведения коммуникационных кампаний и мероприятий разных видов Владеть: - способен осуществлять под контролем проектирование, планирование, подготовку коммуникационных кампаний и мероприятий разных видов; - способен работать в команде
Профессиональные компетенции: ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-11, ПК-12, ПК-13, ПК-14, ПК-15, ПК-16					
ПК-1	Способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и	Знать: - методы управления деятельностью организации (рекламных служб и служб по	- Работа с информационными источниками и - Ситуационный анализ	Зачет с оценкой Дневник практик и Отчет по	Базовый уровень: Знать: - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами в сфере рекламы и связей с общественностью

	служб по связям с общественностью фирмы и организации , осуществляют оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельность и по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации , продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью	связям с общественностью); Уметь: - организовывать деятельность малой группы Владеть: - способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным;	- Интерпретация и представление результатов	практик е	- усвоил основную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины Уметь: - по стандартным моделям организовывать деятельность малой группы в сфере рекламы и связей с общественностью Владеть: основными современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение сотрудников в сфере рекламы и связей с общественностью Повышенный уровень: Знать: базовые и ситуативные методы управления деятельностью организации в сфере рекламы и связей с общественностью; Уметь: - по стандартным и оригинальным моделям организовывать деятельность малой группы в сфере рекламы и связей с общественностью Владеть: - способен работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным;
ПК-2	Владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации	Знать: - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами (в своей деятельности)	- Работа с информационными источниками - Ситуационный анализ - Интерпретация и представление результатов	Зачет с оценкой Дневник практик и Отчет по практик е	Базовый уровень: Знать: - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами, Уметь: - формулировать цели и задачи, выбирать типовые пути их достижения; Владеть: - способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную

		и деятельности фирмы) Уметь: - формулировать цели и задачи, выбирать пути их достижения; Владеть: - способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину			компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным Повышенный уровень: Знать: - основные и авторские теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами, Уметь: - формулировать цели и задачи, выбирать ситуативно обусловленные пути их достижения; Владеть: -способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным
ПК-3	Компетенция владеть навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами и	Знать: - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами Уметь: - организовывать деятельность малой группы Владеть: - способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность	- Работа с информационными источниками и - Ситуационный анализ - Интерпретация и представление результатов	Зачет с оценкой Дневник практик и Отчет по практикам	Базовый уровень: Знать: - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами Уметь: - организовывать деятельность малой группы Владеть: -способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным Повышенный уровень: Знать: - основные и авторские теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами Уметь: - организовывать деятельность малой группы

		ть, организованн ость и исполнительс кую дисциплину, быть толерантным			Владеть: -способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным
ПК-4	Владение навыками подготовки проектной документац ии (техничко- экономичес кое обоснование , техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт	Знать: - основные формы проектной документации ; Уметь: - использовать программное обеспечение для решения задач, связанных с проектной деятельность ю Владеть: - навыками подготовки проектной документации	- Работа с информацио нными источникам и - Ситуационн ый анализ - Интерпрета ция и представлен ие результатов	Зачет с оценкой Дневни к практик и Отчет по практик е	Базовый уровень: Знать: - знает основные методы анализа и обработки информации Уметь: - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации для типовой разработки Владеть: - способен разрабатывать на основе типовых документов техничко-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт Повышенный уровень: Знать: - знает основные и специальные методы анализа и обработки информации Уметь: - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации с помощью стандартного и нестандартного программного обеспечения Владеть: навыками подготовки проектной документации
ПК-5	Способност ь реализовыва ть проекты и владеть методами их реализации	Знать: теорию менеджмента и маркетинга, основы бизнес- процессов Уметь: - ставить цели и формулирова ть задачи, связанные с реализацией профессионал	- Работа с информацио нными источникам и - Ситуационн ый анализ - Интерпрета ция и представлен ие результатов	Зачет с оценкой Дневни к практик и Отчет по практик е	Базовый уровень: Знать: - основные положения теории менеджмента и маркетинга, основы бизнес-процессов; Уметь: - ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций по управлению типовыми проектами Владеть: методами реализации основных управленческих функций (принятие управленческого

		ьных функций по управлению проектами Владеть: - методами реализации основных управленческих функций (принятие управленческого решения, организация, мотивация и контроль)			решения, организация, мотивация и контроль) в типовом проекте; Повышенный уровень: Знать: - основные положения теории менеджмента и маркетинга, основы бизнес-процессов; Уметь: - ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций по управлению типовыми проектами Владеть: методами реализации основных управленческих функций (принятие управленческого решения, организация, мотивация и контроль) в типовом проекте;
ПК-6	Способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внешней и внутренней коммуникации	Знать: структуру внутренних коммуникаций организации и их роль в создании имиджа фирмы Уметь: вычленять структурные компоненты внутренних коммуникаций компании Владеть: - навыками анализа состояния внутренних коммуникаций компании,	- Работа с информационными источниками - Ситуационный анализ - Интерпретация и представление результатов	Зачет с оценкой Дневник практик и Отчет по практикам	Базовый уровень: Знать: - структуру основных внутренних коммуникаций организации и их роль в создании имиджа фирмы Уметь: вычленять основные структурные компоненты внутренних коммуникаций компании, Владеть: - на базовом уровне навыками анализа состояния внутренних коммуникаций компании, Повышенный уровень: Знать: - структуру основных внутренних коммуникаций организации и их роль в создании имиджа фирмы Уметь: вычленять основные структурные компоненты внутренних коммуникаций компании, Владеть: - на базовом уровне навыками анализа состояния внутренних коммуникаций компании,

ПК-7	Способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	Знать: - этапы планирования, организации и контроля коммуникационных кампаний и мероприятий; Уметь: - осуществлять сбор, анализ и интерпретацию информации, необходимую для проведения, организации и контроля коммуникационных кампаний и мероприятий Владеть: - способен принимать участие в проектировании, планировании, подготовке и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий	- Работа с информационными источниками - Ситуационный анализ - Интерпретация и представление результатов	Зачет с оценкой Дневник практик и Отчет по практикам	Базовый уровень: Знать: - знает основные этапы планирования, организации и контроля коммуникационных кампаний и мероприятий; Уметь: - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандартной коммуникационной кампании и мероприятия; Повышенный уровень: Знать: - знает основные этапы планирования, организации и контроля коммуникационных кампаний и мероприятий; Уметь: - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандартной коммуникационной кампании и мероприятия;
ПК-8	Способность организовывать подготовку к выпуску, производству и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в	Знать: основы культуры речи Уметь: грамотно с точки зрения культуры речи оформлять тексты на русском языке. Владеть: - основными методами логической обработки информации;	- Работа с информационными источниками - Ситуационный анализ - Интерпретация и представление результатов	Зачет с оценкой Дневник практик и Отчет по практикам	Базовый уровень: Знать: - основы культуры речи; Уметь: - умеет реализовывать основные коммуникативные намерения; логично рассуждать, грамотно структурировать высказывание; Владеть: - владеет основными методами логической обработки информации; Повышенный уровень: Знать: - основы культуры речи; Уметь: - умеет реализовывать основные коммуникативные намерения;

	рамках традиционных и современных средств рекламы				логично рассуждать, грамотно структурировать высказывание; Владеть: - владеет основными методами логической обработки информации;
ПК-9	Способность проводить маркетинговые исследования	Знать: методы анализа и обработки информации Уметь: осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации Владеть: - способен разрабатывать планы, программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации;	- Работа с информационными источниками и - Ситуационный анализ - Интерпретация и представление результатов	Зачет с оценкой Дневник практик и Отчет по практикам	Базовый уровень: Знать: - знает основные методы анализа и обработки информации Уметь: - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандартного маркетингового исследования Владеть: - способен осуществлять типовые консультационные работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций Повышенный уровень: Знать: - знает основные методы анализа и обработки информации Уметь: - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандартного маркетингового исследования Владеть: - способен осуществлять типовые консультационные работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций
ПК-10	Способность организовывать и проводить социологические исследования	Знать: основные методы исследований Уметь: осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации	- Работа с информационными источниками	Зачет с оценкой Дневник практик и	Базовый уровень: Знать: - знает базовую терминологию предметной области Уметь:

	ские исследования	- осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации Владеть: - способен осуществлять консультационные работы по вопросам рыночных и социальных исследований , планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций	- Ситуационный анализ - Интерпретация и представление результатов	Отчет по практике	- умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандартного социологического исследования Владеть: - способен осуществлять типовые консультационные работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций Повышенный уровень: Знать: - знает базовую терминологию предметной области Уметь: - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандартного социологического исследования Владеть: - способен осуществлять типовые консультационные работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций
ПК-11	Владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов	Знать: - требования к написанию аналитических справок, обзоров и прогнозов; Уметь: - делать презентацию аналитических справок, обзоров; Владеть: - навыками подготовки аналитических справок,	- Работа с информационными источниками - Ситуационный анализ - Интерпретация и представление результатов	Зачет с оценкой Дневник практики и Отчет по практике	Базовый уровень: Знать: - формы и способы представления аналитических справок, обзоров и прогнозов; Уметь: - делать презентацию аналитических справок, обзоров; Владеть: - способен осуществлять типовые консультационные работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций

		обзоров и прогнозов.			Повышенный уровень: Знать: - формы и способы представления аналитических справок, обзоров и прогнозов; Уметь: - делать презентацию аналитических справок, обзоров; Владеть: - способен осуществлять типовые консультационные работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций
ПК-12	Способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации	Знать: - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации; Уметь: - аргументированно обсуждать профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения	- Работа с информационными источниками - Ситуационный анализ - Интерпретация и представление результатов	Зачет с оценкой Дневник практик и Отчет по практике	Базовый уровень: Знать: - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации; Уметь: - умеет аргументированно обсуждать основные профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения Владеть: - владеет базовыми навыками работы в команде в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации; Повышенный уровень: Знать: - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;

		Владеть: - навыками работы в команде в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации			Уметь: - умеет аргументированно обсуждать основные профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения Владеть: -владеет базовыми навыками работы в команде в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;
ПК-13	Способность под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия	Знать: - этапы планирования рекламных кампаний и мероприятий; Уметь: - осуществлять сбор, анализ и интерпретацию информации, необходимую для проведения рекламных кампаний и мероприятий Владеть: - навыками работы в команде при проведении рекламных кампаний и мероприятий	- Работа с информационными источниками - Ситуационный анализ - Интерпретация и представление результатов	Зачет с оценкой Дневник практик и Отчет по практике	Базовый уровень: Знать: - знает основные методы сбора информации для планирования стандартных рекламных кампаний и мероприятий; Уметь: - умеет осуществлять сбор, анализ и интерпретацию информации, необходимой для проведения стандартных рекламных кампаний и мероприятий Владеть: - способен работать в команде при проведении рекламных кампаний и мероприятий Повышенный уровень: Знать: - знает основные методы сбора информации для планирования стандартных рекламных кампаний и мероприятий; Уметь: - умеет осуществлять сбор, анализ и интерпретацию информации, необходимой для проведения стандартных рекламных кампаний и мероприятий Владеть: - способен работать в команде при проведении рекламных кампаний и мероприятий
ПК-14	Способность реализовывать знания в области рекламы как сферы	Знать: - основные положения экономической теории, менеджмента и маркетинга;	- Работа с информационными источниками	Зачет с оценкой Дневник практик и	Базовый уровень: Знать: основные положения экономической теории, менеджмента и маркетинга; основные теории и концепции взаимодействия людей в

	профессиональной деятельности	Уметь: - применять на практике знание основных законов экономической теории, менеджмента и маркетинга для решения профессиональных задач; Владеть: - основными приемами менеджмента и маркетинга;	- Ситуационный анализ - Интерпретация и представление результатов	Отчет по практике	организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами; Уметь: - умеет аргументированно обсуждать основные профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения Владеть: - владеет основными приемами менеджмента и маркетинга; Повышенный уровень: Знать: основные положения экономической теории, менеджмента и маркетинга; основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами; Уметь: - умеет аргументированно обсуждать основные профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения Владеть: - владеет основными приемами менеджмента и маркетинга;
ПК-15	Владение навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве	Знать: - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации (отдел рекламы, маркетинговый отдел, рекламное агентство), в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами Уметь: - организовывать	- Работа с информационными источниками - Ситуационный анализ - Интерпретация и представление результатов	Зачет с оценкой Дневник практик и Отчет по практике	Базовый уровень: Знать: - знает основные теории и концепции взаимодействия людей в организации (отдел рекламы, маркетинговый отдел, рекламное агентство), в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами Уметь: - организовывать деятельность малой группы Владеть: - способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным;

		деятельность малой группы Владеть: - способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным;			Повышенный уровень: Знать: - знает основные теории и концепции взаимодействия людей в организации (отдел рекламы, маркетинговый отдел, рекламное агентство), в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами Уметь: - организовывать деятельность малой группы Владеть: - способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным;
ПК-16	Способность под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производству и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы	Знать: - специфику рекламных и PR-обращений в зависимости от канала распространения, Уметь: - осуществлять выбор компьютерной программы для создания рекламного продукта в зависимости от его специфики производства и распространения Владеть: - практическим и навыками ведения проектов,	- Работа с информацией источниками - Ситуационный анализ - Интерпретация и представление результатов	Зачет с оценкой Дневник практик и Отчет по практикам	Базовый уровень: Знать: - знает базовую терминологию предметной области; Уметь: - умеет реализовывать основные коммуникативные намерения; логично рассуждать, грамотно структурировать высказывание; Владеть: - владеет основными методами логической обработки информации; Повышенный уровень: Знать: - знает базовую терминологию предметной области; Уметь: - умеет реализовывать основные коммуникативные намерения; логично рассуждать, грамотно структурировать высказывание; Владеть: - владеет методами логической обработки информации;

		связанных с разработкой рекламного продукта			

* описание оценочных средств находится в разделе «Фонд оценочных средств» образовательной программы

7. Содержание практики

7.1. Общая трудоемкость производственной практики составляет 3 зачетные единицы. Организуется в 5 семестре, продолжительность – 2 недели, 108 часов

№ п/п	Разделы (этапы) и содержание практики*	Общая трудоемкость		Формы текущего контроля
		Зач. ед.	Часы	
1.	Подготовительный 1. Посещение установочной конференции, 2. Знакомство с содержанием практики и заданиями, отчетной документацией 3. Инструктаж по технике безопасности 4. Составление плана работы на практике. 5. Согласование перечня индивидуальных заданий.	0,25	9	- установочная конференция в образовательном учреждении или вузе - анализ плана работы на практику, составленного студентом - проверка документов, подготовленных студентом к практике - отметка в дневнике практики - наличие и выполнение ежедневного плана работы, заверенного подписью сотрудника организации, к которому прикреплен практикант
2.	Основной. Выбор и реализация методов, технологий, используемых на практике	1,25	45	- присутствие на промежуточных консультациях с руководителем практики от ВУЗа - наличие и выполнение ежедневного плана работы, заверенного подписью сотрудника организации, к которому прикреплен практикант - присутствие на промежуточных консультациях с групповым руководителем практики - наличие и выполнение ежедневного плана работы, заверенного подписью педагога, к которому прикреплен практикант
3.	Аналитический	1,25	45	- отчет по результатам проведенной диагностики, целеполагания, планирования деятельности организации

				- присутствие на промежуточных консультациях с руководителем практики от ВУЗа - наличие и выполнение ежедневного плана работы, заверенного подписью сотрудника организации, к которому прикреплен практикант - присутствие на промежуточных консультациях с групповым руководителем практики - наличие и выполнение ежедневного плана работы, заверенного подписью педагога, к которому прикреплен практикант
4.	Заключительный Интерпретация полученных результатов, подготовка отчета по практике	0,25	9	- отчет по результатам выполнения плана - отчет о результатах посещения мероприятий и занятий, проведенных другими студентами - наличие и выполнение ежедневного плана работы, заверенного подписью сотрудника организации, к которому прикреплен практикант - представление отчетной документации - участие в заключительной конференции на база практики и в ВУЗе

7.2. Индивидуальные задания, выполняемые студентом в период практики

№ п/п	Этап практики	Задания, выполняемые студентом
1.	Подготовительный	- Составление плана работы на практику
2.	Основной	Изучение базы практики: 1. Составить организационно - экономическую характеристику организации 2. Проанализировать маркетинговую среду организации 3. Изучить деятельность службы маркетинга и рекламы 4. Проанализировать комплекс маркетинговых коммуникаций организации

		5. Провести диагностику рекламной деятельности организации
3.	Аналитический	1. Обработка, систематизация и анализ полученной информации проводится по следующим направлениям: Организация и направления деятельности рекламного агентства (РА)/отдела маркетинга в сфере рекламного бизнеса. 2. Проанализировать информационное обеспечение рекламной деятельности. 3. Анализ и оценка основных показателей деятельности рекламного агентства или отдела маркетинга, их динамика, структура за последних 3 года.
4.	Заключительный	1. Подготовка доклада на итоговую конференцию в вузе 2. Подготовка итоговой презентации

8. Формы отчетности по практике

1. Дневник практики (приложение 1).
2. Отчет по практике (приложение 2)

9. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике

Шифр компетенции ОПК-1	Формулировка способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине
Базовый уровень			
Знает основные принципы функционирования рекламного рынка, основные принципы работы организации, специфику создания рекламных обращений. Может применить их на практике	- знает базовую терминологию предметной области; основные требования, предъявляемые к специалисту по рекламе и связям с общественностью; основные положения экономической теории, менеджмента и маркетинга; основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами; основную специфику стандартных рекламных и PR-обращений в зависимости от канала распространения, - усвоил основную литературу	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	- умеет применять на практике знание основных законов экономической теории, менеджмента и маркетинга для решения профессиональных задач;	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта

	- умеет аргументированно обсуждать основные профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения		
	- владеет основными приемами менеджмента и маркетинга; -владеет базовыми навыками работы в команде; - владеет базовыми навыками анализа текста с точки зрения используемых в нем приемов воздействия на аудиторию, -владеет основными навыками создания текста в соответствии с стандартно поставленной задачей	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
Повышенный уровень			
Знает основные принципы функционирования рекламного рынка, основные принципы работы организации, специфику создания рекламных обращений. Понимает значение профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью, постоянно применяет их в своей практике	- знает базовую терминологию предметной области; основные требования, предъявляемые к специалисту по рекламе и связям с общественностью; основные положения экономической теории, менеджмента и маркетинга; основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами; ситуативную специфику стандартных и нестандартных рекламных и PR-обращений в зависимости от канала распространения, - усвоил основную и дополнительную литературу	Зачет Экзамен	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	- умеет применять на практике знание основных законов экономической теории, менеджмента и маркетинга для решения творческих профессиональных задач; - умеет аргументированно обсуждать основные и специфические профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Владеть - основными приемами менеджмента и маркетинга; -владеет навыками работы в команде; - навыками анализа текста с точки зрения используемых в нем приемов воздействия на аудиторию,	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта

	- навыками создания текста в соответствии с стандартно и нестандартно поставленной задачей		
Шифр компетенции	Формулировка		
ОПК-4	Уметь планировать и готовить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	
Базовый уровень			
Знает основные принципы планирования и подготовки коммуникационных кампаний и мероприятий. Может под контролем планировать и готовить коммуникационные кампании и мероприятия	Базовый уровень: Знать: - знает базовую терминологию предметной области - знает основные этапы планирования коммуникационных кампаний и мероприятий; - знает основные методы сбора информации для планирования стандартных коммуникационных кампаний и мероприятий; - усвоил основную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Уметь: - осуществлять сбор, анализ и интерпретацию информации, необходимую для проведения коммуникационных кампаний и мероприятия	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Владеть: осуществлять под контролем проектирование, планирование, подготовку стандартных коммуникационных	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
Повышенный уровень			
Знает основные принципы планирования и подготовки коммуникационных кампаний и мероприятий. Может под контролем планировать и готовить коммуникационные кампании и мероприятия	Знать: базовую терминологию предметной области; - знает основные этапы планирования коммуникационных кампаний и мероприятий; - знает основные методы сбора информации для планирования коммуникационных кампаний и мероприятий разных видов; - усвоил основную и дополнительную литературу,	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта

	рекомендованную, рабочей программой		
	Уметь: - осуществлять сбор, анализ и интерпретацию информации, необходимой для проведения коммуникационных кампаний и мероприятий разных видов	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Владеть: - способен осуществлять под контролем проектирование, планирование, подготовку коммуникационных кампаний и мероприятий разных видов; - способен работать в команде	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
Шифр компетенции	Формулировка		
ПК-1	Способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по практике
Базовый уровень			
Знает основные методы управления деятельностью организации в сфере рекламы и связей с общественностью. Может применить их на практике	Знать: - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами в сфере рекламы и связей с общественностью - усвоил основную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Уметь: - по стандартным моделям организовывать деятельность	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта

	малой группы в сфере рекламы и связей с общественностью		
	Владеть: основными современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение сотрудников в сфере рекламы и связей с общественностью	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
Повышенный уровень			
Знает основные и уникальные методы управления деятельностью организации в сфере рекламы и связей с общественностью. Понимает необходимость использования основных и оригинальных методов управления деятельностью организации в зависимости от жизненного цикла организации. Регулярно демонстрирует умение применять их на практике.	Знать: базовые и ситуативные методы управления деятельностью организации в сфере рекламы и связей с общественностью;	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Уметь: - по стандартным и оригинальным моделям организовывать деятельность малой группы в сфере рекламы и связей с общественностью	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Владеть: -способен работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным;	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
Шифр компетенции	Формулировка		

ПК-2	Владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по практике
Базовый уровень			
Знает основные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений и методы управления деятельностью организации . Может применить их на практике	Знать: - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами,	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Уметь: - формулировать цели и задачи, выбирать типовые пути их достижения;	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Владеть: -способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
Знает основные и уникальные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений основные и уникальные методы управления деятельностью организации Понимает значение основных теорий и концепций взаимодействия людей в организации , постоянно использует разнообразные методы управления деятельностью организации в своей практике	Знать: - основные и авторские теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами,	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта

	Уметь: - формулировать цели и задачи, выбирать ситуативно обусловленные пути их достижения;	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Владеть: -способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
Шифр компетенции	Формулировка		
ПК-3	Компетенция владеть навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по практике
Базовый уровень			
Знает основные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений и методы управления деятельностью малой организации. Может применить их на практике	Знать: - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Уметь: - организовывать деятельность малой группы	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Владеть: -способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта

	дисциплину, быть толерантным		
Знает основные и уникальные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений основные и уникальные методы управления деятельностью малой организации Понимает значение основных теорий и концепций взаимодействия людей в организации, постоянно использует разнообразные методы управления деятельностью организации в своей практике	Знать: - основные и авторские теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Уметь: - организовывать деятельность малой группы	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Владеть: -способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
Шифр компетенции	Формулировка		
ПК-4	Владение навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по практике
Базовый уровень			
Базовый уровень Знает основные формы проектной документации; требования к проектной документации; формы и способы представления проектной документации, Может использовать их на практике	Знать: - формы и способы представления проектной документации;	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта

	Уметь: - использовать программное обеспечение для решения задач, связанных с проектной деятельностью;	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Владеть: - навыками подготовки проектной документации	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
Повышенный уровень Знает основные формы проектной документации и требования к ним, понимает значение проектной документации в производственной деятельности, постоянно использует их в своей практике	Знать: - основные направления, проблемы, теории и методы современных маркетинга, менеджмента, проектного менеджмента	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Уметь: - применять на практике аналитические методы, связанные с принятием решения по проекту	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Владеть: - методами реализации основных управленческих функций (принятие управленческого решения, организация, мотивация и контроль)	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
Шифр компетенции			
ПК-5	Способность реализовывать проекты и владеть методами их реализации		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	
Базовый уровень: Знает основные принципы организации и проведения	Знать: - основные направления,	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике

проектной деятельности. Может применить их на практике	проблемы, теории и методы современных маркетинга, менеджмента		Характеристика студента-практиканта
	Уметь: - ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций по управлению проектами	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Владеть: - методами реализации основных управленческих функций (принятие управленческого решения, организация, мотивация и контроль)	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
Повышенный уровень			
Знает основные принципы организации и проведения проектной деятельности. Понимает значение проектной деятельности в современных рыночных условиях, постоянно участвует в проектной деятельности и способен руководить проектами	Знать: - основные положения теории менеджмента и маркетинга, основы бизнес-процессов;	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Уметь: - применять на практике аналитические методы, связанные с принятием решения по типовому и уникальному проекту	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Владеть - методами реализации основных управленческих функций (принятие управленческого решения, организация, мотивация и	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта

	контроль) в типовом и уникальном проекте;		
Шифр компетенции	Формулировка		
ПК-6	Способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внешней и внутренней коммуникации		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по практике
Базовый уровень			
Знает структуру основных внутренних коммуникаций организации, систему базовой мотивации сотрудников и их роль в создании имиджа фирмы. Может применить их на практике	Знать: - структуру основных внутренних коммуникаций организации и их роль в создании имиджа фирмы	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Уметь: вычленять основные структурные компоненты внутренних коммуникаций компании,	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Владеть: - на базовом уровне навыками анализа состояния внутренних коммуникаций компании,	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
Знает структуру основных и оригинальных внутренних коммуникаций организации, систему базовой и ситуативной мотивации сотрудников и их роль в создании имиджа фирмы. Понимает значение внутренних коммуникаций в формировании имиджа компании, постоянно использует разнообразные виды мотивации членов организации в своей практике	Знать: - структуру основных внутренних коммуникаций организации и их роль в создании имиджа фирмы	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Уметь:	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике

	вычленять основные структурные компоненты внутренних коммуникаций компании,		Характеристика студента-практиканта
	Владеть: - на базовом уровне навыками анализа состояния внутренних коммуникаций компании,	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
Шифр компетенции	Формулировка		
ПК-7	Способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по практике
Базовый уровень			
Знает основные этапы планирования, организации и контроля коммуникационных кампаний и мероприятий; типовые методы сбора информации для планирования, организации и контроля коммуникационные кампании и мероприятий Может применить их на практике	Базовый уровень: Знать: - знает основные этапы планирования, организации и контроля коммуникационных кампаний и мероприятий;	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Уметь: - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандартной коммуникационной кампании и мероприятия;	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
Повышенный уровень			
Знает основные этапы планирования, организации и контроля коммуникационных кампаний и мероприятий;	Знать: - знает основные этапы планирования, организации и	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта

типовые и специальные методы сбора информации для планирования коммуникационные кампании и мероприятий Понимает значение планирования, организации и контроля в производственной деятельности, постоянно использует их в своей практике	контроля коммуникационных кампаний и мероприятий;		
	Уметь: - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандартной коммуникационной кампании и мероприятия;	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Формулировка		
ПК-8	Способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы		
	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по практике
Базовый уровень			
Знает основные принципы производства, подготовки к выпуску и распространения рекламной продукции в рамках традиционных средств рекламы. Может применить их на практике	Знать: - основы культуры речи;	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Уметь: - умеет реализовывать основные коммуникативные намерения; логично рассуждать, грамотно структурировать высказывание;	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Владеть: - владеет основными	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике

	методами логической обработки информации;		Характеристика студента-практиканта
Повышенный уровень			
Знает основные принципы производства, подготовки к выпуску и распространения рекламной продукции в рамках современных средств рекламы. Понимает значение всех этапов производства и распространения рекламной продукции, целесообразно использует их в своей практике	Знать: - основы культуры речи;	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Уметь: - умеет реализовывать основные коммуникативные намерения; логично рассуждать, грамотно структурировать высказывание;	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Владеть: - владеет основными методами логической обработки информации;	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
Шифр компетенции	Формулировка		
ПК-9	Способность проводить маркетинговые исследования		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по практике
Базовый уровень			
Знает основные принципы организации и проведения маркетинговых исследований. Может применить их на практике	Знать: - знает основные методы анализа и обработки информации	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Уметь: - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта

	информации стандартного маркетингового исследования		
	Владеть: - способен осуществлять типовые консультационные работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента- практиканта
Повышенный уровень			
Знает основные принципы организации и проведения маркетинговых исследований. Понимает значение маркетинговых исследований в рыночной ситуации, постоянно использует их в своей практике	Знать: - знает основные методы анализа и обработки информации	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента- практиканта
	Уметь: - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандартного маркетингового исследования	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента- практиканта
	Владеть: - способен осуществлять типовые консультационные работы по вопросам	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента- практиканта

	рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций		
Шифр компетенции	Формулировка		
ПК-10	Способность организовывать и проводить социологические исследования		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по практике
Базовый уровень			
Знает основные принципы организации и проведения социологических исследований. Может применить их на практике	Знать: основные методы анализа и обработки информации	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	- умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандартного социологического исследования	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	- способен разрабатывать стандартные планы, программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации;	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
Повышенный уровень			
Знает основные принципы организации и проведения маркетинговых исследований.	- знает методику планирования и организации стандартного и нестандартного	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта

Понимает значение маркетинговых исследований в рыночной ситуации, постоянно использует их в своей практике	социологического исследования - знает основные методы анализа и обработки информации		
	- умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандартного и нестандартного социологического исследования	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	- способен осуществлять типовые и ситуативные консультационные работы по вопросам социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
Шифр компетенции	Формулировка		
ПК-11	Владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по практике
Базовый уровень			
Знает основные принципы организации и проведения социологических исследований. Может применить их на практике	- формы и способы представления аналитических справок, обзоров и прогнозов;	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	- составлять аналитические справки, обзоры; - умеет осуществлять сбор	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта

	и обработку первичной и вторичной информации стандартного социологического исследования		
	- способен осуществлять типовые консультационные работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента- практиканта
Повышенный уровень			
Знает основные принципы организации и проведения социологических исследований. Понимает значение социологических исследований в рыночной ситуации, постоянно использует их в своей практике	- знает основные методы анализа и обработки информации	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента- практиканта
	- умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандартного и нестандартного социологического исследования	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента- практиканта
	- способен осуществлять типовые и ситуативные	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента- практиканта

	консультационные работы по вопросам социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций		
Шифр компетенции	Формулировка		
ПК-12	Способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по практике
Базовый уровень			
Знает основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации	Знать: - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Уметь: - умеет аргументированно обсуждать основные профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта

	Владеть: -владеет базовыми навыками работы в команде в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
Повышенный уровень			
Знает основные принципы функционирования рекламного рынка, основные принципы работы организации, специфику создания рекламных обращений. Понимает значение профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью, постоянно применяет их в своей практике в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации	Знать: - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Уметь: - умеет аргументированно обсуждать основные профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Владеть: -владеет базовыми навыками работы в команде в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
Шифр компетенции	Формулировка		
ПК-13	Способность под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия		

Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по практике
Базовый уровень			
Знает основные принципы планирования и подготовки рекламных кампаний и мероприятий. Может под контролем планировать и готовить рекламных кампаний и мероприятия	Знать: - знает основные методы сбора информации для планирования стандартных рекламных кампаний и мероприятий;	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Уметь: - умеет осуществлять сбор, анализ и интерпретацию информации, необходимой для проведения стандартных рекламных кампаний и мероприятий	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Владеть: - способен работать в команде при проведении рекламных кампаний и мероприятий	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
Знает основные принципы планирования и подготовки рекламных кампаний и мероприятий. Понимает значение грамотного планирования для подготовки рекламных кампаний и мероприятий, способен выбирать методы сбора информации и решения поставленных задач. Имеет практический опыт планирования мероприятий под контролем преподавателя (руководителя).	Знать: - знает основные методы сбора информации для планирования стандартных рекламных кампаний и мероприятий;	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Уметь:	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике

	- умеет осуществлять сбор, анализ и интерпретацию информации, необходимой для проведения стандартных рекламных кампаний и мероприятий		Характеристика студента-практиканта
	Владеть: - способен работать в команде при проведении рекламных кампаний и мероприятий	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
Шифр компетенции	Формулировка		
ПК-14	Способность реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по практике
Базовый уровень			
Знает основные принципы функционирования рекламного рынка, основные принципы работы организации, специфику создания рекламных обращений. Может применить их на практике	Знать: основные положения экономической теории, менеджмента и маркетинга; основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами;	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Уметь: - умеет аргументированно обсуждать основные профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта

	Владеть: - владеет основными приемами менеджмента и маркетинга;	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
Повышенный уровень			
Знает основные принципы функционирования рекламного рынка, основные принципы работы организации, специфику создания рекламных обращений. Понимает значение профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью, постоянно применяет их в своей практике	Знать: основные положения экономической теории, менеджмента и маркетинга; основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами;	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Уметь: - умеет аргументированно обсуждать основные профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Владеть: - владеет основными приемами менеджмента и маркетинга;	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
Шифр компетенции	Формулировка		
ПК-15	Владение навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по практике
Базовый уровень			
Знает основные принципы функционирования рекламного рынка, основные	Знать: - знает основные теории и	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике

принципы работы организации, специфику создания рекламных обращений. Может применить их на практике	концепции взаимодействия людей в организации (отдел рекламы, маркетинговый отдел, рекламное агентство), в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами		Характеристика студента-практиканта
	Уметь: - организовывать деятельность малой группы	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Владеть: -способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным;	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
Повышенный уровень			
Знает основные принципы функционирования рекламного рынка, основные принципы работы организации, специфику создания рекламных обращений. Понимает значение профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью, постоянно применяет их в своей практике	Знать: - знает основные теории и концепции взаимодействия людей в организации (отдел рекламы, маркетинговый отдел, рекламное агентство), в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Уметь:	Зачет с оценкой	Дневник практики

	- организовывать деятельность малой группы		Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Владеть: -способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным;	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
Шифр компетенции	Формулировка		
ПК-16	Способность под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по практике
Базовый уровень			
Знает основные принципы разработки и реализации организационно-управленческих решений; Может применить их на практике	Знать: - знает базовую терминологию предметной области;	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Уметь: - умеет реализовывать основные коммуникативные намерения; логично рассуждать, грамотно структурировать высказывание;	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Владеть: - владеет основными методами логической обработки информации;	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
Повышенный уровень			

Знает основные принципы разработки и реализации организационно-управленческих решений; Понимает значение принятия организационно-управленческих решений в производственной ситуации, постоянно использует их в своей практике	Знать: - знает базовую терминологию предметной области;	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Уметь: - умеет реализовывать основные коммуникативные намерения; логично рассуждать, грамотно структурировать высказывание;	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
	Владеть: - владеет методами логической обработки информации;	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике Характеристика студента-практиканта
Требования к проведению промежуточной аттестации по практике:			
11. Выполнение плана практики. 12. Выполнение индивидуальных заданий. 13. Оформление дневника и отчета по практике и представление на кафедру в течение первой недели после окончания практики. 4.Выступление с докладом и презентацией на итоговой конференции.			
Критерии оценки результатов прохождения студентом промежуточной аттестации:			
«отлично»	Студент демонстрирует полное понимание проблемы, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач. Студент своевременно выполнил весь объем работы, предусмотренный программой практики, показал глубокую теоретическую, методическую подготовку, владение методами анализа внешней и внутренней среды, ответственно и с интересом относился к своей работе, грамотно, в соответствии с требованиями сделал анализ своей работы. Проявляет высокий интерес к профессионально-ориентированным информационным источникам. Продemonстрирована высокая степень готовности к профессиональной деятельности.		
«хорошо»	Студент демонстрирует понимание проблемы, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками решения практических задач. Студент демонстрирует достаточно полные знания профессионально-прикладных и методических вопросов в объеме программы практики, полностью выполнил программу, но допустил незначительные ошибки при выполнении заданий. Проявляет интерес к профессионально-ориентированным информационным источникам. Продemonстрирована готовность к профессиональной деятельности.		

«удовлетворительно»	Студент демонстрирует частичное понимание проблемы, имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей. владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач. Студент своевременно выполнил не весь объем работы, предусмотренный программой практики, показал фрагментарную теоретическую, методическую подготовку, владение методами анализа внешней и внутренней среды, формально относился к своей работе, грамотно, в соответствии с требованиями сделал анализ своей работы. Продемонстрирована невысокая степень готовности к профессиональной деятельности.
«неудовлетворительно»	Студент владеет фрагментарными знаниями и не умеет применять их на практике, не выполнил программу практики, не получил положительной характеристики, не проявил инициативу, не предоставил рабочие материалы. Необходимые профессиональные знания, умения, компетенции не проявляются.

10. Перечень учебной литературы и ресурсов сети «Интернет, необходимых для проведения практики

Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины

а) основная литература

- Колышкина Т.Б. Проблемы понимания текстов массовой коммуникации: монография / Т.Б. Колышкина, Е.В. Маркова, И.В. Шустина - Ярославль: Изд-во ЯГПУ, 2011. - 158 с.: ил.
- Цветкова О.Л. Общество потребления: система и человек: монография. - Ярославль: Изд-во ЯГПУ, 2013. - 274 с.

б) дополнительная литература

- Филатова О.Г. Социология массовой коммуникации: учебное пособие. – М.: Гардарики, 2006. – 303 с. (Гриф МО РФ)
- Федотова Л.Н. Социология рекламной деятельности. – М.: Оникс, 2007. Гриф УМО.
- Березкина О.П. Социально-психологическое воздействие СМИ. - М.: Академия, 2009. – 240 с.
- Николайшвили Г. Г. Социальная реклама: Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по спец. "Связи с общественностью" и "Реклама". - М.: Аспект Пресс, 2008. - 16 экз.

Нормативные документы:

1. Закон РФ «О СМИ».

О защите прав потребителей: Закон РФ в ред. 1996 г.

в) ресурсы сети «Интернет»:

Электронная база данных библиотеки ЯГПУ. – Режим доступа:
http://lib.yspu.org/buki_web/bk_webmain.asp

- <http://www.europemedia.net>
- <http://www.ejc.nl>
- <http://www.naa.org>
- <http://www.infonomics.nl>
- <http://www.mediainfo.com>
- <http://www.onlinejournalism.com>
- www.time.com
- www.usa.today.com
- www.abc.com
- www.cbs.com

11. Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных сетей

В процессе организации преддипломной практики руководителями от выпускающей кафедры могут применяться следующие информационные технологии:

- использование дистанционной технологии при обсуждении материалов практики с руководителем;
- использование мультимедийных технологий при выступлении на заключительной конференции;
- использование компьютерных технологий и программных продуктов (MSOffice и др.), необходимых для сбора, систематизации, хранения, представления учебной и научной информации;
- подготовка, конструирование и презентация итогов исследовательской и аналитической деятельности;
- самостоятельный поиск дополнительного учебного и научного материала, с использованием поисковых систем и сайтов сети Интернет, электронных энциклопедий и баз данных;
- использование электронной почты преподавателей и обучающихся для рассылки, переписки и обсуждения возникших учебных проблем во время прохождения практики.

Перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

№ п/п	Название программы/Системы	Описание программы/Системы
	КонсультантПлюс	Справочная правовая система

12. Материально-техническая база, необходимая для проведения практики

№№ пп	Наименование специальных помещений и помещений для организации деятельности производственной практики	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
1	Бытовые помещения, соответствующие действующим санитарным и противопожарным нормам, а также требованиям техники безопасности при проведении учебных и научно-производственных работ	- оборудованные рабочие места: компьютер (с выходом в Интернет), принтер, сканер, ксерокс, мультимедиа, телевизор, CD-проигрыватель, интерактивная доска.

13. Рекомендации по организации самостоятельной работы обучающихся в период практики

Самостоятельная работа обучающихся в период практики составляет 108 часов.

Примерный перечень вопросов для обсуждения на итоговой конференции

31. Удовлетворены ли Вы работой на практике? Если Вы не удовлетворены, то в чем именно?
32. Какие формы работы вызывали трудности в методической и организационной подготовке?
33. По каким направлениям работы сложнее всего было организовать деятельность? Каковы причины данных трудностей?
34. Какие основные методы анализа внешней и внутренней среды организации Вы использовали?
35. Какие проблемы оказались наиболее существенными в процессе практики?
36. Что бы Вы изменили в организации данной педагогической практики?
37. Что Вам лично дала производственная практика?
38. Ваше впечатление о работе организации в целом?
39. Насколько Вы оцениваете свою работу на практике?
40. Ваши пожелания, предложения по улучшению производственной практики?

14. Методические рекомендации

Отчетной документацией по учебной/производственной практике является отчет и дневник студента-практиканта с ежедневными записями о проделанной работе и приложения к дневнику, включающие оформленные задания по практике.

Практические задачи производственной практики

I. СМИ

1. Аналитическая характеристика медиаорганизации (история возникновения и развития, структурно-функциональная характеристика, кадровый состав, материально-техническая база, сфера и масштаб деятельности, проблемно-тематический спектр, жанровые особенности текстов и др.)
2. Основные характеристики медиапродукта.
3. Этапы подготовки к выпуску печатного периодического издания.
4. Основные особенности работы с авторами и аудиторией.
5. Особенности текстов информационно-новостных жанров (хроникальная заметка, информационное сообщение, репортаж, отчёт и др.) на примере конкретного СМИ.
6. Методы работы репортёров, в том числе фоторепортёров.
7. Место современных технологий в работе журналиста.

II. Для организаций и рекламных агентств

1. Организация и направления деятельности рекламного агентства (РА)/отдела маркетинга в сфере рекламного бизнеса.
2. Информационное обеспечение рекламной деятельности.
3. Разработка стратегии деятельности РА/отдела маркетинга
4. Анализ и оценка основных показателей деятельности рекламного агентства или отдела маркетинга, их динамика, структура за последних 3 года.
5. Взаимоотношения между участниками рекламного процесса в анализируемом агентстве/отделе маркетинга.
6. Основы планирования и проведения рекламных кампаний (РК). План рекламной кампании.
7. Маркетинговые исследования в ходе планирования рекламных кампаний, их целесообразность, эффективность..
8. Медиапланирование РК.
9. Бюджет рекламных кампаний
10. Технология изготовления рекламного продукта
11. Оценка экономической эффективности рекламной кампании.

12. Правовое регулирование рекламной деятельности рекламного агентства/отдела

Отчет и итоговый дневник студента по практике хранится на кафедре в течение трех лет.

1. В ходе практики студент составляет итоговый письменный отчет. Цель отчета – показать степень полноты выполнения студентом программы практики. В отчете отражаются итоги деятельности студента во время прохождения практики в соответствии с разделами и позициями, соответствующие расчеты, анализ, обоснования, выводы и предложения.

2. Объем отчета (основной текст) – 25- 30 страниц. Таблицы, схемы, диаграммы, чертежи можно поместить в приложения, в этом случае в основной объем отчета они не входят. Список документов, нормативных и инструктивных материалов и литературы в основной объем отчета не включаются.

3. Отчет о практике должен содержать:

3.1. Титульный лист (по форме университета в год сдачи отчета).

3.2. Оглавление (содержание) отчета.

3.3. Введение (обоснование актуальности практик, формулирование цели и задач, которые студент ставит перед собой на время практики, планируемые результаты).

3.4. Содержание и анализ всех видов деятельности в период практики (согласно заданию по практике). Результаты работы оформляются в виде таблиц, графиков с последующим анализом.

3.5. Дневник практики.

3.6. Заключение (анализ достигнутых результатов).

3.7. Список литературы.

3.8. Приложения (Таблицы, схемы, иллюстрации, фотографии, расчёты, списки нормативных документов, литература).

3.9. Характеристика студента-практиканта, подписанная руководителем организации.

В основной части отчет по практике необходимо отразить следующие позиции:

- общая характеристика места прохождения практики: специализация организации (предприятия) и подразделения (департамента, управления, отдела, цеха), тип организации (тип производства), назначение и характер продукции (услуг, товаров);

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 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 проведенных (практических)

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 о практике представляется руководителю и после проверки защищается на кафедре.

Оформление отчета о практике

Отчет о прохождении практики должен включать:

- **Титульный лист**

Требования к оформлению титульного листа отчета о практике должны соответствовать требованиям, предъявляемым к оформлению титульного листа курсовых работ;

- **Описательную часть прохождения практики, которая состоит из:**

- введения (студент указывает цели и задачи практики в соответствии с программой практики);
- описания места прохождения практики (название и характеристика организации);
- календарного графика прохождения практики (формируется по неделям, с указанием выполняемых студентом задач; составляется в виде таблицы);
- описания выполненных студентом индивидуальных заданий;
- заключения (выводы и предложения по организации практик).

объем описательной части должен составлять 2- 5 страниц формата А 4;

- **Характеристику** (предоставляется на фирменном бланке организации, за подписью ответственного лица, заверенной печатью организации);

- **Материалы, подготовленные во время практики в соответствии с ее видом и задачами:**

4.1. Публикации (размещаются на стандартных листах формата А 4 с указанием названия издания, номером и датой его выхода).

- опубликованные материалы, где указаны настоящие фамилия и имя автора публикации, редакцией не заверяются;
- авторство публикаций без подписи или под псевдонимом подтверждается редакцией в обязательном порядке (ставится подпись ответственного лица, заверенная печатью организации);
- авторство материалов, принятых к публикации, но не опубликованных по независящим от студента причинам подтверждается редакцией в обязательном порядке (ставится подпись ответственного лица, заверенная печатью организации);

4.2. Аудио- и видеоматериалы:

- **Расшифровки радио - и телематериалов** заверяются редакцией, если студент не предоставляет записи сюжетов на аудио или видео-носителях (ставится подпись ответственного лица, заверенная печатью организации);
- **записи аудио - или видеосюжетов** предоставляются на CD или DVD-дисках.

4.3 PR и рекламные материалы (PR-тексты, сценарии, медиа-планы и т.д.) заверяются куратором практики от организации (ставится подпись ответственного лица, заверенная печатью организации);

4.4 Макеты сверстанных полос и рекламных модулей, фотоматериалы, материалы, опубликованные на информационных сайтах заверяются руководителем редакции/организации/Интернет-ресурса (ставится подпись ответственного лица, заверенная печатью организации).

15. Организация практики на заочном отделении

Отличий от практики на дневном отделении в количестве часов, недель и зачетных единиц нет. В качестве баз практики могут быть выбраны места работы студентов, если они соответствуют требованиям, изложенным в пункте 4 (студенты могут пройти производственную практику не в загородных детских оздоровительных лагерях, а в пришкольных лагерях с дневным пребыванием).

16. Особенности организации практики для студентов из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

1. Базы производственной практики для студентов из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и (или) инвалидов подбираются кафедрой с учетом особенностей их психофизического развития, их индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

2. Производственная практика для студентов из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и (или) инвалидов в случае необходимости проводится стационарно (на кафедре).

3. Каждому студенту из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и (или) инвалидов на время прохождения производственной практики в случае необходимости назначается индивидуальный консультант. Студенты из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и (или) инвалиды в зависимости от их индивидуальных возможностей и состояния здоровья могут быть обеспечены пакетом необходимых документов об организации и содержании практики.

4. Содержание практики может быть скорректировано в зависимости от особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья студентов из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и (или) инвалидов.

Приложение 1

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

_____ факультет

Кафедра _____

Форма обучения _____

Курс _____

Группа _____

ДНЕВНИК

прохождения производственной практики (Рынок СМИ)

способ проведения практики: *стационарная*

форма проведения практики: *дискретная по периодам*

на

(в) _____

_____ (наименование организации)

с _____ по _____
(указать дату) (указать дату)

Студент _____
(подпись) (инициалы и фамилия)

Руководитель практики
от организации

_____ МП _____
(должность) (место печати) (подпись) (И.О.Фамилия)

Ярославль-20____

**ФГБОУ ВО «Ярославский государственный педагогический
университет им. К.Д. Ушинского»
(ЯГПУ им. К.Д. Ушинского)**

« ____ » _____ 20__ г.
НАПРАВЛЕНИЕ НА ПРАКТИКУ № _____

Выдано студенту _____
(фамилия, имя, отчество)

направленному в _____

_____ (пункт назначения)

для прохождения *производственной* практики по

срок проведения практики « ____ » _____ 20__ г. по « ____ » _____ 20__ г.

Основание: Приказ № _____ от « ____ » _____ 20__ г.

Руководитель практики:

**ОТМЕТКИ О ПРИБЫТИИ В ПУНКТЫ НАЗНАЧЕНИЯ И
ВЫБЫТИИ ИЗ НИХ:**

Убыл из _____
« ____ » _____ 20__ г.
Печать Подпись

Прибыл _____
« ____ » _____ 20__ г.
Печать Подпись

Прибыл _____
« ____ » _____ 20__ г.
Печать Подпись

Убыл из _____
« ____ » _____ 20__ г.
Печать Подпись

Примечание: отметки о прибытии и выбытии делаются по месту прохождения практики.

I. МЕСТО И СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Студент _____
_____ курса факультета _____
специальность / направление подготовки, профиль (профили)

направляется для прохождения *производственной* практики в:

Объем практики составляет _____ зачетных единиц.

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

Студент обязан представить дневник, *отчет о прохождении практики*, до «_____» _____ 20__ г. и получить зачет с оценкой по практике в соответствии с требованиями формы аттестации результатов практики, установленными учебным планом до «_____» _____ 20__ г.

М.П.

Руководитель практики

«_____» _____ 20__ г

II. РАБОТА СТУДЕНТА В ПРОФИЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Студент _____
прибыл на *производственную* практику в профильную организацию:

« ____ » _____ 20__ г.

Профильная организация расположена по адресу:

Проходит практику в качестве _____
в _____
с « ____ » _____ 20__ г.

Студент закончил прохождение практики « ____ » _____ 20__ г.

М.П. _____ Руководитель практики от профильной организации:

(ФИО)

(должность)

« ____ » _____ 20__ г.

III. ИНСТРУКТАЖ ПО ОХРАНЕ ТРУДА И ТЕХНИКЕ БЕЗОПАСНОСТИ

Характер инструктажа	Дата	Кто проводил инструктаж	Подпись студента
Водный инструктаж			
Повторный инструктаж на рабочем месте			

Руководитель практики от ЯГПУ:

Руководитель практики от
профильной организации:

(ФИО, подпись)

(ФИО, подпись)

(Должность)

(Должность)

Студент _____ (ФИО) _____ (подпись)

IV. ОБЯЗАННОСТИ СТУДЕНТА НА ПРАКТИКЕ

44. Полностью пройти практику в соответствии с указанными в приказе по Университету сроками.

45. Выполнить в полном объеме задания, предусмотренные программой практики.

46. Подчиняться действующим на предприятии, в учреждении, организации правилам внутреннего трудового порядка.

47. Изучить и строго соблюдать правила охраны труда, техники безопасности и производственной санитарии.

48. Участвовать в научно-исследовательской работе по заданию кафедры.

49. Участвовать в общественной жизни коллектива предприятия, организации, учреждения.

50. Нести ответственность за выполняемую работу и ее результаты наравне со штатными работниками.

51. Вести дневник, в который записываются сведения указанные в программе практики.

52. 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 ЯГПУ и от профильной организации.

53. Заверить подписями и печатями дневник практики, получить заверенную подписью и печатью характеристику.

54. По окончании практики и по прибытии в ЯГПУ сдать на проверку руководителю практики от ЯГПУ отчет, дневник, характеристику, представить собранные материалы для написания выпускной квалификационной работы и своевременно пройти форму аттестации, предусмотренную учебным планом и ФГОС ВО.

VI. ОБЯЗАННОСТИ РУКОВОДИТЕЛЕЙ ПРАКТИКИ

11) Руководитель практики от ЯГПУ:

- 1.1. Составляет рабочий график (план) проведения практики;
- 1.2. Разрабатывает индивидуальные задания для обучающихся, выполняемые в период практики;
- 1.3. Участвует в распределении обучающихся по рабочим местам и видам работ в организации;
- 1.5. Осуществляет контроль соблюдения сроков проведения практики и соответствии ее содержания требованиям, установленным ОПОП ВО;
- 1.6. Оказывает методическую помощь обучающимся при выполнении ими индивидуальных заданий, а также при сборе материалов к выпускной квалификационной работе в ходе преддипломной практики;
- 1.7. Оценивает результаты прохождения практики обучающимися.

12) Руководитель практики от профильной организации:

- 2.1. Согласовывает индивидуальные задания, содержание и планируемые результаты практики;
- 2.2. Предоставляет рабочие места обучающимся;
- 2.3. Обеспечивает безопасные условия прохождения практики обучающимся, отвечающие санитарным правилам и требованиям охраны труда;
- 2.4. Проводит инструктаж обучающихся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка.
- 2.5. Проводит инструктаж обучающихся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка.

13) При проведении практики в профильной организации руководителем практики от ЯГПУ и руководителем практики от профильной организации составляется совместный рабочий график (план) проведения практики.

VII. СОВМЕСТНЫЙ РАБОЧИЙ ГРАФИК (ПЛАН) ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Студент: _____ Группа: _____
(Фамилия ИО) (номер группы, курс)

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль: Реклама и связи с общественностью

Место прохождения практики: _____

Сроки прохождения практики: _____

[illegible]

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

(ФИО)

(ДОЛЖНОСТЬ)

М.П. _____ Руководитель практики от профильной организации: _____

(ФИО)

(ДОЛЖНОСТЬ)

VII. ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ НА ПРАКТИКУ

(вид практики)

Студенту: _____ Группа: _____
(Фамилия ИО)
(группа, курс)

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью

Место прохождения практики: _____
(Полное наименование организации, местонахождение)

Задание на практику (заполняется в соответствии с программой практики):	Сроки выполнения	Планируемые результаты

Продолжительность практики: _____ 2 _____ недели

Сроки прохождения практики: с _____ по _____

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

(ФИО)

(должность)

«Согласовано» -

М.П.

Руководитель практики от профильной организации:

(ФИО)

(должность)

прохождения _____ практики
(вид практики)

ЗАМЕЧАНИЯ И РЕКОМЕНДАЦИИ РУКОВОДИТЕЛЕЙ СТУДЕНТУ В ПРОЦЕССЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

344

IX. ХАРАКТЕРИСТИКА

Студента-практиканта _____
 _____ (фамилия, имя, отчество)
 _____ курса _____ факультета _____ направления
 _____, проходившего производственную практику
 в _____

с « _____ » _____ по « _____ » _____ 201 ____ года

1. Общая оценка:

№	Оцениваемая характеристика	Оценка			
		5	4	3	2
1	Уровень подготовленности студента к прохождению практики				
2	Умение правильно определять и эффективно решать профессиональные задачи				
3	Степень самостоятельности при выполнении заданий по практике				
4	Инициативность				
5	Оценка трудовой дисциплины				
6	Оценка уровня выполнения индивидуальных заданий				

2. Виды и объем выполненных студентом работ, качество выполненных работ:

3. Отношение студента к работе, дисциплинированность:

4. Полученные и проявленные студентом практические навыки и умения, сформированные у студента профессиональные компетенции по направлениям и профилям подготовки, теоретическая подготовка:

5. Оценка прохождения студентом практики в целом (отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно): _____

Заключение о работе студента:

В процессе прохождения _____ практики в период с _____ по _____
 _____ (указать дату) _____ (указать дату)
 студент (ка) _____ проявил(а) себя как _____
 _____ (Ф.И.О.) _____ (перечислить качества)

Кроме того, он(а) принял(а) непосредственное участие в разработке _____
 _____ (перечень разработанных вопросов)

Предоставленный отчет о прохождении _____ практики соответствует предъявляемым требованиям.

Считаю, что результат прохождения практики можно оценить на _____
(указать: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»)

Руководитель практики
от организации

_____	МП	_____	_____
(должность)	место печати)	(подпись)	(Фамилия, имя, отчество полностью)
«_____»	_____ 20_____ г.		

**Х. ОТЗЫВ РУКОВОДИТЕЛЯ ПРАКТИКИ ОТ ЯГПУ
О ВЫПОЛНЕНИИ СТУДЕНТОМ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ
И ПОЛНОТЕ СБОРА МАТЕРИАЛОВ
(с учетом уровня сформированности компетенций)**

Код компетенции	Сформирована	Частично сформирована	Не сформирована
ОПК-1 Способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах			
ОПК-4 Уметь планировать и готовить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия			
ПК-1 Способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью			
ПК-2 Владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации			
ПК-3 Компетенция владеть навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами			
ПК-4 Владение навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт			
ПК-5 Способность реализовывать проекты и владеть методами их реализации			

ПК-6 Способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внешней и внутренней коммуникации			
ПК-7 Способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий			
ПК-8 Способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы			
ПК-9 Способность проводить маркетинговые исследования			
ПК-10 Способность организовывать и проводить социологические исследования			
ПК-11 Владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов			
ПК-12 Способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации			
ПК-13 Способность под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия			
ПК-14 Способность реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности			
ПК-15 Владение навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве			
ПК-16 Способность под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые			

и графические, рабочие и презентационные материалы			

Заключение: _____

Оценка пройденной практики руководителем от ЯГПУ
(уровень подготовки, квалификация, выполнение графика практики, дисциплинированность и т.д.)

Руководитель практики

от ЯГПУ им. К.Д. Ушинского _____
(подпись)

/

(расшифровка подписи)

«____» _____ 20____ г.

КРАТКАЯ ИНСТРУКЦИЯ СТУДЕНТУ-ПРАКТИКАНТУ

1. Перед выездом на практику необходимо:

- 1.13. Получить на кафедре индивидуальные задания, выполняемые в период практики, выяснить сроки практики.
- 1.14. Получить на кафедре консультацию и инструктаж по всем вопросам организации практики, в том числе по технике безопасности.
- 1.15. Составить совместный график прохождения практики с руководителем практики от университета, в котором отражаются следующие мероприятия, например:
 - знакомство со структурой организации и правилами внутреннего распорядка;
 - проведение повторного инструктажа на рабочем месте по соблюдению техники безопасности;
 - прохождение практики в соответствии с программой практики и индивидуальным заданием;
 - подготовка дневника 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. Прибыв на место практики студент-практикант обязан:

- 2.1. Ознакомиться с правилами внутреннего распорядка и техникой безопасности в организации и неуклонно их выполнять.
- 2.2. Встретиться с руководителем практики от профильной организации и согласовать с ним задания, выполняемые в период практики, и совместный график работы, подписать у него необходимые страницы дневника практики и проставить печати.

3. Обязанности студента в период практики:

- 3.1. Ежедневно вести дневник в строгом соответствии с программой практики и индивидуальным заданием (отражаются все виды работ и проводимые исследования);
- 3.2. Дневник должен быть полностью закончен на месте практики и там же представлен для отзыва о работе студента руководителю практики от профильной организации.

4. Возвратившись с практики студент-практикант обязан:

Представить руководителю практики от университета дневник и другие отчетные документы по практике.

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

Факультет русской филологии и культуры

Кафедра теории коммуникации и рекламы

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью

ОТЧЕТ

о прохождении _____ практики
(наименование практики)

_____ (Ф.И.О. студента)
_____ курса _____ формы обучения, группа _____

Место прохождения практики _____
(указывается полное наименование организации в соответствии с
уставом)

Руководитель практики от ЯГПУ им. К.Д. Ушинского

(ученая степень, звание, должность)

(подпись)

(И.О.Фамилия)

Ярославль – 20____

Оформление отчета о прохождении производственной практики

По результатам практики студент бакалавриата 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.

Для составления, редактирования и оформления отчета студентам отводятся последние 1-2 дня производственной практики.

Кафедрой теории коммуникации и рекламы рекомендуется следующий порядок размещения материала в отчете:

Титульный лист (по форме университета в год сдачи отчета).

Оглавление (содержание) отчета.

1. Пояснительная записка (цели и задачи, место и время прохождения практики).
2. Дневник практики.
3. Основная часть: содержание и анализ всех видов деятельности в период практики (согласно заданию по практике).
4. Заключение (отчет, анализ достигнутых результатов, итоги прохождения практики).
5. Список литературы.
6. Приложения (иллюстративный материал, фотографии, списки нормативных документов, литература).
7. Характеристика студента-практиканта с печатью организации, подписанная руководителем организации.

ОСНОВНОЙ РАЗДЕЛ.

В основном разделе в подразделе 2.1 описывается поэтапное выполнение программы производственной практики:

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Кол-во часов
1. Подготовительный этап		
1.1.		
1.2.		
и т.д.		
2. Начальный этап		
2.1.		
2.2.		
и т.д.		
3. Основной (экспериментальный) этап		
3.1.		
и т.д.		
4. Заключительный этап		
4.1.		
и т.д.		
	Итого:	

В подразделе 2.2 описывается выполнение программы производственной практики.

3. ЗАКЛЮЧЕНИЕ (ВЫВОДЫ). В заключении подводятся итоги прохождения практики.

4. ПРИЛОЖЕНИЯ.

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 - полуторный, выравнивание – по ширине. Отступ в первых строках – 10 мм.

Шрифт предпочтительно *Times New Roman*. Размер шрифта: для текста – 14, для названия разделов – 15 полужирный, буквы заглавные; для названия подразделов – 15 полужирный, буквы прописные.

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.

Все страницы отчета нумеруют арабскими цифрами внизу страницы по центру.

Сокращения слов, кроме общепринятых, не допускаются.

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

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.

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.

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

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

У Т В Е Р Ж Д А Ю
Проректор по учебной работе
В.П. Завойстый
«___» _____ 2018 г.

Программа производственной практики
(вид практики)

Наименование практики:
Б2.П.4 Практика по получению профессиональных умений и
опыта профессиональной деятельности (Копирайтинг)
(шифр и наименование по учебному плану (тип практики))

Способ проведения практики: стационарная, выездная

Форма проведения практики: дискретно по периодам

Рекомендуется для направления подготовки:
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
(профиль «Реклама и связи с общественностью »)

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Разработчик:
доцент кафедры теории коммуникации и рекламы
доктор филологических наук

Л.В. Ухова

Утверждено на заседании кафедры
теории коммуникации и рекламы

«___» января 2018 г.

Протокол №___

Зав. кафедрой

И.В. Шустина

1. Цели производственной практики:

Целью производственной практики является: формирование мотивационно-ценностного отношения к будущей профессиональной деятельности; приобретение опыта практической работы в области копирайтинга, освоение инструментария по созданию текстов интегрированных маркетинговых коммуникаций.

2. Задачи производственной практики:

Задачами производственной практики являются:

- приобретение умений и навыков самостоятельной работы с трудовым коллективом в период практики;
- овладение содержанием, различными формами и методами копирайтинга;
- развитие ответственного и творческого отношения к достижению результата своей деятельности;
- приобретение практического опыта в области экспертной и потребительской оценки результатов своей деятельности;
- приобретение опыта взаимодействия с руководителями и сотрудниками организации – заказчика проекта и руководителями, и сотрудниками организации – исполнителя проектных работ;
- приобретение практического опыта проектной деятельности в трудовом коллективе: анализ организационной структуры, особенностей функционирования, принятие и выполнение собственных должностных обязанностей, осознание и защита своих прав;
- накопление опыта аналитической и проектной работы в процессе деятельности по копирайтингу;
- анализ внешних и внутренних нормативно-справочных документов, регламентирующих деятельность организации;
- анализ специфики управления проектами по копирайтингу.

3. Место производственной практики в структуре образовательной программы (ОП):

Производственная практика включена в базовую часть ОП.

Для успешного прохождения практики студент должен обладать следующими компетенциями: обладать базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владеть навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3).

Студент должен:

- знать специфику рекламных и PR-обращений в зависимости от канала распространения, коммуникативно-структурные типы рекламных и PR-текстов, формальные признаки рекламного и PR-текста, структурно-семантические компоненты рекламного и PR-текста, особенности логической структуры рекламного и PR-текста, коммуникативные возможности структурных единиц рекламного и PR-текста и понимание механизма их воздействия, методику анализа и редактирования рекламного и PR-текста с учетом поуровневого подхода к оценке прагматической целесообразности и коммуникативной нагруженности всех компонентов, дополненную определением жанровой природы конкретного текста;
- обладать умениями аргументированно анализировать рекламные и PR-обращения, описать вербальные и невербальные составляющие текстов различных коммуникативных структурных типов, оценивать текст с точки зрения категорий истинного и ложного, целесообразного и нецелесообразного, отвечающего или не отвечающего культурным представлениям нации;
- владеть способами анализа текста с точки зрения используемых в нем приемов

воздействия на аудиторию, навыками создания текста в соответствии с поставленной задачей.

Производственная практика проводится с отрывом от аудиторных занятий.

Прохождение производственной практики является необходимой основой для последующего изучения дисциплины «Риторика в рекламе и связях с общественностью», прохождения производственных практик Б2.П.5 Организация выставок и Б2.П.6 Преддипломная практика..

4. Место и время проведения производственной практики

Практика проводится на базе предприятий, ведущих активную коммуникационную политику, чья деятельность тесно связана с созданием и продвижением многофункциональных и разножанровых текстов маркетинговой направленности, таких как PR- и рекламные отделы коммерческих и некоммерческих организаций (как государственных, так и частных); PR- и рекламные агентства Ярославля и других городов, редакции печатных периодических изданий; редакции специализированных изданий; радиостанции; телеканалы; информационные агентства; редакции интернет-сайтов, порталов; пресс-службы; музеи города.

При выборе баз практики необходимо руководствоваться следующими критериями:

6. Наличие определенной функционально-организационной модели организации-базы практики.
7. Функциональная направленность на копирайтинг организации или структурного подразделения предприятия, в котором студент проходит производственную практику.
8. Укомплектованность организации – базы практики кадрами, обладающими высоким профессиональным уровнем и практическим опытом в сфере копирайтинга.
9. Благоприятный психологический климат в коллективе (по итогам аттестации образовательного учреждения).
10. Высокий уровень материально-технической базы, соответствующей современным требованиям, обеспеченность нормативно-правовой документацией и профессионально-справочной литературой, техническими средствами, оборудованием, достаточным для овладения студентами современным рекламным и PR-инструментарием.

Практика проводится в течение 4 недель на 3 курсе в 6 семестре. Группы формируются в составе до 15 человек на одного руководителя, являющегося работником профильной организации, в которую студент направляется для прохождения производственной практики.

5. Объем производственной практики в зачетных единицах и ее продолжительность в неделях и академических часах

6 зачетных единиц

4 недели

216 академических часов

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОПК-1; ОПК-3; ПК - 1; ПК - 2; ПК - 3; ПК - 4; ПК - 5; ПК - 6; ПК - 7; ПК - 8; ПК - 9; ПК - 10; ПК - 11; ПК - 12; ПК - 13; ПК - 14; ПК - 15; ПК – 16.

КОМПЕТЕНЦИИ				

Шифр компетенции	Формулировка	Перечень компонентов	Средства формирования	Средства оценивания	Уровни освоения компетенций
Общекультурные компетенции не предусмотрены					
Общепрофессиональные компетенции: ОПК-1, ОПК-3					
ОПК-1	способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах	Знает: - основные требования, предъявляемые к специалисту по рекламе и связям с общественностью; - основные положения экономической теории, менеджмента и маркетинга; - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами; - специфику рекламных и PR-обращений в зависимости от канала распространения, Умеет: -применять на практике знание основных законов экономической теории, менеджмента и маркетинга для решения профессиональных задач; - аргументированно обсуждать профессиональные проблемы, - давать отзывы, отстаивать свою точку зрения Владеет: - основными приемами	- Работа с информационным и источниками - Составление баз данных - Анализ и интерпретация результатов -Планирование производственной практики - Подготовка письменного отчета - Подготовка к выступлению на отчетной конференции - Участие в дискуссии	Отчет Устный ответ (выступление на отчетной конференции)	Базовый уровень: Знает: - знает базовую терминологию предметной области; - основные требования, предъявляемые к специалисту по рекламе и связям с общественностью; - основные положения экономической теории менеджмента и маркетинга; -основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами; - основную специфику стандартных рекламных PR-обращений в зависимости от канала распространения, - усвоил основную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины Умеет: - умеет применять на практике знание основных законов экономической теории менеджмента и маркетинга для решения профессиональных задач; - умеет аргументированно обсуждать основные профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения Владеет: - владеет основными приемами менеджмента и маркетинга;

		менеджмента и маркетинга; - навыками работы в команде -навыками анализа текста с точки зрения используемых в нем приемов воздействия на аудиторию, -навыками создания текста в соответствии с поставленной задачей		-владеет базовыми навыками работы в команде; - владеет базовыми навыками анализа текста с точки зрения используемых в нем приемов воздействия на аудиторию, -владеет основными навыками создания текста в соответствии с стандартно поставленной задачей Повышенный уровень Знает: - базовую терминологию предметной области; основные требования предъявляемые к специалисту по рекламе связям с общественностью; - основные положения экономической теории менеджмента и маркетинга; основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами; - ситуативную специфику стандартных и нестандартных рекламных и PR-обращений в зависимости от канала распространения, - усвоил основную и дополнительную литературу, рекомендованную рабочей программой дисциплины Умеет: - умеет применять на практике знание основных законов экономической теории менеджмента и маркетинга для решения творческих профессиональных задач - умеет аргументировать

					обсуждать основные и специфические профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения Владеет: - владеет основными приемами менеджмента маркетинга; - владеет навыками работы в команде; - владеет навыками анализа текста с точки зрения используемых приемов воздействия на аудиторию, - владеет навыками создания текста в соответствии с стандартно и нестандартно поставленной задачей
ОПК-3	Обладать базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владеть навыками литературного редактирования, копирайтинга	Знает: - специфику рекламных и PR-обращений в зависимости от канала распространения, - коммуникативно-структурные типы рекламных и PR-текстов, - формальные признаки рекламного и PR-текста, - структурно-семантические компоненты рекламного и PR-текста, - особенности логической структуры рекламного и PR-текста, - коммуникативные возможности структурных единиц рекламного и PR-текста и понимание механизма их воздействия, - методику анализа и	- Работа с информационными источниками - Составление баз данных - Анализ и интерпретация результатов - Планирование производственной практики - Подготовка письменного отчета - Подготовка к выступлению на отчетной конференции - Участие в дискуссии	Отчет Устный ответ (выступление на отчетной конференции)	Базовый уровень: Знает: - знает базовую терминологию предметной области; основные требования предъявляемые к специалисту по рекламе связям с общественностью; - основные особенности рекламных и PR-обращений в зависимости от канала распространения, - основные коммуникативно-структурные типы рекламных и PR-текстов - основные формальные признаки и структурно-семантические компоненты рекламного и PR-текста, - основные особенности логической структуры рекламного и PR-текстов - коммуникативные возможности структурных единиц рекламного и PR-текстов - понимание основного механизма их воздействия,

		редактирования рекламного и PR-текста с учетом поуровневого подхода к оценке прагматической целесообразности и коммуникативной нагруженности всех компонентов, дополненную определением жанровой природы конкретного текста. Умеет: - аргументированно анализировать рекламные и PR-обращения, - описать вербальные и невербальные составляющие текстов различных коммуникативных структурных типов, - оценивать текст с точки зрения категорий истинного и ложного, целесообразного и нецелесообразного, отвечающего или не отвечающего культурным представлениям нации. Владеет: - навыками анализа текста с точки зрения используемых в нем приемов воздействия на аудиторию, - навыками создания текста в соответствии с поставленной задачей			- основы методики анализа и редактирования рекламного и PR-текста с учетом поуровневого подхода к оценке прагматической целесообразности и коммуникативной нагруженности всех компонентов, дополненную определением жанровой природы конкретного текста; - усвоил основную литературу, рекомендованную рабочей программой дисциплины. Умеет: - умеет применять на практике знание алгоритма анализа рекламных и PR-обращений, - описывать вербальные и невербальные составляющие текстов основных коммуникативных структурных типов, - оценивать текст с точки зрения соответствия жанру. Владеет: - владеет основными навыками анализа текста с точки зрения используемых в нем приемов воздействия на аудиторию, - основными навыками создания текста в соответствии с поставленной задачей Повышенный уровень Знает: - знает базовую терминологию предметной области; - ситуативные требования предъявляемые к специалисту по рекламе связям с общественностью; - всю специфику рекламных и PR-

					обращений в зависимости от канала распространения, - различные коммуникативно-структурные типы рекламных и PR-текстов - все формальные признаки и структурно-семантические компоненты рекламного и PR-текста, - особенности логической структуры рекламного и PR-текста, - коммуникативные возможности структурных единиц рекламного и PR-текста понимание всех механизмов их воздействия, - методику анализа и редактирования рекламного и PR-текста учетом поуровневого подхода к оценке прагматической целесообразности и коммуникативной нагруженности всех компонентов, дополненную определением жанров природы конкретного текста; - усвоил основную литературу и дополнительную, рекомендованную рабочей программой дисциплины. Умеет: - умеет всесторонне применять на практике знание алгоритма анализа рекламных и PR-обращений, - развернуто описывать вербальные и невербальные составляющие текстов основных коммуникативных структурных типов, - оценивать текст с точки зрения категорий

					истинного и ложного, целесообразного и нецелесообразного, отвечающего или не отвечающего культурным представлениям национальной культуры. Владеет: - владеет навыками глубокого анализа текста с точки зрения используемых в нем приемов воздействия на аудиторию, -навыками создания текста в соответствии с поставленной задачей
Профессиональные компетенции: ПК - 1; ПК - 2; ПК - 3; ПК - 4; ПК - 5; ПК - 6; ПК - 7; ПК - 8; ПК - 9; ПК - 10; ПК - 11; ПК - 12; ПК - 13; ПК - 14; ПК - 15; ПК - 16.					
ПК - 1	способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью ю фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью ю, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с	Знает: - методы разработки и реализации организационно-управленческих решений (рекламных служб и служб по связям с общественностью); - методы управления деятельностью организации (рекламных служб и служб по связям с общественностью); - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации (рекламных служб и служб по связям с общественностью), в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами – Умеет: разрабатывать и оценивать варианты организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения	- Работа с информационным и источниками - Составление баз данных - Анализ и интерпретация результатов -Планирование производственной практики - Подготовка письменного отчета - Подготовка к выступлению на отчетной конференции - Участие в дискуссии	Отчет Устный ответ (выступление на отчетной конференции)	Базовый уровень: Знает: -основные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений в области рекламы и связей с общественностью; -базовые методы управления деятельностью организации в сфере рекламы и связей с общественностью; - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами в сфере рекламы и связей с общественностью - усвоил основную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины Умеет: - разрабатывать и оценивать стандартные варианты организационно-управленческих решений в различных ситуациях

	общественность ю	и нести за них ответственность; - осуществлять управление персоналом организации (рекламных служб и служб по связям с общественностью); - организовывать деятельность малой группы (рекламных служб и служб по связям с общественностью) Владеет: - методами организации кооперации с коллегами (рекламных служб и служб по связям с общественностью); -способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным; - современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение сотрудников			самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность; - осуществлять стандартное управлен персоналом организа в сфере рекламы и связ с общественностью - по стандартным моделям организовыв деятельность малой группы в сфере рекла и связей с общественностью; Владеет: основными методами организации коопера с коллегами в сфере рекламы и связей с общественностью; -способен работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным; - владеет основными современными технологиями эффективного влияния индивидуальное и групповое поведение сотрудников в сфере рекламы и связей с общественностью Повышенный уровень - Знает основные и уникальные методы управления деятельностью организации в сфере рекламы и связей с общественностью. - Понимает необходимость использования основн и оригинальных мето управления деятельностью организации в зависимости от

					жизненного цикла организации. - Регулярно демонстрирует умения применять их на практике. Знает: -основные типовые и уникальные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений в области рекламы и связей с общественностью; -базовые и ситуативные методы управления деятельностью организации в сфере рекламы и связей с общественностью; - основные и авторские теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами в сфере рекламы и связей с общественностью - усвоил основную и дополнительную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины Умеет: - разрабатывать и оценивать стандартные и нестандартные варианты организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность; - осуществлять стандартное и нестандартное управление персоналом организации в сфере рекламы и связей с общественностью - по стандартным и оригинальным моделям

					организовывать деятельность малой группы в сфере рекламы и связей с общественностью владеет основными типовыми и уникальными методами организации кооперации с коллегами в сфере рекламы и связей с общественностью; -способен работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным; - владеет основными и оригинальными современными технологиями эффективного влияния индивидуальное и групповое поведение сотрудников в сфере рекламы и связей с общественностью
ПК - 2	владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации	Знает (понимает) - методы разработки и реализации организационно-управленческих решений (в своей деятельности и деятельности фирмы); - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами (в своей деятельности и деятельности фирмы) Умеет - разрабатывать и оценивать варианты организационно-	- Работа с информационным и источниками - Составление баз данных - Анализ и интерпретация результатов -Планирование производственной практики - Подготовка письменного отчета - Подготовка к выступлению на отчетной конференции - Участие в дискуссии	Отчет Устный ответ (выступление на отчетной конференции)	Базовый уровень: Знает: - основные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений - базовые методы управления деятельностью организации; - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами, - усвоил основную литературу, рекомендованную рабочей программой дисциплины Умеет: - разрабатывать и оценивать стандартные

		управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность (в своей деятельности и деятельности фирмы); - осуществлять управление персоналом организации - формулировать цели и задачи, выбирать пути их достижения; -распределять время для решения личных и профессиональных задач (в своей деятельности и деятельности фирмы); Владеет (опыт) методами организации кооперации с коллегами -способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным - современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение сотрудников; - технологиями тайм-менеджмента и самоорганизации;			варианты организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность - стандартными методами осуществлять управление персоналом организации - организовывать деятельность малой группы в типовых ситуациях; - формулировать цели задачи, выбирать типичные пути их достижения; -распределять время для решения личных и основных профессиональных задач Владеет: - основными методами организации кооперации с коллегами, -способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным - основными современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение сотрудников; - основными технологиями тайм-менеджмента и самоорганизации Повышенный уровень Знает: - основные и уникальные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений -основные и ситуативные методы управления

					деятельностью организации; - основные и авторские теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами, - усвоил основную и дополнительную литературу, рекомендованную рабочей программой дисциплины Умеет: - разрабатывать и оценивать ситуативные варианты организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность - осуществлять управление персоналом организации в зависимости от ситуации - организовывать деятельность малой группы; - формулировать цели, задачи, выбирать ситуативно обусловленные пути и достижения; - эффективно распределять время для решения личных и профессиональных задач Владеет: - основными и оригинальными методами организации кооперации с коллегами - способностью эффективно работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую

					дисциплину, быть толерантным - современными основными и уникальными технологиями эффективного влияния индивидуальное и групповое поведение сотрудников; - оригинальными технологиями тайм-менеджмента и самоорганизации
ПК - 3	владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами	Знает -методы разработки и реализации организационно-управленческих решений - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами Умеет: - разрабатывать и оценивать варианты организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность; - организовывать деятельность малой группы Владеет: - методами организации кооперации с коллегами -способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую	- Работа с информационным и источниками - Составление баз данных - Анализ и интерпретация результатов -Планирование производственной практики - Подготовка письменного отчета - Подготовка к выступлению на отчетной конференции - Участие в дискуссии	Отчет Устный ответ (выступление на отчетной конференции)	Базовый уровень: Знает: - основные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами - усвоил основную литературу, рекомендованную рабочей программой дисциплины Умеет: - разрабатывать и оценивать стандартные варианты организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность; - организовывать деятельность малой группы Владеет: - основными методами организации кооперации с коллегами -способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность,

		дисциплину, быть толерантным - современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение сотрудников;			организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным - базовыми современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение сотрудников; Повышенный уровень Знает: - основные и ситуативные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений - основные и авторские теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами - усвоил основную и дополнительную литературу, рекомендованную рабочей программой дисциплины Умеет: - разрабатывать и оценивать стандартные и нестандартные варианты организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность; - организовывать деятельность малой группы Владеет: - основными и ситуативными методами организации кооперации с коллегами - способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность,

					организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным - базовыми и оригинальными современными технологиями эффективного влияния индивидуальное и групповое поведение сотрудников;
ПК - 4	владение навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)	Знает: - основные формы проектной документации; - требования к проектной документации; - формы и способы представления проектной документации; Умеет: - составлять технические задания на разработку проектов; - делать презентацию проектной документации; - использовать программное обеспечение для решения задач, связанных с проектной деятельностью; Владеет - навыками подготовки проектной документации	- Работа с информационным и источниками - Составление баз данных - Анализ и интерпретация результатов - Подготовка письменного отчета - Подготовка к выступлению на отчетной конференции -Участие в дискуссии	Презентация Отчет Доклад Портфолио	Базовый уровень: Знать: -основные формы проектной документа -требования к проектной документации; - формы и способы представления проектной документации. Может использовать на практике Уметь: - составлять техническое задания на разработку проектов; - делать презентацию проектной документа - использовать программное обеспечение для решения задач, связанных с проектной деятельностью; Владеть: - навыками подготовки проектной документа Повышенный уровень: Знать: -основные формы проектной документа - и требования к ним; -понимает значение проектной документа в производственной деятельности, постоянно использует их в своей практике Уметь: - составлять техническое задания на разработку проектов; - делать презентацию проектной документа - использовать программное обеспечение для решения задач,

					связанных с проектной деятельностью; Владеть: - навыками подготовки проектной документации
ПК - 5	способность реализовывать проекты и владеть методами их реализации	Знает: - современную концепцию управления проектами - теорию менеджмента и маркетинга, основы бизнес-процессов; Умеет: - ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций по управлению проектами - осуществлять разработку стратегических концепций и бизнес-планов проектов; - составлять технические задания на разработку проектов; - использовать программное обеспечение для решения задач, связанных с проектной деятельностью - применять на практике аналитические методы, связанные с принятием решения по проекту Владеет: - методами реализации основных управленческих функций (принятие управленческого решения, организация, мотивация и контроль)	- Работа с информационными источниками - Составление баз данных - Анализ и интерпретация результатов - Планирование производственной практики - Подготовка письменного отчета - Подготовка к выступлению на отчетной конференции - Участие в дискуссии	Дневник Отчет Презентация Доклад Портфолио	Базовый уровень Знает: - базовую терминологию проектной деятельности - современную концепцию управления типовыми проектами - основные положения теории менеджмента и маркетинга, основы бизнес-процессов - усвоил основную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины Умеет: - ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций по управлению типовыми проектами - осуществлять разработку стратегических концепций и бизнес-планов типовых проектов; - составлять технические задания на разработку типовых проектов; - использовать стандартное программное обеспечение для решения задач, связанных с проектной деятельностью - применять на практике аналитические методы, связанные с принятием решения по типовому проекту Владеет: - владеет методами реализации основных управленческих функций (принятие управленческого решения, организация, мотивация и контроль) в типовом проекте;

		-практическими навыками ведения проектов -способен давать оценку качества и эффективности проектов			- владеет практически всеми навыками ведения типовых проектов -способен давать оценку качества и эффективности типовых проектов- владеет методами реализации основных управленческих функций (принятие управленческого решения, организация мотивация и контроль в типовом проекте; - владеет практически всеми навыками ведения типовых проектов -способен давать оценку качества и эффективности типовых проектов- владеет методами реализации основных управленческих функций (принятие управленческого решения, организация мотивация и контроль в типовом проекте; - владеет практически всеми навыками ведения типовых проектов -способен давать оценку качества и эффективности типовых проектов Повышенный уровень Знает: - знает базовую терминологию проектной деятельности - современную концепцию управления типовыми и уникальными проектами - основные положения теории менеджмента и маркетинга, основы бизнес-процессов - усвоил основную и дополнительную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины Умеет: - ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией

					профессиональных функций по управлению типовыми и уникальными проектами - осуществлять разработку стратегических концепций и бизнес-планов типовых и уникальных проектов - составлять технические задания на разработку типовых и уникальных проектов; - использовать стандартное и специальное программное обеспечение для решения задач, связанных с проектной деятельностью - применять на практике аналитические методы, связанные с принятием решения по типовому и уникальному проекту Владеет: - владеет методами реализации основных управленческих функций (принятие управленческого решения, организация, мотивация и контроль) в типовом и уникальном проекте; - владеет практическими навыками ведения типовых и уникальных проектов - способен давать оценку качества и эффективности типовых и уникальных проектов
ПК - 6	способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внешней и внутренней коммуникации	Знает: - структуру внутренних коммуникаций организации и их роль в создании имиджа фирмы, - систему поощрения, стимулирующую сотрудников, - систему повышения квалификации	- Работа с информационными источниками - Составление баз данных - Анализ и интерпретация результатов - Планирование производственной практики - Подготовка письменного отчета	Отчет Устный ответ (выступление на отчетной конференции)	Базовый уровень: Знает: - структуру основных внутренних коммуникаций организации и их роль в создании имиджа фирмы - базовую систему поощрения, стимулирующую сотрудников, - основную систему повышения

		сотрудников компании Умеет - вычленять структурные компоненты внутренних коммуникаций компании, - оценивать эффективность структурных компонентов внутренних коммуникаций компании Владеет (опыт) - навыками анализа состояния внутренних коммуникаций компании, - навыками оценки эффективности внутренних коммуникаций компании	- Подготовка к выступлению на отчетной конференции - Участие в дискуссии		квалификации сотрудников компании Умеет: - вычленять основные структурные компоненты внутренних коммуникаций компании - на базовом уровне оценивать эффективность структурных компонентов внутренних коммуникаций компании Владеет: - на базовом уровне навыками анализа состояния внутренних коммуникаций компании - на базовом уровне навыками оценки эффективности внутренних коммуникаций компании Повышенный уровень Знает: - структуру основных ситуативных внутренних коммуникаций организации и их роль в создании имиджа фирмы - стандартную и нестандартную системы поощрения, стимулирующую сотрудников, - базовую и оригинальную системы повышения квалификации сотрудников компании Умеет: - вычленять основные оригинальные структурные компоненты внутренних коммуникаций компании - на продвинутом уровне оценивать эффективность структурных компонентов внутренних коммуникаций компании Владеет: - на продвинутом уровне навыками анализа состояния внутренних коммуникаций компании - на продвинутом уровне навыками оценки

					эффективности внутренних коммуникаций компа
ПК - 7	способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	Знает (понимает) - этапы планирования, организации и контроля коммуникационных кампаний и мероприятий; - методы сбора информации для планирования, организации и контроля коммуникационных кампаний и мероприятий Умеет - осуществлять сбор, анализ и интерпретацию информации, необходимую для проведения, организации и контроля коммуникационных кампаний и мероприятий -осуществлять различные виды контроля во время проведения коммуникационные кампании и мероприятий; Владеет (опыт) - способен принимать участие в проектировании, планировании, подготовке и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий и / или осуществлять руководство данной процедурой; - методами оценки качества и эффективности коммуникационных кампаний и мероприятий	- Работа с информационным и источниками - Составление баз данных - Анализ и интерпретация результатов -Планирование производственной практики - Подготовка письменного отчета - Подготовка к выступлению на отчетной конференции - Участие в дискуссии	Отчет Устный ответ (выступление на отчетной конференции)	Базовый уровень: - знает базовую терминологию предметной области; - знает основные этапы планирования, организации и контроля коммуникационных кампаний и мероприятий -знает типовые методы сбора информации для планирования, организации и контроля коммуникационные кампании и мероприятия - знает основные методы анализа и обработки информации - усвоил основную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины - умеет определять проблемы, цели и задачи стандартной коммуникационной кампании и мероприятия - умеет осуществлять выбор типовых методов адекватный целям и задачам стандартной коммуникационной кампании и мероприятия - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандарт коммуникационной кампании и мероприятия - Умеет осуществлять типовые виды контроля во время проведения, коммуникационной кампании и мероприятия - способен осуществлять руководство проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационные кампании и мероприятия

					на базовом уровне в стандартных ситуациях - владеет базовыми методами оценки качества и эффективности коммуникационных кампаний и мероприятий Повышенный уровень - знает базовую терминологию предметной области - знает основные этапы планирования, организации и контроля стандартных и нестандартных коммуникационных кампаний и мероприятий - знает типовую и специальную методик планирования и организации стандартных и нестандартных коммуникационных кампаний и мероприятий - знает основные и уникальные методы анализа и обработки информации - усвоил основную и дополнительную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины - умеет осуществлять сбор, анализ и интерпретацию информации, необходимую для проведения типовой и специальной коммуникационных кампаний и мероприятий - умеет осуществлять выбор методов, адекватных целям и задачам типовой и специальной коммуникационных кампаний и мероприятий - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации для планирования типовой и специальной

					коммуникационных кампаний и мероприятий - умеет осуществлять типовые и специальные виды контроля во время проведения коммуникационных кампаний и мероприятий - способен осуществлять руководство проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий на базовом уровне в стандартных ситуациях на продвинутом уровне критических ситуаций - владеет базовыми и специальными методами оценки качества и эффективности коммуникационных кампаний и мероприятий
ПК - 8	способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	Знает (понимает) - основы редакторской работы с текстом; - основы культуры речи; - критерии оценки рекламных и PR-текстов. Умеет - предельно четко формулировать целевое назначение и читательский адрес предназначенного для издания произведения; - эффективно реализовывать свои коммуникативные намерения; логично рассуждать, аргументировать и грамотно структурировать высказывание; - с учетом всех критериев оценки рекламной и PR-деятельности выявлять и устранять	- Работа с информационным и источниками - Составление баз данных - Анализ и интерпретация результатов - Планирование производственной практики - Подготовка письменного отчета - Подготовка к выступлению на отчетной конференции - Участие в дискуссии	Отчет Устный ответ (выступление на отчетной конференции)	Базовый уровень: - знает базовую терминологию предметной области; - знает основы редакторской работы с текстом; - знает основы культуры речи; - знает критерии оценки рекламных и PR-текстов - усвоил основную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины - умеет формулировать основное целевое назначение и читательский адрес предназначенного для издания произведения - умеет реализовывать основные коммуникативные намерения; логично рассуждать, грамотно структурировать высказывание; - умеет с учетом основных критериев оценки

		недочеты при работе с текстами маркетинговых коммуникаций; - грамотно с точки зрения культуры речи оформлять тексты на русском языке. Владеет (опыт) - основными методами логической обработки информации; - навыками редакторского анализа текстов разной функциональной направленности и жанрового своеобразия.			рекламной и PR-деятельности выявлять и устранять недочеты при работе с текстами маркетинговых коммуникаций; - умеет в основном грамотно с точки зрения культуры речи оформлять тексты на русском языке - владеет основными методами логической обработки информации - владеет навыками редакторского анализа текстов основных функциональных стилей и основного репертуара жанров. Повышенный уровень - знает базовую терминологию предметной области; - знает основы редакторской работы с текстом; - знает основы культуры речи; - знает критерии оценки рекламных и PR-текстов - усвоил основную и дополнительную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины - умеет предельно четко формулировать целевое назначение и читательский адрес предназначенного для издания произведения - умеет эффективно реализовывать свои коммуникативные намерения; логично рассуждать, аргументировать и грамотно структурировать высказывание; - умеет с учетом всех критериев оценки рекламной и PR-деятельности выявлять и устранять недочеты при работе с текстами

					маркетинговых коммуникаций; - умеет грамотно с точки зрения культуры речи оформлять тексты на русском языке. владеет методами логической обработки информации; владеет навыками редакторского анализа текстов разной функциональной направленности и жанрового своеобразие
ПК - 9	способность проводить маркетинговые исследования	Знает (понимает) - основные методы исследований - методику планирования и организации исследования - методы анализа и обработки информации Умеет - определять проблемы, цели и задачи исследования, предмет и объект исследования - осуществлять выбор методов, адекватный целям и задачам исследования; - осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации Владеет (опыт) - способен разрабатывать планы, программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации; - способен осуществлять консультационные работы по вопросам рыночных и социальных исследований,	- Работа с информационным и источниками - Составление баз данных - Анализ и интерпретация результатов - Планирование производственной практики - Подготовка письменного отчета - Подготовка к выступлению на отчетной конференции - Участие в дискуссии	Отчет Устный ответ (выступление на отчетной конференции)	Базовый уровень: - знает базовую терминологию предметной области - знает основные методы стандартных маркетинговых исследований - знает методику планирования и организации стандартного маркетингового исследования - знает основные методы анализа и обработки информации - усвоил основную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины - умеет определять проблемы, цели и задачи стандартного маркетингового исследования, предмет объект исследования - умеет осуществлять выбор методов, адекватный целям и задачам стандартного маркетингового исследования; - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандартного маркетингового исследования

		планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций			- способен разрабатывать стандартные планы, программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации; - способен осуществлять типовые консультационные работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций Повышенный уровень - знает базовую терминологию предметной области - знает основные методы стандартных и нестандартных маркетинговых исследований - знает методику планирования и организации стандартного и нестандартного маркетингового исследования - знает основные методы анализа и обработки информации - усвоил основную и дополнительную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины - умеет определять проблемы, цели и задачи стандартного и нестандартного маркетингового исследования, предмет объект исследования - умеет осуществлять выбор методов, адекватный целям и

					задачам стандартного и нестандартного маркетингового исследования; - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандартного и нестандартного маркетингового исследования - способен разрабатывать стандартные и нестандартные планы программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации; - способен осуществлять типовые и ситуативные консультационные работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций
ПК - 10	способность организовывать и проводить социологические исследования	Знает (понимает) - основные методы исследований - методику планирования и организации социологического исследования - методы анализа и обработки социологической информации Умеет - определять проблемы, цели и задачи исследования, предмет и объект социологического исследования - осуществлять выбор методов, адекватный целям и	- Работа с информационными источниками - Составление баз данных - Анализ и интерпретация результатов - Планирование производственной практики - Подготовка письменного отчета - Подготовка к выступлению на отчетной конференции - Участие в дискуссии	Отчет Устный ответ (выступление на отчетной конференции)	Базовый уровень: - знает базовую терминологию предметной области - знает основные методы стандартных социологических исследований - знает методику планирования и организации стандартного социологического исследования - знает основные методы анализа и обработки информации - усвоил основную литературу, рекомендованную рабочей программой дисциплины

		задачам социологического следования; - осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации Владеет (опыт) - способен разрабатывать планы, программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации; - способен осуществлять консультационные работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций			- умеет определять проблемы, цели и задачи стандартного социологического исследования, предмет объект исследования - умеет осуществлять выбор методов, адекватный целям и задачам стандартного социологического исследования; - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандартного социологического исследования - способен разрабатывать стандартные планы, программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации; - способен осуществлять типовые консультационные работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций Повышенный уровень - знает базовую терминологию предметной области - знает основные методы стандартных и нестандартных социологических исследований - знает методику планирования и организации стандартного и нестандартного социологического исследования

					- знает основные методы анализа и обработки информации - усвоил основную и дополнительную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины - умеет определять проблемы, цели и задачи стандартного и нестандартного социологического исследования, предмет объект исследования - умеет осуществлять выбор методов, адекватный целям и задачам стандартного нестандартного социологического исследования; - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандартного и нестандартного социологического исследования - способен разрабатывать стандартные и нестандартные планы программы и другие материалы, содержащий научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации; - способен осуществлять типовые и ситуативные консультационные работы по вопросам социальных исследований, планирования и организации кампаний мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций
ПК- 11	владение навыками написания	Знает (понимает) - требования к написанию	- Работа с информационным и источниками	Отчет Устный ответ (выступление)	Базовый уровень: - требования к написанию стандартных

	аналитических справок, обзоров и прогнозов	аналитических справок, обзоров и прогнозов; - формы и способы представления аналитических справок, обзоров и прогнозов; Умеет - составлять аналитические справки, обзоры; - делать презентацию аналитических справок, обзоров; - использовать программное обеспечение для решения задач, связанных с написанием аналитических справок, обзоров и прогнозов; Владеет (опыт) - навыками подготовки аналитических справок, обзоров и прогнозов.	- Составление баз данных - Анализ и интерпретация результатов -Планирование производственной практики - Подготовка письменного отчета - Подготовка к выступлению на отчетной конференции - Участие в дискуссии	на отчетной конференции)	аналитических справок, обзоров и прогнозов; - формы и способы представления стандартных аналитических справок, обзоров и прогнозов; - составлять стандартные аналитические справки, обзоры; - делать презентацию аналитических справок, обзоров; - использовать программное обеспечение для решения задач, связанных с написанием аналитических справок, обзоров и прогнозов; - способен разрабатывать стандартные планы, программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации; - способен осуществлять типовые консультационные работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций - требования к написанию стандартных и нестандартных аналитических справок, обзоров и прогнозов; - формы и способы представления аналитических справок, обзоров и прогнозов разных типов; Повышенный уровень - составлять стандартные и нестандартные аналитические справки, обзоры;

					- делать презентацию аналитических справок, обзоров; - использовать программное обеспечение для решения задач, связанных с написанием аналитических справок, обзоров и прогнозов разных типов; - способен разрабатывать стандартные и нестандартные планы программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации; - способен осуществлять типовые и ситуативные консультационные работы по вопросам социальных исследований, планирования и организации кампаний мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций - владеет навыками подготовки аналитических справок, обзоров и прогнозов.
ПК - 12	способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации	Знает (понимает)- основные требования, предъявляемые к специалисту по рекламе и связям с общественностью в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации; - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации,	- Работа с информационными источниками - Составление баз данных - Анализ и интерпретация результатов - Планирование производственной практики - Подготовка письменного отчета - Подготовка к выступлению на отчетной конференции - Участие в дискуссии	Отчет Устный ответ (выступление на отчетной конференции)	Базовый уровень: - знает базовую терминологию предметной области; - основные требования, предъявляемые к специалисту по рекламе и связям с общественностью в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации; - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства

		лидерства и управления конфликтами в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации; Умеет - применять на практике знание основных законов экономической теории, менеджмента и маркетинга для решения профессиональных задач в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации; - аргументированно обсуждать профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения Владеет (опыт)-- - навыками работы в команде в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации; - навыками анализа текста с точки зрения используемых в нем приемов воздействия на аудиторию,			и управления конфликтами в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации - усвоил основную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины - умеет применять на практике знание основных законов экономической теории менеджмента и маркетинга для решения профессиональных задач в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации - умеет аргументированно обсуждать основные профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения -владеет базовыми навыками работы в команде в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации - владеет базовыми навыками анализа текста с точки зрения используемых в нем приемов воздействия на аудиторию, Повышенный уровень - знает базовую терминологию предметной области; основные требования, предъявляемые к специалисту по рекламе в связях с общественностью в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации

					- основные теории и концепции взаимодействия людей в организациях, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации - усвоил основную и дополнительную литературу, рекомендованную рабочей программой дисциплины - умеет применять на практике знание основных законов экономической теории менеджмента и маркетинга для решения творческих профессиональных задач в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации - умеет аргументировать, обсуждать основные и специфические профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения - владеет навыками работы в команде в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации - владеет навыками анализа текста с точки зрения используемых приемов воздействия на аудиторию,
ПК - 13	способность под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия	Знает (понимает) - этапы планирования рекламных кампаний и мероприятий;	- Работа с информационным и источниками - Составление баз данных	Отчет Устный ответ (выступление на отчетной конференции)	Базовый уровень: - знает базовую терминологию предметной области

		- методы сбора информации для планирования рекламных кампаний и мероприятий - Умеет-осуществлять сбор, анализ и интерпретацию информации, необходимую для проведения рекламных кампаний и мероприятий - Владеет (опыт)-способе н осуществлять под контролем проектирование, планирование, подготовку рекламных кампаний и мероприятий; - навыками работы в команде при проведении рекламных кампаний и мероприятий	- Анализ и интерпретация результатов -Планирование производственной практики - Подготовка письменного отчета - Подготовка к выступлению на отчетной конференции - Участие в дискуссии		- знает основные этапы планирования рекламных кампаний и мероприятий - знает основные методы сбора информации для планирования стандартных рекламных кампаний и мероприятий - усвоил основную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины - умеет осуществлять сбор, анализ и интерпретацию информации, необходимой для проведения стандартных рекламных кампаний и мероприятий - способен осуществлять проектирование, планирование, подготовку стандартных рекламных кампаний и мероприятий; - способен работать в команде при проведении рекламных кампаний и мероприятий Повышенный уровень - знает базовую терминологию предметной области; - знает основные этапы планирования рекламных кампаний и мероприятий - знает основные методы сбора информации для планирования рекламных кампаний и мероприятий разных видов; - усвоил основную и дополнительную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины - умеет осуществлять сбор, анализ и интерпретацию информации, необходимой для проведения рекламных кампаний и мероприятий

					кампаний и мероприятий разных видов - способен осуществлять под контролем проектирование, планирование, подготовку стандартных рекламных кампаний мероприятий разных видов; - способен работать в команде при проведении рекламных кампаний мероприятий
ПК - 14	способность реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности	Знает (понимает) - основные требования, предъявляемые к специалисту по рекламе и связям с общественностью; - основные положения экономической теории, менеджмента и маркетинга; - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами Умеет- применять на практике знание основных законов экономической теории, менеджмента и маркетинга для решения профессиональных задач; - аргументированно обсуждать профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения Владеет (опыт) основными приемами менеджмента и маркетинга;	- Работа с информационным и источниками - Составление баз данных - Анализ и интерпретация результатов - Планирование производственной практики - Подготовка письменного отчета - Подготовка к выступлению на отчетной конференции - Участие в дискуссии	Отчет Устный ответ (выступление на отчетной конференции)	Базовый уровень: - знает базовую терминологию предметной области; - основные требования предъявляемые к специалисту по рекламе связям с общественностью; - основные положения экономической теории менеджмента и маркетинга; - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами; основную специфику стандартных рекламных и PR-обращений в зависимости от канала распространения, - усвоил основную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины - умеет применять на практике знание основных законов экономической теории менеджмента и маркетинга для решения профессиональных задач - умеет аргументированно обсуждать основные профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения

		- навыками работы в команде; - навыками анализа текста с точки зрения используемых в нем приемов воздействия на аудиторию, -навыками создания рекламного продукта в соответствии с поставленной задачей			- владеет основными приемами менеджмента маркетинга; -владеет базовыми навыками работы в команде; - владеет базовыми навыками анализа текста с точки зрения используемых в нем приемов воздействия на аудиторию, -владеет основными навыками создания рекламного продукта в соответствии со стандартно поставленными задачами Повышенный уровень - знает базовую терминологию предметной области; основные требования, предъявляемые к специалисту по рекламе, связям с общественностью; - основные положения экономической теории менеджмента и маркетинга; основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами; - основную специфику стандартных и нестандартных рекламных и PR-обращений в зависимости от канала распространения, - усвоил основную и дополнительную литературу, рекомендованную рабочей программой дисциплины - умеет применять на практике знание основных законов экономической теории менеджмента и маркетинга для решения

					творческих профессиональных за - умеет аргументировать, обсуждать основные и специфические профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения - владеет основными приемами менеджмента маркетинга; - владеет навыками работы в команде; - владеет навыками анализа текста с точки зрения используемых приемов воздействия на аудиторию, - владеет навыками создания рекламного продукта в соответствии со стандартами и нестандартно поставленной задачей
ПК - 15	владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы / связей с общественностью	Знает (понимает) - методы разработки и реализации организационно-управленческих решений в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве; - методы управления деятельностью организации (отдел рекламы, маркетинговый отдел, рекламное агентство); - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации (отдел рекламы, маркетинговый отдел, рекламное агентство), в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами.	- Работа с информационными источниками - Составление баз данных - Анализ и интерпретация результатов - Планирование производственной практики - Подготовка письменного отчета - Подготовка к выступлению на отчетной конференции - Участие в дискуссии	Отчет Устный ответ (выступление на отчетной конференции)	Базовый уровень: - знает базовую терминологию предметной области - знает основные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве; - знает типовые методы управления деятельностью организации (отдел рекламы, маркетинговый отдел, рекламное агентство); - знает основные теории концепции взаимодействия людей в организации (отдел рекламы, маркетинговый отдел, рекламное агентство), в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами - знает основные методы анализа и обработки информации;

		Уметь: - разрабатывать и оценивать варианты организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность; - организовывать деятельность малой группы (отдел рекламы, маркетинговый отдел, рекламное агентство) Владеть - методами организации кооперации с коллегами в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве; -способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным; - современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение сотрудников			- усвоил основную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины - разрабатывать и оценивать варианты стандартных организационно-управленческих решений в различных ситуациях самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность; - организовывать деятельность малой группы (отдел рекламы, маркетинговый отдел, рекламное агентство) - методами организации кооперации с коллегами в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве; -способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным; - современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение сотрудников Повышенный уровень - знает базовую терминологию предметной области - знает основные и специальные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве;

					- знает методологию и методики стратегического, тактического и оперативного методы управления деятельностью организации (отдел рекламы, маркетингового отдела, рекламное агентство) знает методики управления людьми в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами - знает основные методы анализа и обработки информации - усвоил основную и дополнительную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины - разрабатывать и оценивать варианты стандартных и нестандартных организационно-управленческих решений в различных ситуациях самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность; - эффективно организовывать деятельность малой группы (отдел рекламы, маркетинговый отдел, рекламное агентство) - способен выбирать наиболее эффективные методы конкретной ситуации методы организации кооперации с коллегами в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве; -способен эффективно самостоятельно работать в команде, проявляя коммуникативную компетентность,

					организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным, адекватно оценивая ситуацию в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве; - владеет современными технологиями эффективного влияния индивидуальное и групповое поведение сотрудников, понимая значимость собственного профессионального развития
ПК - 16	способность под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы	Знает (понимает) - основные формы проектной документации, необходимой для создания рекламного продукта - специфику работы в основных компьютерных программах, используемых при создании рекламного продукта, - специфику рекламных и PR-обращений в зависимости от канала распространения, - виды юридической ответственности в сфере осуществления профессиональной деятельности. Умеет работать с техническим заданием на разработку проектов (рекламного продукта), - осуществлять выбор компьютерной программы для создания рекламного продукта в зависимости от его специфики	- Работа с информационными источниками - Составление баз данных - Анализ и интерпретация результатов - Планирование производственной практики - Подготовка письменного отчета - Подготовка к выступлению на отчетной конференции - Участие в дискуссии	Отчет Устный ответ (выступление на отчетной конференции)	Базовый уровень: - знает базовую терминологию предметной области; - знает стандартную методику планирования проектных работ, связанных с разработкой рекламного продукта - знает основы редакторской работы текстом; - знает критерии оценки рекламных и PR-текстов - усвоил основную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины - умеет осуществлять выбор стандартных методов, адекватных целям и задачам типовой разработки рекламного продукта - умеет формулировать основное целевое назначение и определить целевую аудиторию рекламного продукта; - умеет реализовывать основные коммуникативные намерения; логично рассуждать, грамотно структурировать высказывание; - умеет с учетом основных критериев оценки рекламной и PR-

		производства и распространения Владеет (опыт) практическими навыками ведения проектов, связанных с разработкой рекламного продукта - навыками работы в основных компьютерных программах, используемых для создания рекламного продукта, - навыками анализа текста с точки зрения используемых в нем приемов воздействия на аудиторию, -навыками создания рекламного продукта в соответствии с поставленной задачей, - правовой информацией по организации и управлению профессиональной деятельности			деятельности выявлять и устранять недочеты при работе с текстами маркетинговых коммуникаций; - умеет профессионально грамотно использовать компьютерные технологии в практической деятельности; - умеет работать с основными прикладными программами, обеспечивающими подготовку рекламного продукта; - владеет основными методами логической обработки информации; - владеет навыками редакторского анализа текстов основных функциональных стилей и основного репертуара жанров, - способен разрабатывать на основе типовых документов технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт Повышенный уровень - знает базовую терминологию предметной области; - знает стандартные и специальные методики планирования проектных работ, связанных с разработкой рекламного продукта - знает основы редакторской работы с текстом; - знает основы культуры речи; - знает критерии оценки рекламных и PR-текстов - усвоил основную и дополнительную литературу, рекомендованную,

					рабочей программой дисциплины - умеет определять основные и ситуативные проблемы, организовывать постановку проектной задачи для уникальной ситуации; - умеет предельно четко формулировать цели, назначение и определить целевую аудиторию рекламного продукта; - умеет эффективно реализовывать свои коммуникативные намерения; логично рассуждать, аргументировать и грамотно структурировать высказывание; - умеет с учетом всех критериев оценки рекламной и PR-деятельности выявлять и устранять недочеты в работе с текстами маркетинговых коммуникаций; - умеет работать с основными и специальными прикладными программами, обеспечивающими подготовку рекламного продукта - владеет методами логической обработки информации; - владеет навыками редакторского анализа текстов разной функциональной направленности и жанрового своеобразие способен разрабатывать технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт, соответствующие

					конкретной проектной ситуации
Специальные компетенции не формируются					

7. Содержание производственной практики

7.1. Общая трудоемкость практики составляет 6 зачетных единиц, или 4 недели, или 216 часов.

№ п/п	Разделы (этапы) и содержание практики	Общая трудоемкость		Формы текущего контроля
		Зач. ед.	Часы	
1.	Подготовительный 1. Участие в установочной конференции. 2. Знакомство с Положением по производственной практике; правами и обязанностями в период практики; содержанием практики и производственными заданиями; правилами оформления отчетной документацией 3. Инструктаж по технике безопасности и охране труда. 4. Согласование плана производственной работы на практике. 5. Согласование перечня индивидуальных заданий. 6. Получение направлений на производственную практику	0,125	4,5	-Отметка в дневнике практике об участии в установочной конференции в вузе; - целеполагание студента в отношении своего профессионального развития на период практики; -образовательное целеполагание на период практики; - анализ плана работы на практике составленного студентом; - проверка наличия резюме и портфолио, подготовленного студентом к практике; - отметка в дневнике о проведении инструктажа по технике безопасности и охране труда; (первичный).
2.	Начальный 9. Знакомство с предприятием - базой практики (спецификой деятельности, организационной структурой). 10. Знакомство с историей предприятия, миссией, стратегией развития. 11. Знакомство с общими правилами внутреннего распорядка предприятия. 12. Знакомство с основами корпоративной культуры, традициями, ценностями предприятия. 13. Знакомство с программой производственной практики. 14. Знакомство с условиями работы и рабочим местом. 15. Знакомство с составом рабочего коллектива. 16. Инструктаж по технике безопасности на рабочем месте	0,125	4,5	- Отметка в дневнике практики; - инструктаж по технике безопасности на рабочем месте.
3.	Основной 6. анализ внешних и внутренних нормативно-справочных документов, регламентирующих деятельность по копирайтингу; 7. анализ специфики управления коммуникационными проектами предприятия – базы практики;	5,5	198	- Отчет по результатам проведения диагностики профессионального целеполагания, образовательного планирования; - присутствие на рабочем месте на практике (табель); -выполнение плановых работ (отметки в дневнике);

	8. анализ проектной работы в процессе управления рекламной и PR- деятельностью; 9. анализ взаимодействия копирайтеров с руководителями и сотрудниками организации; 10. самостоятельное выполнение производственных заданий и взаимодействие с трудовым коллективом на период реализации практики; 11. участие в организации потребительской и экспертной оценки результативности и эффективности коммуникационных продуктов.			-присутствие на промежуточных консультациях с руководителем практики от кафедры; -анализ и оценка выполненных работ (отчет по практике); - характеристика на студента с места практики.
4.	Заключительный 5. Комплектование и оформление отчетной документации. 6. Участие в заключительной конференции, 7. Выступление с докладом о результатах практики 8. Подведение итогов практики	0,25	9	-Подготовка и оформление отчетной документации (Отчет, Дневник практики и др.); -подготовка выступления по итогам практики (Устный доклад, презентация); - участие в отчетной (итоговой) конференции; - профессиональная и образовательная самооценка (анализ и портфолио); - оценка результатов практики.

7.2. Индивидуальные задания, выполняемые студентом в период производственной практики

№ п/п	Этап практики	Задания, выполняемые студентом
1.	Подготовительный	Составление плана работы на практике
2.	Начальный	Описание базы практики
3.	Основной Выполнение всех видов работ студентом в период практики, включая решение конкретных профессиональных задач	5. Изучение процессно-организационной структуры предприятия (Модель организационной структуры предприятия с выделенной структурой, регулирующей коммуникационную политику компании); 6. организация диагностики уровня коммуникационной политики компании (оценка эффективности участия организации в оптимизации отношений субъекта PR с его целевой общественностью); 7. организация целеполагания и планирование участия коммуникационной деятельности компании (внесение ценных предложений по целеполаганию и планированию участия в рекламных, PR-мероприятиях и SMM-продвижении компании с учетом подготовки текстов, поддерживающих коммуникационную политику компании); 8. организация работы по выбору направлений оптимизации отношений с внешней общественностью и релевантного жанрового инструментария (проведение аналитической работы по плану, составленному самостоятельно); 9. организация форм участия компании в ивент-мероприятиях (организация отбора коммуникативно-жанрового инструментария совместно с руководителем практики от предприятия – в соответствии с программой коммуникационной деятельности компании);

		10. организация формы работы с внутренней и внешней общественностью (моделирование «портрета» представителей целевой общественности и отбор релевантных ему средств коммуникативного воздействия); 11. изучение, анализ продукции предприятия (или инновационных разработок) и выработка рекомендаций по оптимизации коммуникационной политики компании.
4.	Заключительный	Подготовка доклада на итоговую конференцию в вузе. Подготовка итоговой презентации

8. Формы отчетности по практике

1. Дневник практики (приложение 1).
2. Отчет по практике (приложение 2)

9. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике

Шифр компетенции	Формулировка		
	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по практике
ПК-1 — Способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью			
Базовый уровень			
Знает основные методы управления деятельностью организации в сфере рекламы и связей с общественностью. Может применить их на практике	Способен работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике
Повышенный уровень			
Знает основные и уникальные методы управления деятельностью организации в сфере рекламы и связей с общественностью. Понимает необходимость использования основных и оригинальных методов управления деятельностью организации в зависимости от	Способен работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике

жизненного цикла организации. Регулярно демонстрирует умение применять их на практике.			
ПК-2 — владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации			
Базовый уровень			
Знает основные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений и методы управления деятельностью организации. Может применить их на практике	Владеет типовыми технологиями тайм-менеджмента и самоорганизации	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике
Повышенный уровень			
Знает основные и уникальные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений основные и уникальные методы управления деятельностью организации Понимает значение основных теорий и концепций взаимодействия людей в организации, постоянно использует разнообразные методы управления деятельностью организации в своей практике	Владеет специальными технологиями тайм-менеджмента и самоорганизации	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике
ПК-3 — владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами			
Базовый уровень			
Знает основные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений и методы управления деятельностью малой организации. Может применить их на практике	Способен работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность в типовых ситуациях, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике
Повышенный уровень			
Знает основные и уникальные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений	Способен работать в команде и самостоятельно, проявлять ситуативно коммуникативную	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике

основные и уникальные методы управления деятельностью малой организации Понимает значение основных теорий и концепций взаимодействия людей в организации, постоянно использует разнообразные методы управления деятельностью организации в своей практике	компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным		
ПК-4 – владение навыками подготовки проектной документации			
Базовый уровень			
Знает: -основные формы проектной документации; -требования к проектной документации; - формы и способы представления проектной документации. Может использовать их на практике Умеет: - составлять технические задания на разработку проектов; - делать презентацию проектной документации; - использовать программное обеспечение для решения задач, связанных с проектной деятельностью; Владеет навыками подготовки проектной документации	Способен разрабатывать на основе типовых документов типовые технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике
Повышенный уровень			
Знает: - основные формы проектной документации и требования к ним; -понимает значение проектной документации в производственной деятельности, постоянно использует их в своей практике Умеет: - составлять технические задания на разработку проектов;	Способен разрабатывать на основе типовых документов специальные технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт соответствующие конкретной проблемной ситуации	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике

- делать презентацию проектной документации; - использовать программное обеспечение для решения задач, связанных с проектной деятельностью; Владеет навыками подготовки проектной документации			
ПК-5 — способность реализовывать проекты и владеть методами их реализации			
Базовый уровень:			
Знает основные принципы организации и проведения проектной деятельности. Может применить их на практике	Владеет практическими навыками ведения типовых проектов	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике
Повышенный уровень:			
Знает основные принципы организации и проведения проектной деятельности. Понимает значение проектной деятельности в современных рыночных условиях, постоянно участвует в проектной деятельности и способен руководить проектами	Владеет практическими навыками ведения типовых оригинальных проектов	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике
ПК-6 — способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внешней и внутренней коммуникации			
Базовый уровень			
Знает структуру основных внутренних коммуникаций организации, систему базовой мотивации сотрудников и их роль в создании имиджа фирмы. Может применить их на практике	Владеет навыками анализа состояния внутренних коммуникаций компании	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике
Повышенный уровень			
Знает структуру основных и оригинальных внутренних коммуникаций организации, систему базовой и ситуативной мотивации сотрудников и их роль в создании имиджа фирмы. Понимает значение внутренних коммуникаций в формировании имиджа компании, постоянно использует разнообразные	Владеет навыками анализа оценки состояния внутренних коммуникаций компании	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике

виды мотивации членов организации в своей практике			
ПК-7 — способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий			
Базовый уровень			
Знает: - основные этапы планирования, организации и контроля коммуникационных кампаний и мероприятий; типовые методы сбора информации для планирования, организации и контроля коммуникационные кампании и мероприятия. Может применить их на практике Умеет: - осуществлять сбор, анализ и интерпретацию информации, необходимую для проведения, организации и контроля коммуникационные кампании и мероприятия -осуществлять различные виды контроля во время проведения, организации и контроля коммуникационные кампании и мероприятий; Владеет: - способен осуществлять руководство проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационные кампании и мероприятий; - владеет методами оценки качества и эффективности коммуникационные кампании и мероприятий	Способен осуществлять руководство проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационные кампании и мероприятий на базовом уровне в стандартных ситуациях	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике

Повышенный уровень			
Знает: - основные этапы планирования, организации и контроля коммуникационных кампаний и мероприятий; типовые методы сбора информации для планирования, организации и контроля коммуникационных кампаний и мероприятий. Может применить их на практике Умеет: - осуществлять сбор, анализ и интерпретацию информации, необходимую для проведения, организации и контроля коммуникационных кампаний и мероприятия -осуществлять различные виды контроля во время проведения, организации и контроля коммуникационных кампаний и мероприятий; Владеет: - способен осуществлять руководство проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий; - владеет методами оценки качества и эффективности коммуникационных кампаний и мероприятий	Способен осуществлять руководство проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий в критических ситуациях	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике
ПК-8 — способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы			
Базовый уровень			
Знает основные принципы производства, подготовки к выпуску и распространения рекламной продукции в рамках традиционных средств рекламы. Может применить их на практике	Владеет навыками редакторского анализа текстов основных функциональных стилей и основного репертуара жанров.	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике

Повышенный уровень			
Знает основные принципы производства, подготовки к выпуску и распространения рекламной продукции в рамках современных средств рекламы. Понимает значение всех этапов производства и распространения рекламной продукции, целесообразно использует их в своей практике	Владеет навыками редакторского анализа текстов разной функциональной направленности и жанрового своеобразие.	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике
ПК – 9 – способность проводить маркетинговые исследования			
Базовый уровень			
Знает основные принципы организации и проведения маркетинговых исследований. Может применить их на практике.	Способен разрабатывать стандартные планы, программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации.	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике
Повышенный уровень			
Знает основные принципы организации и проведения маркетинговых исследований. Понимает значение маркетинговых исследований в рыночной ситуации, постоянно использует их в своей практике	Способен разрабатывать стандартные и нестандартные планы, программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации.	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике
ПК-10 — способность организовывать и проводить социологические исследования			
Базовый уровень			
Знает основные принципы организации и проведения социологических исследований. Может применить их на практике	Способен разрабатывать стандартные планы, программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике
Повышенный уровень			
Знает основные принципы организации и проведения социологических исследований. Понимает значение социологических исследований, постоянно использует их в своей практике	Способен разрабатывать стандартные и нестандартные планы, программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации.	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике
ПК-11 — владение навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов			

Базовый уровень			
Знает основные требования к написанию аналитических справок, обзоров и прогнозов. Может применить их на практике	Способен разрабатывать стандартные планы, программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации.	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике.
Повышенный уровень			
Знает основные требования к написанию аналитических справок, обзоров и прогнозов. Понимает значение прогнозно-аналитической документации в рыночной ситуации, постоянно использует ее в своей практике	Способен разрабатывать стандартные и нестандартные планы, программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации.	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике.
ПК – 12 – способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации			
Базовый уровень			
Знает основные принципы функционирования рекламного рынка, основные принципы работы организации, специфику создания рекламных обращений. Может применить их на практике в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации	Владеет базовыми навыками работы в команде в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации.	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике.
Повышенный уровень			
Знает основные принципы функционирования рекламного рынка, основные принципы работы организации, специфику создания рекламных обращений. Понимает значение профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью, постоянно применяет их в своей практике в общественных, производственных, коммерческих	Владеет навыками работы в команде в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации.	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике.

структурах, средствах массовой информации			
ПК – 13 – способность под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия			
Базовый уровень			
Знает основные принципы планирования и подготовки рекламных кампаний и мероприятий. Может под контролем планировать и готовить рекламных кампаний и мероприятия	Способен работать в команде при проведении рекламных кампаний и мероприятий.	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике.
Повышенный уровень			
Знает основные принципы планирования и подготовки рекламных кампаний и мероприятий. Понимает значение грамотного планирования для подготовки рекламных кампаний и мероприятий, способен выбирать методы сбора информации и решения поставленных задач. Имеет практический опыт планирования мероприятий под контролем преподавателя (руководителя).	Способен работать в команде при проведении рекламных кампаний и мероприятий.	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике.
ПК – 14 – способность реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности			
Базовый уровень			
Знает основные принципы функционирования рекламного рынка, основные принципы работы организации, специфику создания рекламных обращений. Может применить их на практике	Владеет основными навыками создания рекламного продукта в соответствии со стандартно поставленной задачей.	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике.
Повышенный уровень			
Знает основные принципы функционирования рекламного рынка, основные принципы работы организации, специфику создания рекламных обращений. Понимает значение профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью,	Владеет навыками создания рекламного продукта в соответствии с стандартно и нестандартно поставленной задачей.	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике.

постоянно применяет их в своей практике			
ПК – 15 – владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы / связей с общественностью			
Базовый уровень			
Знает основные принципы разработки и реализации организационно-управленческих решений; Может применить их на практике	Способность работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным.	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике.
Повышенный уровень			
Знает основные принципы разработки и реализации организационно-управленческих решений; Понимает значение принятия организационно-управленческих решений в производственной ситуации, постоянно использует их в своей практике	Способен эффективно самостоятельно работать в команде, проявляя коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным, адекватно оценивая ситуацию в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве.	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике.
ПК – 16 – способность под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы			
Базовый уровень			
Знает основные принципы производства, подготовки к выпуску и распространения рекламной продукции в рамках традиционных средств рекламы. Может применить их на практике	Способен разрабатывать на основе типовых документов технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике.
Повышенный уровень			
Знает основные принципы производства, подготовки к выпуску и распространения рекламной продукции в рамках современных средств рекламы. Понимает значение всех этапов производства и распространения	Способен разрабатывать технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт, соответствующие конкретной проектной ситуации	Зачет с оценкой	Дневник практики Отчет по практике.

рекламной продукции, целесообразно использует их в своей практике			
Требования к проведению промежуточной аттестации по практике:			
14. Выполнение плана практики. 15. Выполнение индивидуальных заданий. 16. Оформление дневника и отчета по практике и представление на кафедру в течение первой недели после окончания практики. 17. Выступление с докладом и презентацией на итоговой конференции.			
Критерии оценки результатов прохождения студентом промежуточной аттестации:			
Зачтено («отлично»)	– отчетная документация оформлена в соответствии со всеми требованиями; – подготовленные коммуникативные продукты являются авторскими и обладают новизной; – используемые методы, приемы и формы работы оптимальны для решения поставленных задач и соответствуют корпоративным особенностям; – рекомендации по улучшению коммуникационной политики компании достаточно подробны, четки, логичны; – анализ деятельности предприятия в отношении оценки публичитного капитала проведен грамотно, подробно и логично, дано хорошее обоснование полученных результатов и эффективных коммуникативных средств, отражены причинно-следственные связи, сделаны практические выводы		
Зачтено («хорошо»)	– отчетная документация оформлена в соответствии с требованиями с небольшими неточностями; – в разработки коммуникативных продуктов внесены элементы творчества и самостоятельности; – используемые методы, приемы и формы работы в целом соотносятся с поставленными задачами; – рекомендации по улучшению коммуникационной политики компании недостаточно подробны, отдельные элементы не связаны между собой; – анализ деятельности предприятия в отношении оценки публичитного капитала проведен грамотно, есть небольшие недостатки и неточности; достаточно обоснованы практические выводы, отражены причинно-следственные связи		
Зачтено («удовлетворительно»)	– отчетная документация оформлена с ошибками, некоторые документы не соответствуют требованиям; – участие в коммуникационной деятельности предприятия пассивное, только в рамках задания, сформулированного руководителем практики от предприятия; – используемые методы, приемы и формы работы часто не связаны с поставленными задачами, являются малоэффективными; – планирование коммуникационной деятельности предприятия не имеет четкой структуры.		
Не зачтено («неудовлетворительно»)	Отрывочное знание материала, отсутствие умений и навыков, свидетельствующее о несформированности заявленных компетенций.		

10. Перечень учебной литературы и ресурсов «Интернет», необходимых для проведения практики

а) основная литература:

1. Коноваленко В.А. и др. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность. – М.: Юрайт, 2014, – 383 с.
2. Минаева Л.В. Связи с общественностью. Составление документов. Теория и практика. – М.: Аспект Пресс, 2012. – 324 с.
3. Ухова Л.В. Эффективность рекламного текста. – Ярославль: РИО ЯГПУ, 2012. – 375 с.
4. Чумиков А. Н. Реклама и связи с общественностью: имидж, репутация, бренд : учеб. пособие для студентов вузов. – М.: Аспект Пресс, 2012. – 159 с.

б) дополнительная литература:

1. Ухова Л.В., Интерпретационные модели анализа текстов массовой коммуникации. – Ярославль: РИО ЯГПУ, 2010. – 104 с.
2. Аниськина Н.В., Колышкина Т.Б. Рекламный текст: теория и практика анализа. – Ярославль: РИО ЯГПУ, 2010. – 254 с.
3. Солганик Г.Я., Дроняева Т.С. Стилистика современного русского языка и культура речи. – М.: Академия, 2004. – 256 с.
4. Ухова Л.В., Тихонова О.А., Интерпретационный анализ текстов печатной рекламы. – Ярославль: РИО ЯГПУ, 2008. – 139 с.
5. Ушанов П.В. Медиа рилейшнз. Основные аспекты взаимодействия СМИ и public relations. – М.: Флинта; Наука, 2009. – 80 с.
6. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз. – М.: Дашков и К, 2007. – 332 с.

в) программное обеспечение:

1. программы, обеспечивающие доступ в сеть Интернет (например, «Google chrome»);
2. программы, демонстрации видеоматериалов (например, проигрыватель «Windows Media Player»);
3. программы для демонстрации и создания презентаций (например, «Microsoft PowerPoint»);
4. базы данных, информационно-справочные и поисковые системы: Yandex, Google.

г) интернет-ресурсы:

1. Book-ua.org – библиотека электронных учебников
2. eLIBRARY.ru – научная электронная библиотека
3. http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Pedagog/index.php Библиотека Гумер – полнотекстовые книги по коммуникативистике, маркетингу, менеджменту
4. www.gumfak.ru – электронная гуманитарная библиотека
5. Библиотека учебной и научной литературы РГИУ. <http://www.i-u.ru/>
6. Единая коллекция Цифровых Образовательных Ресурсов <http://school-db.informika.ru/>
7. Единое окно доступа к образовательным ресурсам <http://window.edu.ru/window/library>
8. Журнал «Индустрия рекламы» <http://www.advesti.ru/>
9. Журнал «Рекламные идеи» <http://www.advi.ru>
10. Журнал «Рекламодатель» <http://www.reklamodatel.ru>
11. Журнал «Реклама. Теория и практика» <http://www.grebennikov.ru>
12. Журнал «Новости рекламы» http://www.новости_рекламы.рф
13. Каталог образовательных Интернет-ресурсов <http://catalog.vlgmuk.ru/?8.42.0.0.5.0.0>
14. Каталог образовательных ресурсов http://window.edu.ru/window?p_frubr=1.2&p_mode=1&p_rid=9735&p_rubr=2.1.30

15. Официальный сайт Министерства Образования и Науки РФ <http://mon.gov.ru/>
16. Портал «Sostav.ru» (Портал о рекламе, Ведение в педагогическую деятельность; Общие основы педагогики; Теория обучения; Теория и методика воспитания; Педагогические технологии; Управление образовательными системами) <http://www.pedpro.ru/>
17. Сайт Федерального государственного образовательного стандарта <http://standart.edu.ru/>
18. Сайт ВВЦ Красная Пресня - <http://www.expocentr.ru>
19. Сайт ВВЦ ВДНХ - <http://www.vdnh.ru>
20. Сайт российской торгово-промышленной палаты- <http://www.tpp.rf>
21. Электронная интернет-библиотека <http://www.internet-biblioteka.ru/>

11. Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных сетей

В процессе организации производственной практики руководителями от выпускающей кафедры могут применяться следующие информационные технологии:

- использование дистанционной технологии при обсуждении материалов практики с руководителем;
- использование мультимедийных технологий при выступлении на заключительной конференции;
- использование компьютерных технологий и программных продуктов (MSOffice и др.), необходимых для сбора, систематизации, хранения, представления учебной и научной информации;
- подготовка, конструирование и презентация итогов исследовательской и аналитической деятельности;
- самостоятельный поиск дополнительного учебного и научного материала, с использованием поисковых систем и сайтов сети Интернет, электронных энциклопедий и баз данных;
- использование электронной почты преподавателей и обучающихся для рассылки, переписки и обсуждения возникших учебных проблем во время прохождения практики.

Перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

№ п/п	Название программы/Системы	Описание программы/Системы
1	КонсультантПлюс	Справочная правовая система
2	Microsoft PowerPoint	Программа для создания и демонстрации презентаций
3	Windows Media Player	Программы, демонстрации видео материалов
4	Google chrome, Yandex	Программы, обеспечивающие доступ в сеть Интернет

12. Материально-техническая база, необходимая для проведения практики

№№ пп	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
1	Бытовые помещения, соответствующие действующим	Оборудованные рабочие места: компьютер (с выходом в Интернет), принтер, сканер, ксерокс, мультимедиа, телевизор, CD-проигрыватель, интерактивная доска.

	санитарным и противопожарным нормам, а также требованиям техники безопасности при проведении учебных и научно-производственных работ	
2	Учебная аудитория для проведения консультаций 150014, г. Ярославль, Которосльская набережная, д. 66, учебный корпус 5, каб. № 416	Специализированная мебель, набор демонстрационного оборудования (стационарный мультимедийный проектор, средства звуковоспроизведения, экран), выход в Интернет.
3	Помещение для самостоятельной работы (Ресурсный центр ФРФиК) 150014, г. Ярославль, Которосльская набережная, д. 66, учебный корпус 5, каб. № 307.	Специализированная мебель, 12 ПК, комплект лицензионного программного обеспечения, ЭБС «IPRbooks», ЭБС «eLIBRARY.ru», справочно-правовая система «Консультант Плюс», доступ в электронную образовательную среду университета moodle, на сайт университета http://yspu.org
4	Специализированный кабинет для выполнения проектных работ	Компьютер, принтер, сканер, ксерокс для тиражирования аналитических и проектных материалов, выход в Интернет
5	Кабинет или архив	Специализированная мебель, набор правовой литературы и нормативной документации
6	Конференц-зал	Специализированная мебель, набор демонстрационного оборудования

13. Рекомендации по организации самостоятельной работы обучающихся в период производственной практики

Самостоятельная работа обучающихся в период практики составляет 216 часов.

Примерный перечень вопросов для обсуждения на итоговой конференции

41. Удовлетворены ли Вы работой на предприятии – базе практики? Если Вы не удовлетворены, то чем именно?
42. Какие формы работы вызвали трудности в проектной и организационной профессиональной подготовке?
43. По каким направлениям работы сложнее всего было подготовить тексты определенной жанрово-стилевой направленности? Каковы причины данных трудностей?
44. Какие основные коммуникационные технологии Вы использовали?
45. Какие проблемы оказались наиболее существенными на предприятии – базе практики?
46. Что бы Вы изменили в организации данной производственной практики?
47. Что Вам лично дала производственная практика?

48. Ваше впечатление о работе предприятия – базе практики в целом?
49. Насколько Вы оцениваете свою работу на предприятии – базе практики?
50. Ваши пожелания, предложения по улучшению производственной практики.

Схема анализа проектной деятельности

5. Какие цели и задачи ставились руководителем практики в начале работы и возникали в течение всей практики?
6. В какие виды деятельности и в какой форме Вы включались при разработке и реализации проекта:
 - консультационные;
 - исследовательские;
 - подготовительные;
 - познавательные;
 - организованные;
 - управленческие.
7. С какими трудностями встретились при работе на предприятии – базе практики? В чем они заключались? Конфликтные ситуации в коллективе и способы их предотвращения.

Схема анализа проблемной ситуации.

III. Идентификация проблемной ситуации.

Анализ ситуации предполагает размышление и ответы на следующие вопросы:

7. Что предшествовало возникновению проблемной ситуации?
8. Что способствовало ее обострению?
9. В чем смысл разрешения этой ситуации для меня?
10. В каких отношениях мы были до возникновения проблемной ситуации?
11. Что изменилось в наших отношениях?
12. В чем интересы каждого из нас (зафиксируйте отдельно свои и участника (или участников) проблемной ситуации)?

IV. Анализ собственного отношения к возникшей проблеме.

7. Чем мне неприятна данная ситуация?
8. Что в ней кажется мне ценным?
9. Чего я хочу от участников проблемной ситуации?
10. Вправе ли я этого хотеть?
11. Помогаю ли я в разрешении этой ситуации?
12. Соблюдаю ли я в этой ситуации наши обоюдные интересы или только интересы одной стороны?

Я использую эту ситуацию:

- а) чтобы узнать участников проблемной ситуации;
- б) чтобы помочь им;
- в) чтобы застраховаться от неприятностей;
- г) чтобы заставить другого делать так, как считаю нужным;
- д) чтобы все мои интересы были реализованы.

III. Анализ поведения участников проблемной ситуации.

7. Была ли другая сторона инициатором проблемной ситуации конфликта или оказалась втянутым в него?
8. Было ли поведение участника проблемной ситуации защитной мерой (помните, что нападение тоже может быть защитой) или он пытался осмыслить происходящее?

9. Был ли участник проблемной ситуации настроен на конфронтацию или - на согласие?
 10. Был ли он активен в споре или сразу занял пассивную роль?
 11. Как вы предполагаете, нужен ли участнику проблемной ситуации этот конфликт? Чего он ждет в нем от себя? Чего - от вас?
 12. Какие основные способы сотрудничества Вы использовали? Проиллюстрируйте на примере одной из проблемных ситуаций.
8. Методы и приемы работы в организационный период проекта: для адаптации участников проекта; для создания микроклимата; способы коллективного целеполагания и планирования проекта; организация сотрудничества в проектной группе и т.д.,

Схема составления характеристики предприятия – базы практики при осуществлении коммуникационной деятельности.

10. Характеристика основной деятельности предприятия.
11. Миссия предприятия. Основные стратегические цели развития. Корпоративная культура. Состояние репутационного капитала предприятия.
12. Функционально-организационная структура предприятия. Руководство предприятия.
13. Оценка степени развития организации (по любой модели).
14. Общие сведения о трудовом коллективе предприятия – базы практики: количество сотрудников.
15. Общие сведения о коммуникационной политике предприятия.
16. Оценка нематериальных активов предприятия. Характеристика инновационной продукции предприятия.
17. Факторы, оказывающие влияние на формирование репутационного капитала предприятия (влияние конкурентного окружения, потребительское поведение, общественное мнение, мнение целевых групп PR-воздействия и т.п.).
18. Выводы и предложения по содержанию и организации коммуникационной деятельности на предприятии.

Схема оценки проектной деятельности

7. Период планирования и реализации проекта (структурное подразделение, ответственное за ведение проекта, форма организации, тема проекта).
8. Актуальность темы проекта. Новизна проекта. Технико-экономическое обоснование проекта. Цели и задачи проекта
9. Организация планирования проекта. План-график реализации плана. Ответственные за этапы разработки. Финансовое и материально-техническое обеспечение разработки. Бизнес-планирование.
10. Этапы прохождения проектирования с подробным описанием приемов и методов работы, дополнительно используемых средств.
11. Мотивационно-психологическое сопровождение проекта. Интерес участников проектной группы и их активность на каждом этапе.
12. Оцените свою профессиональную позицию на каждом этапе, стиль общения и взаимодействия с участниками проектной группы.

С какими организационными, методическими, психологическими трудностями Вы столкнулись при подготовке и реализации проекта? Что бы Вы хотели изменить?

14. Методические рекомендации

Отчетной документацией по производственной практике является отчет и дневник студента-практиканта с ежедневными записями о проделанной работе и приложения к дневнику, включающие оформленные задания по практике.

Отчет и итоговый дневник студента по практике хранится на кафедре в течение трех лет.

1. В ходе практики студент составляет итоговый письменный отчет. Цель отчета – показать степень полноты выполнения студентом программы практики. В отчете отражаются итоги деятельности студента во время прохождения практики в соответствии с разделами и позициями, соответствующие расчеты, анализ, обоснования, выводы и предложения.

2. Объем отчета (основной текст) – 25-30 страниц. Таблицы, схемы, диаграммы, чертежи можно поместить в приложения, в этом случае в основной объем отчета они не входят. Список документов, нормативных и инструктивных материалов и литературы в основной объем отчета не включаются.

3. Отчет о практике должен содержать:

3.1. Титульный лист (по форме университета в год сдачи отчета).

3.2. Оглавление (содержание) отчета.

3.3. Введение (обоснование актуальности практик, формулирование цели и задач, которые студент ставит перед собой на время практики, планируемые результаты).

3.4. Содержание и анализ всех видов деятельности в период практики (согласно заданию по практике). Результаты работы оформляются в виде таблиц, графиков с последующим анализом.

3.5. Дневник практики.

3.6. Заключение (анализ достигнутых результатов).

3.7. Список литературы.

3.8. Приложения (Таблицы, схемы, иллюстрации, фотографии, расчёты, списки нормативных документов, литература).

3.9. Характеристика студента-практиканта, подписанная руководителем организации.

В основной части отчета по практике необходимо отразить следующие позиции:

- общая характеристика места прохождения практики: специализация организации (предприятия) и подразделения (департамента, управления, отдела, цеха), тип организации (тип производства), назначение и характер продукции (услуг, товаров);

План характеристики (изучения) коммуникационной деятельности предприятия – базы практики
Специфика производственной деятельности предприятия. Миссия. Стратегические цели развития, анализ и оценка развития организации
Описание функционально-организационной структуры предприятия
Материально-техническая база предприятия, финансовые условия
Квалификация персонала
Описание инновационной деятельности предприятия
Оценка репутационного капитала организации
Моделирование «портрета» целевой общественности Разработка и производство коммуникативных продуктов Изучение критериев контроля коммуникационной деятельности Участие в организации ивент-мероприятий компании Идентификация проблемных ситуаций Участие в организации отбора коммуникативно-жанрового инструментария в соответствии с программой коммуникационной деятельности компании

Участие в совещании по целеполаганию и планированию участия в рекламных, PR-мероприятиях и SMM-продвижении компании (по стандартной методике)

Участие в совещаниях по организации предприятия

Внесение ценных предложений по целеполаганию и планированию участия в рекламных, PR-мероприятиях и SMM-продвижении компании с учетом подготовки текстов, поддерживающих коммуникационную политику компании

Участие в согласовании плана коммуникационной политики предприятия

Участие в согласовании и оформлении документации по копирайтингу

Разработка SMM-продвижения

- характеристика основных направлений деятельности организации (предприятия) и реализуемых проектов;

- характеристика выполненных заданий;
- материалы по разделам
- выводы и рекомендации о прохождении практики.
- отчет брошюруется в папку.

По окончании практики отчет вместе с дневником представляется руководителю практики от организации, проверяется и подписывается им и заверяется печатью. Затем сдается вместе с дневником и отзывом-характеристикой руководителя практики от организации, после его регистрации на кафедре – руководителю практики от кафедры.

Дневник прохождения практики

1. Выполненную за каждый день работу с указанием сведений, материалов, полученных при прохождении практики, студент-практикант отражает в дневнике практики.

2. Дневник содержит:

- информацию о месте и сроках прохождения практики;
- календарный график прохождения практики;
- наименование подразделений, где проходила практика;
- содержание разрабатываемых и изучаемых вопросов практики, выполненная по ним работа;
- календарные сроки выполнения всех позиций проведенных работ;
- список материалов, собранных студентом в период прохождения практики для написания ВКР (если имеется);
- замечания и рекомендации руководителя практики от кафедры.

3. По окончании практики дневник подписывается руководителем практики от организации.

4. Дневник сдается вместе с отчетом о практике, после его регистрации на кафедре – руководителю практики от кафедры.

15. Организация практики на заочном отделении

Отличий от практики на дневном отделении в количестве часов, недель и зачетных единиц нет. В качестве баз практики могут быть выбраны места работы студентов, если они соответствуют требованиям, изложенным в пункте 4.

16. Особенности организации практики для студентов из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

1. Базы производственной практики для студентов из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и (или) инвалидов подбираются кафедрой с учетом особенностей их психофизического развития, их индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

2. Производственная практика для студентов из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и (или) инвалидов в случае необходимости проводится стационарно (на кафедре).

3. Каждому студенту из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и (или) инвалидов на время прохождения производственной практики в случае необходимости назначается индивидуальный консультант. Студенты из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и (или) инвалиды в зависимости от их индивидуальных возможностей и состояния здоровья могут быть обеспечены пакетом необходимых документов об организации и содержании практики.

4. Содержание практики может быть скорректировано в зависимости от особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья студентов из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и (или) инвалидов.

Приложение 1

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

Факультет русской филологии и культуры факультет

Кафедра теории коммуникации и рекламы

Направление подготовки: 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Реклама и связи с общественностью»

Форма обучения очная

Курс 3

Группа _____

ДНЕВНИК

прохождения производственной практики (по копирайтингу)

способ проведения практики: стационарная/выездная

Форма проведения практики: дискретно по видам

В

(на) _____

(наименование организации)

с _____ по _____

(указать дату)

(указать дату)

Студент _____

(подпись)

(инициалы и фамилия)

Руководитель практики

от организации

(должность) (место печати)

МП

(подпись)

(И.О. Фамилия)

Ярославль-20_____

**ФГБОУ ВО «Ярославский государственный педагогический
университет им. К.Д. Ушинского»
(ЯГПУ им. К.Д. Ушинского)**

« ____ » _____ 20__ г.

НАПРАВЛЕНИЕ НА ПРАКТИКУ № _____

Выдано студенту _____
(фамилия, имя, отчество)

направленному в _____

_____ (пункт назначения)

для прохождения производственной практики по
копирайтингу _____

срок проведения практики « ____ » _____ 20__ г. по « ____ » _____ 20__ г.

Основание: Приказ № _____ от « ____ » _____ 20__ г.

Руководитель практики:

**ОТМЕТКИ О ПРИБЫТИИ В ПУНКТЫ НАЗНАЧЕНИЯ И
ВЫБЫТИИ ИЗ НИХ:**

Убыл из _____
« ____ » _____ 20__ г.
Печать Подпись

Прибыл _____
« ____ » _____ 20__ г.
Печать Подпись

Прибыл _____
« ____ » _____ 20__ г.
Печать Подпись

Убыл из _____
« ____ » _____ 20__ г.
Печать Подпись

Примечание: отметки о прибытии и выбытии делаются по месту прохождения практики.

I. МЕСТО И СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Студент _____
__3__ курса факультета РФиК направления подготовки 42.03.01.
«Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с
общественностью»

направляется для прохождения производственной практики в:

Объем практики составляет 6 зачетных единицы.

Сроки практики: с «___» _____ 20__ г. по «___» _____ 20__ г.

Студент обязан представить *дневник, отчет о прохождении производственной практики, характеристику, табель посещения практики* до «___» _____ 20__ г. и получить зачет с оценкой по практике в соответствии с требованиями формы аттестации результатов практики, установленными учебным планом до «___» _____ 20__ г.

М.П.

Руководитель практики

«___» _____ 20__ г.

II. РАБОТА СТУДЕНТА В ПРОФИЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Студент _____
прибыл на производственную практику в профильную организацию:

« ____ » _____ 20 ____ г.

Профильная организация расположена по адресу:

Проходит практику в качестве _____
в _____
_____ с « ____ » _____ 20 ____ г.

Студент закончил прохождение практики « ____ » _____ 20 ____ г.

М.П. _____ Руководитель практики от профильной организации:

(ФИО)

(должность)

« ____ » _____ 20 ____ г.

III. ИНСТРУКТАЖ ПО ОХРАНЕ ТРУДА И ТЕХНИКЕ БЕЗОПАСНОСТИ

Характер инструктажа	Дата	Кто проводил инструктаж	Подпись студента
Водный инструктаж Повторный инструктаж на рабочем месте			

Руководитель практики от ЯГПУ:

Руководитель практики от
профильной организации:

(ФИО, подпись)

(ФИО, подпись)

(Должность)

(Должность)

Студент _____ (ФИО) _____ (подпись)

IV. ОБЯЗАННОСТИ СТУДЕНТА НА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ

55. Полностью пройти практику в соответствии с указанными в приказе по Университету сроками.
56. Выполнить в полном объеме задания, предусмотренные программой практики.
57. Подчиняться действующим на предприятии, в учреждении, организации правилам внутреннего трудового порядка.
58. Изучить и строго соблюдать правила охраны труда, техники безопасности и производственной санитарии.
59. Участвовать в научно-исследовательской работе по заданию кафедры.
60. Участвовать в общественной жизни коллектива предприятия, организации, учреждения.
61. Нести ответственность за выполняемую работу и ее результаты наравне со штатными работниками.
62. Вести дневник, в который записываются сведения, указанные в программе практики.
63. 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 ЯГПУ и от профильной организации.
64. Заверить подписями и печатями дневник практики, получить заверенную подписью и печатью характеристику.
65. По окончании практики и по прибытии в ЯГПУ сдать на проверку руководителю практики от ЯГПУ отчет, дневник, характеристику, представить собранные материалы для написания выпускной квалификационной работы и своевременно пройти форму аттестации, предусмотренную учебным планом и ФГОС ВО.

VI. ОБЯЗАННОСТИ РУКОВОДИТЕЛЕЙ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

14) Руководитель практики от ЯГПУ:

- 1.1. Составляет рабочий график (план) проведения практики;
- 1.2. Разрабатывает индивидуальные задания для обучающихся, выполняемые в период практики;
- 1.3. Участвует в распределении обучающихся по рабочим местам и видам работ в организации;
- 1.5. Осуществляет контроль соблюдения сроков проведения практики и соответствия ее содержания требованиям, установленным ОПОП ВО;
- 1.6. Оказывает методическую помощь обучающимся при выполнении ими индивидуальных заданий, а также при сборе материалов к выпускной квалификационной работе в ходе преддипломной практики;
- 1.7. Оценивает результаты прохождения практики обучающимися.

15) Руководитель практики от профильной организации:

- 2.1. Согласовывает индивидуальные задания, содержание и планируемые результаты практики;
- 2.2. Предоставляет рабочие места обучающимся;
- 2.3. Обеспечивает безопасные условия прохождения практики обучающимся, отвечающие санитарным правилам и требованиям охраны труда;
- 2.4. Проводит инструктаж обучающихся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка.
- 2.5. Проводит инструктаж обучающихся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка.

16) При проведении практики в профильной организации руководителем практики от ЯГПУ и руководителем практики от профильной организации составляется совместный рабочий график (план) проведения практики.

VII. СОВМЕСТНЫЙ РАБОЧИЙ ГРАФИК (ПЛАН) ПРОВЕДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Студент: _____ Группа: _____
(Фамилия ИО) (номер группы, курс)

Направление подготовки: 42.03.01. Реклама и связи с общественностью

Профиль: Реклама и связи с общественностью

Место прохождения практики: _____

Сроки прохождения практики: _____

№ п/п	Наименование темы или работы (вид работ)	Кол-во рабочих дней	Сроки исполнения (Дата)	Отметка о выполнении

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

(ФИО)

(должность)

М.П. Руководитель практики от профильной организации:

(ФИО)

(должность)

VII. ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ НА ПРОИЗВОДСТВЕННУЮ ПРАКТИКУ

Студенту: _____ Группа: _____
(Фамилия ИО) (группа, курс)

Направление подготовки: 42.03.01. Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью

Место прохождения практики: _____
(Полное наименование организации, местонахождение)

Задание на практику (заполняется в соответствии с программой практики):	Сроки выполнения	Планируемые результаты

Продолжительность практики: 4 недели

Сроки прохождения практики: с _____ по _____

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

(ФИО)

(должность)

«Согласовано» -

М.П.

Руководитель практики от профильной организации:

(ФИО)

(должность)

VIII. ДНЕВНИК
прохождения производственной практики

№ п/п	Содержание выполняемых работ	Сроки выполнения		Заключение и оценка руководителя практики от организации
		Начало	Окончание	
1	2	3	4	5
...				

**ЗАМЕЧАНИЯ И РЕКОМЕНДАЦИИ РУКОВОДИТЕЛЕЙ СТУДЕНТУ
В ПРОЦЕССЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**

Дата	Характер замечаний и рекомендаций	Ф.И.О. и должность руководителя

IX. ХАРАКТЕРИСТИКА

Студента-практиканта _____

(фамилия, имя, отчество)

3 курса ФРФиК направления «Реклама и связи с общественностью», проходившего
производственную практику

в _____

с «___» _____ по «___» _____ 201__ года

1. Общая оценка:

№	Оцениваемая характеристика	Оценка			
		5	4	3	2
1	Уровень подготовленности студента к прохождению практики				
2	Умение правильно определять и эффективно решать профессиональные задачи				
3	Степень самостоятельности при выполнении заданий по практике				
4	Инициативность				
5	Оценка трудовой дисциплины				
6	Оценка уровня выполнения индивидуальных заданий				

2. Виды и объем выполненных студентом работ, качество выполненных работ:

3. Отношение студента к работе, дисциплинированность:

4. Полученные и проявленные студентом практические навыки и умения, сформированные у студента профессиональные компетенции по направлениям и профилям подготовки, теоретическая подготовка:

5. Оценка прохождения студентом практики в целом (отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно): _____

Заключение о работе студента:

В процессе прохождения _____ практики в период с _____ по _____
(указать дату) (указать дату)
студент (ка) _____ проявил(а) себя как _____
(Ф.И.О.) (перечислить качества)

Кроме того, он(а) принял(а) непосредственное участие в разработке

(перечень разработанных вопросов)

Предоставленный отчет о прохождении производственной практики соответствует предъявляемым требованиям.

Считаю, что результат прохождения практики можно оценить на _____
(указать: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»)

Руководитель практики
от организации

(должность) МП место печати)
«_____» _____ 20____ г.

(подпись)

(Фамилия, имя, отчество полностью)

**Х. ОТЗЫВ РУКОВОДИТЕЛЯ ПРАКТИКИ ОТ ЯГПУ
О ВЫПОЛНЕНИИ СТУДЕНТОМ ПРОГРАММЫ
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
И ПОЛНОТЕ СБОРА МАТЕРИАЛОВ
(с учетом уровня сформированности компетенций)**

Код компетенции	Сформирована	Частично сформирована	Не сформирована
ПК-1 «Способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью»			
ПК-2 «Владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации»			
ПК-3 «Владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами»			
ПК-4 «Владение навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)»			
ПК-5 «Способность реализовывать проекты и владеть методами их реализации»			
ПК-6 «Способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внешней и внутренней коммуникации»			
ПК-7 «Способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий»			

ПК-8 «Способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы»			
ПК-9 «Способность проводить маркетинговые исследования»			
ПК-10 «Способность организовывать и проводить социологические исследования»			
ПК-11 «Владение навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов»			
ПК-12 «Способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации»			
ПК-13 «Способность под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия»			
ПК-14 «Способность реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности»			
ПК-15 «Владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы / связей с общественностью»			
ПК-16 «Способность под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы»			

Заключение: _____

Оценка пройденной практики руководителем от ЯГПУ
(уровень подготовки, квалификация, выполнение графика практики, дисциплинированность и т.д.)

Руководитель практики
от ЯГПУ им. К.Д. Ушинского

(подпись)

/

(расшифровка подписи)

« ____ » _____ 20 ____ г.

КРАТКАЯ ИНСТРУКЦИЯ СТУДЕНТУ-ПРАКТИКАНТУ

1. Перед выездом на практику необходимо:

- 1.16. Получить на кафедре индивидуальные задания, выполняемые в период практики, выяснить сроки практики.
- 1.17. Получить на кафедре консультацию и инструктаж по всем вопросам организации практики, в том числе по технике безопасности.
- 1.18. Составить совместный график прохождения практики с руководителем практики от университета, в котором отражаются следующие мероприятия, например:
 - знакомство со структурой организации и правилами внутреннего распорядка;
 - проведение повторного инструктажа на рабочем месте по соблюдению техники безопасности;
 - прохождение практики в соответствии с программой практики и индивидуальным заданием;
 - подготовка дневника 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. Прибыв на место практики студент-практикант обязан:

- 2.1. Ознакомиться с правилами внутреннего распорядка и техникой безопасности в организации и неуклонно их выполнять.
- 2.2. Встретиться с руководителем практики от профильной организации и согласовать с ним задания, выполняемые в период практики, и совместный график работы, подписать у него необходимые страницы дневника практики и проставить печати.

3. Обязанности студента в период практики:

- 3.1. Ежедневно вести дневник в строгом соответствии с программой практики и индивидуальным заданием (отражаются все виды работ и проводимые исследования);
- 3.2. Дневник должен быть полностью закончен на месте практики и там же представлен для отзыва о работе студента руководителю практики от профильной организации.

4. Возвратившись с практики студент-практикант обязан:

Представить руководителю практики от университета дневник и другие отчетные документы по практике.

Приложение 2

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

Факультет русской филологии и культуры
Кафедра теории коммуникации и рекламы
Направление подготовки: 42.03.01. Реклама и связи с общественностью
Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью

ОТЧЕТ

о прохождении производственной практики (по копирайтингу)

_____ (Ф.И.О. студента)
_____ 3 _____ курса _____ очной _____ формы обучения, группа _____

Место прохождения практики _____
(указывается полное наименование организации в соответствии с уставом)

Руководитель практики от ЯГПУ им. К.Д. Ушинского

_____ (ученая степень, звание, должность)

_____ (подпись)

_____ (И.О. Фамилия)

Ярославль – 20____

Оформление отчета о прохождении производственной практики

По результатам практики студент бакалавриата 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.

Для составления, редактирования и оформления отчета студентам отводятся последние 1-2 дня после окончания производственной практики.

Кафедрой теории коммуникации и рекламы рекомендуется следующий порядок размещения материала в отчете:

ОСНОВНОЙ РАЗДЕЛ.

В основном разделе в подразделе 3.1 описывается поэтапное выполнение программы производственной практики:

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Кол-во часов
1. Подготовительный этап		
1.1.		
1.2.		
и т.д.		
2. Начальный этап		
2.1.		
2.2.		
и т.д.		
3. Основной этап		
3.1.		
и т.д.		
4. Заключительный этап		
4.1.		
и т.д.		
Итого:		

В подразделе 3.2 описывается выполнение программы производственной практики.

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 - полуторный, выравнивание – по ширине. Отступ в первых строках – 10 мм.

Шрифт предпочтительно *Times New Roman*. Размер шрифта: для текста – 14, для названия разделов – 15 полужирный, буквы заглавные; для названия подразделов – 15 полужирный, буквы прописные.

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.

Все страницы отчета нумеруют арабскими цифрами внизу страницы по центру.

Сокращения слов, кроме общепринятых, не допускаются.

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

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.

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.

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

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

У Т В Е Р Ж Д А Ю
Проректор по учебной работе

В.П. Завойстый

« ____ » _____ 2018 г.

Программа производственной практики
(вид практики)

Наименование практики:

Б2.П.5 Практика по получению профессиональных умений и опыта
профессиональной деятельности
(Организация выставочной деятельности)
(шифр и наименование по учебному плану (тип практики))

Способ проведения практики: стационарная

Форма проведения практики: дискретно по периодам

Рекомендуется для направления подготовки:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(шифр и наименование направления)

Профиль «Реклама и связи с общественностью»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Разработчики:

Доцент кафедры теории коммуникации и рекламы
кандидат педагогических наук

Л.В. Плуженская

Утверждено на заседании кафедры
наименование кафедры

_____ 201_ г.

Протокол № _____

Зав. кафедрой

И.В. Шустина

1. Цели практики:

Целью (название вида) практики является:

Целью производственной практики является: формирование мотивационно-ценностного отношения к будущей профессиональной деятельности; освоение умений практической работы по подготовке и проведению выставочно – ярмарочных мероприятий; обретение опыта управления проектированием выставочно-ярмарочной деятельностью.

2. Задачи практики:

- обретение умений и навыков самостоятельной работы с трудовым коллективом на период реализации проекта;
- овладение содержанием, различными формами и методами проектной деятельности;
- развитие ответственного и творческого отношения к достижению результата проектной деятельности;
- приобретение практического опыта в области экспертной и потребительской оценки результатов проекта;
- приобретение опыта взаимодействия с руководителями и сотрудниками организации – заказчика проекта и руководителями и сотрудниками организации – исполнителя проектных работ;
- приобретение практического опыта проектной деятельности в трудовом коллективе разработчиков: анализ организационной структуры, особенностей функционирования, принятие и выполнение собственных должностных обязанностей, осознание и защита своих прав;
- накопление опыта аналитической и проектной работы в процессе управления рекламой при организации выставочно-ярмарочной деятельности;
- анализ внешних и внутренних нормативно-справочных документов, регламентирующих выставочно-ярмарочную деятельность организации;
- анализ специфики управления выставочно-ярмарочными проектами.

3. Место практики в структуре образовательной программы (ОП):

Практика включена в вариативную часть ОП. Для успешного прохождения практики студент должен обладать следующими компетенциями:

Выпускник, освоивший компетенцию «Способность к самоорганизации и самообразованию» (ОК-7):

Знает (понимает)	Умеет	Владеет (опыт)
- основные методы, способы и средства получения и переработки информации; - приемы работы с информацией; - основные приемы самоорганизации и самообразования; - технологии управления временем;	- распознавать информацию, полученную из разных источников, и системно анализировать ее; - формулировать цели и задачи, выбирать пути их достижения; -распределять время для решения личных и профессиональных задач; - распознавать ситуацию дефицита знаний и умений	- основными методами решения учебных, профессиональных и общекультурных задач; - технологиями тайм-менеджмента и самоорганизации; - приемами регуляции функционального состояния - приемами организации рабочего места

Студент должен:

знать:

- описывать технологию целеполагания собственной профессиональной деятельности
- характеризовать средства осуществления самоорганизации и самообразования
- осознавать необходимость непрерывного самообразования

обладать умениями:

- осуществлять поиск профессионально-значимой информации в сети Интернет и других источниках

- использовать электронные образовательные ресурсы в целях самоорганизации и саморазвития
- разрабатывать план самообразования и самоорганизации
- выбирать средства самообразования и самоорганизации в соответствии с поставленными целями
- владеть способами:
 - основами работы с персональным компьютером
 - целеполагания процесса собственного профессионального развития
 - основами моделирования и оценки качества собственного образовательного маршрута и профессиональной карьеры
 - навыками самоанализа, самооценки и самокоррекции
 - навыками анализа и синтеза профессиональной информации и опыта с целью самообразования

Практика проводится с отрывом от аудиторных занятий.

Прохождение практики является необходимой основой для последующего изучения дисциплины «Бренд - менеджмент», прохождения преддипломной практики, подготовки выпускной квалификационной работы.

4. Место и время проведения производственной практики

Практика проводится на базе организаций, активно участвующих в выставочно-ярмарочной деятельности.

При выборе баз практики необходимо руководствоваться следующими критериями:

11. Наличие определенной функционально-организационной модели организации-базы практики.
12. Функциональная направленность на выставочно –ярмарочную деятельность организации или структурного подразделения предприятия, в котором студент проходит производственную практику.
13. Укомплектованность организации – базы практики кадрами, обладающими высоким профессиональным уровнем и практическим опытом в сфере выставочно –ярмарочного менеджмента.
14. Благоприятный психологический климат в коллективе (по итогам аттестации образовательного учреждения).
15. Высокий уровень материально-технической базы, соответствующей современным требованиям, обеспеченность нормативно-правовой документацией и профессионально-справочной литературой, техническими средствами, оборудованием для проведения выставочно-ярмарочных мероприятий, достаточный для овладения студентами современными рекламными и PR - технологиями.

Практика проводится в течение 2 недель на 4 курсе в 7 семестре. Группы формируются в составе до 15 человек на одного руководителя, являющегося работником профильной организации, в которую студент направляется для прохождения производственной практики.

5. Объем производственной практики по организации выставочно-ярмарочной деятельности в зачетных единицах и ее продолжительность в неделях и академических часах

_____3_____зачетных (ые) единиц (ы)
 _____2_____недели
 _____108_____академических часа (ов)

6. Перечень планируемых результатов прохождения практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы:

Практика направлена на формирование следующих компетенций:

Общепрофессиональных ОПК – 1; ОПК – 5;
 ПК - 1; ПК - 2; ПК - 3; ПК - 4; ПК - 5; ПК - 6; ПК - 7; ПК - 8; ПК - 9; ПК - 10; ПК - 11;
 ПК - 12; ПК - 13; ПК - 14; ПК - 15; ПК – 16.

Общепрофессиональные компетенции: ОПК - 1; ОПК - 5					
КОМПЕТЕНЦИИ		Перечень компонентов	Средства формирования	Средства оценивания	Уровни освоения компетенций
Шифр компетенции	Формулировка				
ОПК - 1;	Способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах	Знать - основные требования, предъявляемые к специалисту по рекламе и связям с общественностью; - основные положения экономической теории, менеджмента и маркетинга; - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами; - специфику рекламных и PR-обращений в зависимости от канала распространения	- Работа с информационными источниками - Составление баз данных - Анализ и интерпретация результатов - Письменный отчет - Выступление на отчетной конференции - Участие в дискуссии	Презентация Отчет Доклад	Базовый: - умеет применять на практике знание основных законов экономической теории, менеджмента и маркетинга для решения профессиональных задач; - умеет аргументированно обсуждать основные профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения. - владеет основными приемами менеджмента и маркетинга; - владеет базовыми навыками работы в команде; - владеет базовыми навыками анализа текста с точки зрения используемых в нем приемов воздействия на аудиторию, - владеет основными навыками создания текста в соответствии с стандартно поставленной задачей. Продвинутый: - умеет применять на практике знание основных законов экономической теории, менеджмента и маркетинга для решения творческих профессиональных задач; - умеет аргументированно обсуждать основные и специфические профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения. - владеет основными приемами менеджмента и маркетинга; - владеет навыками работы в команде; - владеет навыками анализа текста с точки зрения используемых в нем приемов воздействия на аудиторию, - владеет навыками создания текста в соответствии с стандартно и нестандартно поставленной задачей
		Уметь: - осуществлять сбор, анализ и интерпретацию информации, необходимую для проведения, организации и контроля коммуникационных кампаний и мероприятий - осуществлять различные виды контроля во время проведения коммуникационных кампаний и мероприятий;	- Работа с информационными источниками - Составление баз данных - Анализ и интерпретация результатов - Письменный отчет - Выступление на отчетной конференции - Участие в дискуссии		
		Владеть: - способен принимать участие в проектировании, планировании, подготовке и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий и / или осуществлять руководство	- Работа с информационными источниками - Составление баз данных - Анализ и интерпретация результатов - Письменный отчет		

		данной процедурой; - методами оценки качества и эффективности коммуникационных кампаний и мероприятий	- Выступление на отчетной конференции - Участие в дискуссии		
ОПК-5	Умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	- этапы организации и контроля коммуникационных кампаний и мероприятий; - методы сбора и анализа информации для организации и контроля коммуникационных кампаний и мероприятий Уметь: - осуществлять анализ и интерпретацию информации, необходимой для проведения коммуникационных кампаний и мероприятий; - осуществлять различные виды контроля во время проведения коммуникационных кампаний и мероприятий; Владеть: - способен осуществлять руководство подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий; - методами оценки качества и эффективности коммуникационных кампаний и мероприятий	- Работа с информационными источниками - Составление баз данных - Анализ и интерпретация результатов - Письменный отчет - Выступление на отчетной конференции - Участие в дискуссии - Работа с информационными источниками - Составление баз данных - Анализ и интерпретация результатов - Письменный отчет - Выступление на отчетной конференции - Участие в дискуссии - Работа с информационными источниками - Составление баз данных - Анализ и интерпретация результатов - Письменный отчет - Выступление на отчетной конференции - Участие в дискуссии	Презентация Отчет Доклад	Базовый: - умеет осуществлять анализ и интерпретацию стандартной информации, необходимой для проведения типовых коммуникационных кампаний и мероприятий; - умеет осуществлять основные виды контроля во время проведения коммуникационных кампаний и мероприятий; - способен осуществлять руководство подготовкой и реализацией стандартных коммуникационных кампаний и мероприятий; - способен использовать основные методы оценки качества и эффективности коммуникационных кампаний и мероприятий Повышенный: - умеет осуществлять анализ и интерпретацию различной информации, необходимой для проведения коммуникационных кампаний и мероприятий разных видов; - умеет осуществлять различные виды контроля во время проведения коммуникационных кампаний и мероприятий разных видов; - способен осуществлять руководство подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий разных видов; - способен использовать различные методы оценки качества и эффективности коммуникационных кампаний и мероприятий разных видов
Профессиональные компетенции: ПК - 1; ПК - 2; ПК - 3; ПК - 4; ПК - 5; ПК - 6; ПК - 7; ПК - 8; ПК - 9; ПК - 10; ПК - 11; ПК - 12; ПК - 13; ПК - 14; ПК - 15; ПК - 16.					
КОМПЕТЕНЦИИ					Уровни освоения компетенций

Шифр компетенции	Формулировка	Перечень компонентов	Средства формирования	Средства оценки	
ПК - 1	«Способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью»	Знает: - методы разработки и реализации организационно-управленческих решений (рекламных служб и служб по связям с общественностью); - методы управления деятельностью организации (рекламных служб и служб по связям с общественностью); - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации (рекламных служб и служб по связям с общественностью), в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами Умеет: - разрабатывать и оценивать варианты организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность; - осуществлять управление персоналом организации (рекламных служб и служб по связям с общественностью); - организовывать деятельность малой группы (рекламных служб и служб по связям с общественностью); Владеет: - методами организации кооперации с коллегами (рекламных служб и служб по связям с общественностью);	- Работа с информационными источниками - Составление баз данных - Анализ и интерпретация результатов - Планирование производственной практики - Подготовка письменного отчета - Подготовка выступления на отчетной конференции - Участие в дискуссии	Отчет Устный ответ (выступление на отчетной конференции)	Базовый Знает: - основные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений; - базовые методы управления деятельностью организации; - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами; - усвоил основную литературу, рекомендованную рабочей программой дисциплины Умеет: - разрабатывать и оценивать стандартные варианты организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность - стандартными методами осуществлять управление персоналом организации - организовывать деятельность малой группы в типовых ситуациях; - формулировать цели и задачи, выбирать типовые пути их достижения; - распределять время для решения личных и основных профессиональных задач; Владеет: - основными методами организации кооперации с коллегами, - способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным - основными современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение сотрудников; - основными технологиями тайм-менеджмента и самоорганизации Повышенный: Знает: - основные и уникальные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений; - основные и ситуативные методы управления деятельностью организации; - основные и авторские теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами; - усвоил основную и дополнительную литературу, рекомендованную рабочей программой дисциплины Умеет: - разрабатывать и оценивать ситуативные варианты организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность - осуществлять управление персоналом организации в зависимости от ситуации; - организовывать деятельность малой группы; - формулировать цели и задачи, выбирать ситуативные обусловленные пути их достижения; - эффективно распределять время для решения личных и профессиональных задач; Владеет: - основными и оригинальными методами организации кооперации с коллегами - способностью эффективно работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным - современными основными и уникальными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение сотрудников;

		-способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным; - современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение сотрудников			- оригинальными технологиями тайм-менеджмента и самоорганизации
ПК - 2	владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации	Знает (понимает) - методы разработки и реализации организационно-управленческих решений (в своей деятельности и деятельности фирмы); - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами (в своей деятельности и деятельности фирмы) Умеет - разрабатывать и оценивать варианты организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность (в своей деятельности и деятельности фирмы); - осуществлять управление персоналом организации - формулировать цели и задачи, выбирать пути их достижения; -распределять время для решения личных и профессиональных задач (в своей деятельности и деятельности фирмы); Владеет (опыт)	- Работа с информационными источниками - Составление баз данных - Анализ и интерпретация результатов - Планирование производственной практики - Подготовка письменного отчета - Подготовка выступления на отчетной конференции - Участие в дискуссии	Отчет Устный ответ (выступление на отчетной конференции)	Базовый Знает: - основные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений; - базовые методы управления деятельностью организации; - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами, - усвоил основную литературу, рекомендованную рабочей программой дисциплины Умеет: - разрабатывать и оценивать стандартные варианты организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность - стандартными методами осуществлять управление персоналом организации - организовывать деятельность малой группы в типовых ситуациях; - формулировать цели и задачи, выбирать типовые пути их достижения; -распределять время для решения личных и основных профессиональных задач; Владеет: - основными методами организации кооперации с коллегами, -способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным - основными современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение сотрудников; - основными технологиями тайм-менеджмента и самоорганизации Повышенный: Знает: - основные и уникальные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений; -основные и ситуативные методы управления деятельностью организации; - основные и авторские теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами, - усвоил основную и дополнительную литературу, рекомендованную рабочей программой дисциплины Умеет: - разрабатывать и оценивать ситуативные варианты организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность - осуществлять управление персоналом организации в зависимости от ситуации, - организовывать деятельность малой группы; - формулировать цели и задачи, выбирать ситуативно обусловленные пути их достижения;

		методами организации кооперации с коллегами -способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным - современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение сотрудников; - технологиями тайм-менеджмента и самоорганизации;			-эффективно распределять время для решения личных и профессиональных задач; Владеет: -основными и оригинальными методами организации кооперации с коллегами -способностью эффективно работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным - современными основными и уникальными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение сотрудников; - оригинальными технологиями тайм-менеджмента и самоорганизации
ПК - 3	Компетенция владеть навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами	Знает - методы разработки и реализации организационно-управленческих решений - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами Умеет: - разрабатывать и оценивать варианты организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность; - организовывать деятельность малой группы Владеет: - методами организации кооперации с коллегами -способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным - современными технологиями эффективного влияния на	- Работа с информационными источниками - Составление баз данных - Анализ и интерпретация результатов - Планирование производственной практики - Подготовка письменного отчета - Подготовка к выступлению на отчетной конференции - Участие в дискуссии	Отчет Устный ответ (выступление на отчетной конференции)	Базовый Знает: - основные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами - усвоил основную литературу, рекомендованную рабочей программой дисциплины Умеет: - разрабатывать и оценивать стандартные варианты организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность; - организовывать деятельность малой группы Владеет: - основными методами организации кооперации с коллегами -способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным - базовыми современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение сотрудников; Повышенный Знает: - основные и ситуативные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений - основные и авторские теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами - усвоил основную и дополнительную литературу, рекомендованную рабочей программой дисциплины Умеет: - разрабатывать и оценивать стандартные и нестандартные варианты организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность; - организовывать деятельность малой группы Владеет: - основными и ситуативными методами организации кооперации с коллегами -способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным

		индивидуальное и групповое поведение сотрудников;			- базовыми и оригинальными современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение сотрудников;
ПК - 4	Владение навыками подготовки проектной документации (техико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)	Знает: - основные формы проектной документации; - требования к проектной документации; - формы и способы представления проектной документации; Умеет: - составлять технические задания на разработку проектов; - делать презентацию проектной документации; использовать программное обеспечение для решения задач, связанных с проектной деятельностью; Владеет - навыками подготовки проектной документации	- Работа с информационными источниками - Составление баз данных - Анализ и интерпретация результатов - Подготовка письменного отчета - Подготовка к выступлению на отчетной конференции - Участие в дискуссии	Презентация Отчет Доклад Портфолио	Базовый уровень: Знать : -основные формы проектной документации; -требования к проектной документации; - формы и способы представления проектной документации. Может использовать их на практике Уметь: - составлять технические задания на разработку проектов; - делать презентацию проектной документации; - использовать программное обеспечение для решения задач, связанных с проектной деятельностью; Владеть: - навыками подготовки проектной документации Повышенный уровень: Знать: - основные формы проектной документации и требования к ним; -понимает значение проектной документации в производственной деятельности, постоянно использует их в своей практике Уметь: - составлять технические задания на разработку проектов; - делать презентацию проектной документации; - использовать программное обеспечение для решения задач, связанных с проектной деятельностью; Владеть: - навыками подготовки проектной документации
ПК - 5	Способность реализовывать проекты и владеть методами их реализации	Знает: - современную концепцию управления проектами - теорию менеджмента и маркетинга, основы бизнес-процессов; Умеет: - ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций по управлению проектами - осуществлять разработку стратегических концепций и бизнес-планов проектов; - составлять технические задания на разработку проектов; - использовать программное обеспечение для решения задач, связанных с проектной деятельностью - применять на практике аналитические методы, связанные с принятием решения по проекту Владеет: - методами реализации основных управленческих функций (принятие управленческого	- Работа с информационными источниками - Составление баз данных - Анализ и интерпретация результатов - Планирование производственной практики - Подготовка письменного отчета - Подготовка к выступлению на отчетной конференции - Участие в дискуссии	Дневник Отчет Презентация Доклад Портфолио	Базовый уровень Знает: - базовую терминологию проектной деятельности - современную концепцию управления типовыми проектами - основные положения теории менеджмента и маркетинга, основы бизнес-процессов; - усвоил основную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины Умеет: - ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций по управлению типовыми проектами - осуществлять разработку стратегических концепций и бизнес-планов типовых проектов; - составлять технические задания на разработку типовых проектов; - использовать стандартное программное обеспечение для решения задач, связанных с проектной деятельностью - применять на практике аналитические методы, связанные с принятием решения по типовому проекту Владеет: - владеет методами реализации основных управленческих функций (принятие управленческого решения, организация, мотивация и контроль) в типовом проекте; - владеет практическими навыками ведения типовых проектов -способен давать оценку качества и эффективности типовых проектов- владеет методами реализации основных управленческих функций (принятие управленческого решения, организация, мотивация и контроль) в типовом проекте; - владеет практическими навыками ведения типовых проектов -способен давать оценку качества и эффективности типовых проектов- владеет методами реализации основных управленческих функций (принятие управленческого решения, организация, мотивация и контроль) в типовом проекте; - владеет практическими навыками ведения типовых проектов

		решения, организация, мотивация и контроль) -практическими навыками ведения проектов -способен давать оценку качества и эффективности проектов			-способен давать оценку качества и эффективности типовых проектов Повышенный уровень: Знает: - знает базовую терминологию проектной деятельности - современную концепцию управления типовыми и уникальными проектами - основные положения теории менеджмента и маркетинга, основы бизнес-процессов; - усвоил основную и дополнительную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины Умеет: - ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций по управлению типовыми и уникальными проектами - осуществлять разработку стратегических концепций и бизнес-планов типовых и уникальных проектов; - составлять технические задания на разработку типовых и уникальных проектов; - использовать стандартное и специальное программное обеспечение для решения задач, связанных с проектной деятельностью - применять на практике аналитические методы, связанные с принятием решения по типовому и уникальному проекту Владеет: - владеет методами реализации основных управленческих функций (принятие управленческого решения, организация, мотивация и контроль) в типовом и уникальном проекте; - владеет практическими навыками ведения типовых и уникальных проектов -способен давать оценку качества и эффективности типовых и уникальных проектов
ПК - 6	Способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внешней и внутренней коммуникации	Знает: - структуру внутренних коммуникаций организации и их роль в создании имиджа фирмы, - систему поощрения, стимулирующую сотрудников, - систему повышения квалификации сотрудников компании Умеет: - вычленять структурные компоненты внутренних коммуникаций компании, - оценивать эффективность структурных компонентов внутренних коммуникаций компании Владеет (опыт) - навыками анализа состояния внутренних коммуникаций компании, - навыками оценки эффективности внутренних коммуникаций компании	- Работа с информационными источниками - Составление баз данных - Анализ и интерпретация результатов - Планирование производственной практики - Подготовка письменного отчета - Подготовка к выступлению на отчетной конференции - Участие в дискуссии	Отчет Устный ответ (выступление на отчетной конференции)	Базовый Знает: - структуру основных внутренних коммуникаций организации и их роль в создании имиджа фирмы, - базовую систему поощрения, стимулирующую сотрудников, - основную систему повышения квалификации сотрудников компании Умеет: - вычленять основные структурные компоненты внутренних коммуникаций компании, - на базовом уровне оценивать эффективность структурных компонентов внутренних коммуникаций компании Владеет: - на базовом уровне навыками анализа состояния внутренних коммуникаций компании, - на базовом уровне навыками оценки эффективности внутренних коммуникаций компании Повышенный Знает: - структуру основных и ситуативных внутренних коммуникаций организации и их роль в создании имиджа фирмы, - стандартную и нестандартную систему поощрения, стимулирующую сотрудников, - базовую и оригинальную систему повышения квалификации сотрудников компании Умеет: - вычленять основные и оригинальные структурные компоненты внутренних коммуникаций компании, - на продвинутом уровне оценивать эффективность структурных компонентов внутренних коммуникаций компании Владеет: - на продвинутом уровне навыками анализа состояния внутренних коммуникаций компании, - на продвинутом уровне навыками оценки эффективности внутренних коммуникаций компании

ПК - 7	Способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	Знает (понимает) - этапы планирования, организации и контроля коммуникационных кампаний и мероприятий; - методы сбора информации для планирования, организации и контроля коммуникационных кампаний и мероприятий Умеет - осуществлять сбор, анализ и интерпретацию информации, необходимую для проведения, организации и контроля коммуникационных кампаний и мероприятий -осуществлять различные виды контроля во время проведения коммуникационных кампаний и мероприятий; Владеет (опыт) - способен принимать участие в проектировании, планировании, подготовке и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий и / или осуществлять руководство данной процедурой; - методами оценки качества и эффективности коммуникационных кампаний и мероприятий	- Работа с информационными источниками - Составление баз данных - Анализ и интерпретация результатов - Планирование производственной практики - Подготовка письменного отчета - Подготовка выступления на отчетной конференции - Участие в дискуссии	Отчет Устный ответ (выступление на отчетной конференции)	Базовый - знает базовую терминологию предметной области; - знает основные этапы планирования, организации и контроля коммуникационных кампаний и мероприятий; - знает типовые методы сбора информации для планирования, организации и контроля коммуникационных кампаний и мероприятий; - знает основные методы анализа и обработки информации - усвоил основную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины - умеет определять проблемы, цели и задачи стандартной коммуникационной кампании и мероприятия - умеет осуществлять выбор типовых методов, адекватный целям и задачам стандартной коммуникационной кампании и мероприятия; - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандартной коммуникационной кампании и мероприятия; Умеет осуществлять типовые виды контроля во время проведения, коммуникационной кампании и мероприятия; - способен осуществлять руководство проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий на базовом уровне в стандартных ситуациях; - владеет базовыми методами оценки качества и эффективности коммуникационных кампаний и мероприятий Повышенный - знает базовую терминологию предметной области - знает основные этапы планирования, организации и контроля стандартных и нестандартных коммуникационных кампаний и мероприятий - знает типовую и специальную методики планирования и организации стандартных и нестандартных коммуникационных кампаний и мероприятий - знает основные и уникальные методы анализа и обработки информации - усвоил основную и дополнительную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины - умеет осуществлять сбор, анализ и интерпретацию информации, необходимую для проведения типовой и специальной коммуникационных кампаний и мероприятий - умеет осуществлять выбор методов, адекватных целям и задачам типовой и специальной коммуникационных кампаний и мероприятий ; - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации для планирования типовой и специальной коммуникационных кампаний и мероприятий ; - умеет осуществлять типовые и специальные виды контроля во время проведения коммуникационных кампаний и мероприятий; - способен осуществлять руководство проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий на базовом уровне в стандартных ситуациях на продвинутом уровне в критических ситуациях; - владеет базовыми и специальными методами оценки качества и эффективности коммуникационных кампаний и мероприятий
ПК - 8	Способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые	Знает (понимает) - основы редакционной работы с текстом; - основы культуры речи; - критерии оценки рекламных и PR-текстов.	- Работа с информационными источниками - Составление баз данных - Анализ и интерпретация	Отчет Устный ответ (выступление на отчетной конференции)	Базовый - знает базовую терминологию предметной области; - знает основы редакционной работы с текстом; - знает основы культуры речи; - знает критерии оценки рекламных и PR-текстов; - усвоил основную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины

	и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	Умеет - предельно четко формулировать целевое назначение и читательский адрес предназначенного для издания произведения; - эффективно реализовывать свои коммуникативные намерения; - логично рассуждать, аргументировать и грамотно структурировать высказывание; - с учетом всех критериев оценки рекламной и PR-деятельности выявлять и устранять недочеты при работе с текстами маркетинговых коммуникаций; - грамотно с точки зрения культуры речи оформлять тексты на русском языке. Владеет (опыт) - основными методами логической обработки информации; - навыками редакторского анализа текстов разной функциональной направленности и жанрового своеобразия.	результатов - Планирование производственной практики - Подготовка письменного отчета - Подготовка выступления на отчетной конференции - Участие в дискуссии		- умеет формулировать основное целевое назначение и читательский адрес предназначенного для издания произведения; - умеет реализовывать основные коммуникативные намерения; логично рассуждать, грамотно структурировать высказывание; - умеет с учетом основных критериев оценки рекламной и PR-деятельности выявлять и устранять недочеты при работе с текстами маркетинговых коммуникаций; - умеет в основном грамотно с точки зрения культуры речи оформлять тексты на русском языке. - владеет основными методами логической обработки информации; - владеет навыками редакторского анализа текстов основных функциональных стилей и основного репертуара жанров. Повышенный - знает базовую терминологию предметной области; - знает основы редакторской работы с текстом; - знает основы культуры речи; - знает критерии оценки рекламных и PR-текстов; - усвоил основную и дополнительную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины - умеет предельно четко формулировать целевое назначение и читательский адрес предназначенного для издания произведения; - умеет эффективно реализовывать свои коммуникативные намерения; логично рассуждать, аргументировать и грамотно структурировать высказывание; - умеет с учетом всех критериев оценки рекламной и PR-деятельности выявлять и устранять недочеты при работе с текстами маркетинговых коммуникаций; - умеет грамотно с точки зрения культуры речи оформлять тексты на русском языке. - владеет методами логической обработки информации; - владеет навыками редакторского анализа текстов разной функциональной направленности и жанрового своеобразия.
ПК - 9	Способность проводить маркетинговые исследования	Знает (понимает) - основные методы исследований - методику планирования и организации исследования - методы анализа и обработки информации Умеет - определять проблемы, цели и задачи исследования, предмет и объект исследования - осуществлять выбор методов, адекватный целям и задачам исследования; - осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации Владеет (опыт)	- Работа с информационными источниками - Составление баз данных - Анализ и интерпретация результатов - Планирование производственной практики - Подготовка письменного отчета - Подготовка выступления на отчетной конференции - Участие в дискуссии	Отчет Устный ответ (выступление на отчетной конференции)	Базовый - знает базовую терминологию предметной области - знает основные методы стандартных маркетинговых исследований - знает методику планирования и организации стандартного маркетингового исследования - знает основные методы анализа и обработки информации - усвоил основную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины - умеет определять проблемы, цели и задачи стандартного маркетингового исследования, предмет и объект исследования - умеет осуществлять выбор методов, адекватный целям и задачам стандартного маркетингового исследования; - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандартного маркетингового исследования - способен разрабатывать стандартные планы, программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации; - способен осуществлять типовые консультационные работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций

		- способен разрабатывать планы, программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации; - способен осуществлять консультационные работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций			Повышенный - знает базовую терминологию предметной области - знает основные методы стандартных и нестандартных маркетинговых исследований - знает методику планирования и организации стандартного и нестандартного маркетингового исследования - знает основные методы анализа и обработки информации - усвоил основную и дополнительную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины - умеет определять проблемы, цели и задачи стандартного и нестандартного маркетингового исследования, предмет и объект исследования - умеет осуществлять выбор методов, адекватный целям и задачам стандартного и нестандартного маркетингового исследования; - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандартного и нестандартного маркетингового исследования - способен разрабатывать стандартные и нестандартные планы, программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации; - способен осуществлять типовые и ситуативные консультационные работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций
ПК - 10	Способность организовывать и проводить социологические исследования	Знает (понимает) - основные методы исследований - методику планирования и организации социологического исследования - методы анализа и обработки социологической информации Умеет - определять проблемы, цели и задачи исследования, предмет и объект социологического исследования - осуществлять выбор методов, адекватный целям и задачам социологического исследования; - осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации Владеет (опыт) - способен разрабатывать планы, программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации; - способен осуществлять консультационные	- Работа с информационными источниками - Составление баз данных - Анализ и интерпретация результатов - Планирование производственной практики - Подготовка письменного отчета - Подготовка к выступлению на отчетной конференции - Участие в дискуссии	Отчет Устный ответ (выступление на отчетной конференции)	Базовый - знает базовую терминологию предметной области - знает основные методы стандартных социологических исследований - знает методику планирования и организации стандартного социологического исследования - знает основные методы анализа и обработки информации - усвоил основную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины - умеет определять проблемы, цели и задачи стандартного социологического исследования, предмет и объект исследования - умеет осуществлять выбор методов, адекватный целям и задачам стандартного социологического исследования; - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандартного социологического исследования - способен разрабатывать стандартные планы, программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации; - способен осуществлять типовые консультационные работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций Повышенный - знает базовую терминологию предметной области - знает основные методы стандартных и нестандартных социологических исследований - знает методику планирования и организации стандартного и нестандартного социологического исследования - знает основные методы анализа и обработки информации - усвоил основную и дополнительную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины - умеет определять проблемы, цели и задачи стандартного и нестандартного социологического исследования, предмет и объект исследования - умеет осуществлять выбор методов, адекватный целям и задачам стандартного и нестандартного социологического исследования;

		работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций			- умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандартного и нестандартного социологического исследования - способен разрабатывать стандартные и нестандартные планы, программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации; - способен осуществлять типовые и ситуативные консультационные работы по вопросам социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций
ПК- 11	Владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов	Знает (понимает) - требования к написанию аналитических справок, обзоров и прогнозов; - формы и способы представления аналитических справок, обзоров и прогнозов; Умеет - составлять аналитические справки, обзоры; - делать презентацию аналитических справок, обзоров; - использовать программное обеспечение для решения задач, связанных с написанием аналитических справок, обзоров и прогнозов; Владеет (опыт) - навыками подготовки аналитических справок, обзоров и прогнозов.	- Работа с информационными источниками - Составление баз данных - Анализ и интерпретация результатов - Планирование производственной практики - Подготовка письменного отчета - Подготовка к выступлению на отчетной конференции - Участие в дискуссии	Отчет Устный ответ (выступление на отчетной конференции)	Базовый - требования к написанию стандартных аналитических справок, обзоров и прогнозов; - формы и способы представления стандартных аналитических справок, обзоров и прогнозов; - составлять стандартные аналитические справки, обзоры; - делать презентацию аналитических справок, обзоров; - использовать программное обеспечение для решения задач, связанных с написанием аналитических справок, обзоров и прогнозов; - способен разрабатывать стандартные планы, программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации; - способен осуществлять типовые консультационные работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций - требования к написанию стандартных и нестандартных аналитических справок, обзоров и прогнозов; - формы и способы представления аналитических справок, обзоров и прогнозов разных типов; Повышенный - составлять стандартные и нестандартные аналитические справки, обзоры; - делать презентацию аналитических справок, обзоров; - использовать программное обеспечение для решения задач, связанных с написанием аналитических справок, обзоров и прогнозов разных типов; - способен разрабатывать стандартные и нестандартные планы, программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации; - способен осуществлять типовые и ситуативные консультационные работы по вопросам социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций - владеет навыками подготовки аналитических справок, обзоров и прогнозов.
ПК - 12	Способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации	Знает (понимает) - основные требования, предъявляемые к специалисту по рекламе и связям с общественностью в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах	- Работа с информационными источниками - Составление баз данных - Анализ и интерпретация результатов - Планирование	Отчет Устный ответ (выступление на отчетной конференции)	Базовый - знает базовую терминологию предметной области; основные требования, предъявляемые к специалисту по рекламе и связям с общественностью в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации; основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации; - усвоил основную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины

		массовой информации; - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации; Умеет применять на практике знание основных законов экономической теории, менеджмента и маркетинга для решения профессиональных задач в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации ; - аргументированно обсуждать профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения Владеет (опыт)--навыками работы в команде в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации ; - навыками анализа текста с точки зрения используемых в нем приемов воздействия на аудиторию,	ие производственной практики - Подготовка письменного отчета - Подготовка к выступлению на отчетной конференции - Участие в дискуссии		- умеет применять на практике знание основных законов экономической теории, менеджмента и маркетинга для решения профессиональных задач в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации; - умеет аргументированно обсуждать основные профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения -владеет базовыми навыками работы в команде в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации; - владеет базовыми навыками анализа текста с точки зрения используемых в нем приемов воздействия на аудиторию, Повышенный - знает базовую терминологию предметной области; основные требования, предъявляемые к специалисту по рекламе и связям с общественностью в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации; - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации; - усвоил основную и дополнительную литературу, рекомендованную рабочей программой дисциплины - умеет применять на практике знание основных законов экономической теории, менеджмента и маркетинга для решения творческих профессиональных задач в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации; - умеет аргументированно обсуждать основные и специфические профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения -владеет навыками работы в команде в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации; - владеет навыками анализа текста с точки зрения используемых в нем приемов воздействия на аудиторию,
ПК - 13	Способность под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия	Знает (понимает) - этапы планирования рекламных кампаний и мероприятий; - методы сбора информации для планирования рекламных кампаний и мероприятий Умеет - осуществлять сбор,	- Работа с информационными источниками - Составление баз данных - Анализ и интерпретация результатов - Планирование	Отчет Устный ответ (выступление на отчетной конференции)	- знает базовую терминологию предметной области - знает основные этапы планирования рекламных кампаний и мероприятий; - знает основные методы сбора информации для планирования стандартных рекламных кампаний и мероприятий; - усвоил основную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины - умеет осуществлять сбор, анализ и интерпретацию информации, необходимой для проведения стандартных рекламных кампаний и мероприятий - способен осуществлять под контролем проектирование, планирование, подготовку стандартных рекламных кампаний и мероприятий;

		анализ и интерпретацию информации, необходимую для проведения рекламных кампаний и мероприятий Владеет (опыт)- способе н осуществлять под контролем проектирование, планирование, подготовку рекламных кампаний и мероприятий; - навыками работы в команде при проведении рекламных кампаний и мероприятий	производстве нной практики - Подготовка письменного отчета - Подготовка к выступлени ю на отчетной конференции - Участие в дискуссии		- способен работать в команде при проведении рекламных кампаний и мероприятий - знает базовую терминологию предметной области; - знает основные этапы планирования рекламных кампаний и мероприятий; - знает основные методы сбора информации для планирования рекламных кампаний и мероприятий разных видов; - усвоил основную и дополнительную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины - умеет осуществлять сбор, анализ и интерпретацию информации, необходимой для проведения рекламных кампаний и мероприятий разных видов - способен осуществлять под контролем проектирование, планирование, подготовку стандартных рекламных кампаний и мероприятий разных видов; - способен работать в команде при проведении рекламных кампаний и мероприятий
ПК - 14	Способность реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности	Знает (понимает) - основные требования, предъявляемые к специалисту по рекламе и связям с общественностью; - основные положения экономической теории, менеджмента и маркетинга; - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами Умеет- применять на практике знание основных законов экономической теории, менеджмента и маркетинга для решения профессиональных задач; - аргументированно обсуждать профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения Владеет (опыт) основными приемами менеджмента и маркетинга; - навыками работы в команде; - навыками анализа текста с точки зрения	- Работа с информационными источниками - Составление баз данных - Анализ и интерпретация результатов - Планирование производственной практики - Подготовка письменного отчета - Подготовка к выступлени ю на отчетной конференции - Участие в дискуссии	Отчет Устный ответ (выступл ение на отчетной конфере нции)	Базовый - знает базовую терминологию предметной области; - основные требования, предъявляемые к специалисту по рекламе и связям с общественностью; - основные положения экономической теории, менеджмента и маркетинга; - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами; основную специфику стандартных рекламных и PR-обращений в зависимости от канала распространения, - усвоил основную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины - умеет применять на практике знание основных законов экономической теории, менеджмента и маркетинга для решения профессиональных задач; - умеет аргументированно обсуждать основные профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения - владеет основными приемами менеджмента и маркетинга; -владеет базовыми навыками работы в команде; - владеет базовыми навыками анализа текста с точки зрения используемых в нем приемов воздействия на аудиторию, -владеет основными навыками создания рекламного продукта в соответствии со стандартно поставленной задачей Повышенный - знает базовую терминологию предметной области; основные требования, предъявляемые к специалисту по рекламе и связям с общественностью; - основные положения экономической теории, менеджмента и маркетинга; основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами; основную специфику стандартных и нестандартных рекламных и PR-обращений в зависимости от канала распространения, - усвоил основную и дополнительную литературу, рекомендованную рабочей программой дисциплины - умеет применять на практике знание основных законов экономической теории, менеджмента и маркетинга для решения творческих профессиональных задач; - умеет аргументированно обсуждать основные и специфические профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения - владеет основными приемами менеджмента и маркетинга; -владеет навыками работы в команде;

		используемых в нем приемов воздействия на аудиторию, -навыками создания рекламного продукта в соответствии с поставленной задачей			- владеет навыками анализа текста с точки зрения используемых в нем приемов воздействия на аудиторию, -владеет навыками создания рекламного продукта в соответствии с стандартно и нестандартно поставленной задачей
ПК - 15	знаниями и навыками работы в отделах рекламы / связей с общественностью	Знает (понимает) - методы разработки и реализации организационно-управленческих решений в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве; - методы управления деятельностью организации (отдел рекламы, маркетинговый отдел, рекламное агентство); - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации (отдел рекламы, маркетинговый отдел, рекламное агентство), в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами Уметь: - разрабатывать и оценивать варианты организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность; - организовывать деятельность малой группы (отдел рекламы, маркетинговый отдел, рекламное агентство) Владеть методами организации кооперации с коллегами в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве;	- Работа с информационными источниками - Составление баз данных - Анализ и интерпретация результатов - Планирование производственной практики - Подготовка письменного отчета - Подготовка к выступлению на отчетной конференции - Участие в дискуссии	Отчет Устный ответ (выступление на отчетной конференции)	Базовый - знает базовую терминологию предметной области - знает основные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве; -знает типовые методы управления деятельностью организации (отдел рекламы, маркетинговый отдел, рекламное агентство); - знает основные теории и концепции взаимодействия людей в организации (отдел рекламы, маркетинговый отдел, рекламное агентство), в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами - знает основные методы анализа и обработки информации; - усвоил основную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины - разрабатывать и оценивать варианты стандартных организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность; - организовывать деятельность малой группы (отдел рекламы, маркетинговый отдел, рекламное агентство) - методами организации кооперации с коллегами в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве; -способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным; - современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение сотрудников Повышенный - знает базовую терминологию предметной области - знает основные и специальные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве; - знает методологию и методики стратегического, тактического и оперативного методы управления деятельностью организации (отдел рекламы, маркетинговый отдел, рекламное агентство) - знает методики управления людьми в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами - знает основные методы анализа и обработки информации - усвоил основную и дополнительную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины - разрабатывать и оценивать варианты стандартных и нестандартных организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность; - эффективно организовывать деятельность малой группы (отдел рекламы, маркетинговый отдел, рекламное агентство) - способен выбирать наиболее эффективные в конкретной ситуации методы организации кооперации с коллегами в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве; -способен эффективно самостоятельно работать в команде, проявляя коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным,

		-способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным; - современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение сотрудников			адекватно оценивая ситуацию в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве; - владеет современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение сотрудников, понимая значимость собственного профессионального развития
ПК - 16	Способность под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы	Знает (понимает) - основные формы проектной документации, необходимой для создания рекламного продукта - специфику работы в основных компьютерных программах, используемых при создании рекламного продукта, - специфику рекламных и PR-обращений в зависимости от канала распространения, - виды юридической ответственности в сфере осуществления профессиональной деятельности. Умеет работать с техническим заданием на разработку проектов (рекламного продукта), - осуществлять выбор компьютерной программы для создания рекламного продукта в зависимости от его специфики производства и распространения Владеет (опыт) практическими навыками ведения проектов, связанных с разработкой	- Работа с информационными источниками - Составление баз данных - Анализ и интерпретация результатов - Планирование производственной практики - Подготовка письменного отчета - Подготовка к выступлению на отчетной конференции - Участие в дискуссии	Отчет Устный ответ (выступление на отчетной конференции)	Базовый - знает базовую терминологию предметной области; - знает стандартную методику планирования проектных работ, связанных с разработкой рекламного продукта - знает основы редакторской работы с текстом; - знает критерии оценки рекламных и PR-текстов; - усвоил основную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины - умеет осуществлять выбор стандартных методов, адекватных целям и задачам типовой разработки рекламного продукта - умеет формулировать основное целевое назначение и определять целевую аудиторию рекламного продукта; - умеет реализовывать основные коммуникативные намерения; логично рассуждать, грамотно структурировать высказывание; - умеет с учетом основных критериев оценки рекламной и PR-деятельности выявлять и устранять недочеты при работе с текстами маркетинговых коммуникаций; - умеет профессионально грамотно использовать компьютерные технологии в практической деятельности; - умеет работать с основными прикладными программами, обеспечивающими подготовку рекламного продукта; - владеет основными методами логической обработки информации; - владеет навыками редакторского анализа текстов основных функциональных стилей и основного репертуара жанров., - способен разрабатывать на основе типовых документов технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт Повышенный - знает базовую терминологию предметной области; - знает стандартные и специальные методики планирования проектных работ, связанных с разработкой рекламного продукта - знает основы редакторской работы с текстом; - знает основы культуры речи; - знает критерии оценки рекламных и PR-текстов; - усвоил основную и дополнительную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины - умеет определять основные и ситуативные проблемы, организовывать постановку проектной задачи для уникальной ситуации; - умеет предельно четко формулировать целевое назначение и определять целевую аудиторию рекламного продукта; - умеет эффективно реализовывать свои коммуникативные намерения; логично рассуждать,

		рекламного продукта - навыками работы в основных компьютерных программах, используемых для создания рекламного продукта, - навыками анализа текста с точки зрения используемых в нем приемов воздействия на аудиторию, - навыками создания рекламного продукта в соответствии с поставленной задачей, - правовой информацией по организации и управлению профессиональной деятельности			аргументировать и грамотно структурировать высказывание; - умеет с учетом всех критериев оценки рекламной и PR-деятельности выявлять и устранять недочеты при работе с текстами маркетинговых коммуникаций; - умеет работать с основными и специальными прикладными программами, обеспечивающими подготовку рекламного продукта - владеет методами логической обработки информации; - владеет навыками редакторского анализа текстов разной функциональной направленности и жанрового своеобразие, - способен разрабатывать технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт, соответствующие конкретной проектной ситуации

* описание оценочных средств находится в разделе «Фонд оценочных средств» образовательной программы

7. Содержание практики

7.1. Общая трудоемкость практики составляет 3 зачетных единицы, или 2 недели, или 108 часов.

№ п/п	Разделы (этапы) и содержание практики*	Общая трудоемкость		Формы текущего контроля
		Зач.	Часы	
1	Подготовительный 1. Участие установочной конференции. 2. Знакомство с Положением по производственной практике; правами и обязанностями в период практики; содержанием практики и производственными заданиями; правилами оформления отчетной документацией 3. Инструктаж по технике безопасности и охране труда. 4. Согласование плана производственной работы на практике. 5. Согласование перечня индивидуальных заданий. 6. Получение направлений на производственную практику	0,125	4,5	-отметка в дневнике практики об участии в установочной конференции в вузе - целеполагание студента в отношении своего профессионального развития на период практики; -образовательное целеполагание на период практики; - анализ плана работы на практике, составленного студентом; - проверка наличия резюме портфолио, подготовленного студентом к практике; - отметка в дневнике проведения инструктажа по технике безопасности и охране труда; (первичный);
2	Начальный 17. Знакомство с предприятием - базой практики (спецификой деятельности, организационной структурой). 18. Знакомство с историей предприятия, миссией, стратегией развития.	0, 125	4,5	- отметка в дневнике практики - инструктаж по технике безопасности на рабочем месте;

	19.	Знакомство с общими правилами внутреннего распорядка предприятия.			
	20.	Знакомство с основами корпоративной культуры, традициями, ценностями предприятия.			
	21.	Знакомство с программой производственной практики.			
	22.	Знакомство с условиями работы и рабочим местом.			
	23.	Знакомство с составом рабочего коллектива.			
	24.	Инструктаж по технике безопасности на рабочем месте			
3	Основной	2,5	90		- Отчет по результатам проведенной диагностики проф.целеполагания, образовательного планирования; - Присутствие на рабочем месте на практике (табель); - Выполнение плановых работ (отметки в дневнике); - Присутствие на промежуточных консультациях с руководителем практики от кафедры; - Анализ и оценка выполненных работ (Отчет по практике); - Характеристика на студента с места практики.
	- анализ внешних и внутренних нормативно-справочных документов, регламентирующих выставочно-ярмарочную деятельность организации; - анализ специфики управления выставочно-ярмарочными проектами предприятия – базы практики; - анализ проектной работы в процессе управления рекламой при организации выставочно-ярмарочной деятельности; - анализ взаимодействия стейкхолдеров выставочно-ярмарочного проекта с руководителями и сотрудниками организации; - самостоятельное выполнение производственных заданий и взаимодействие с трудовым коллективом на период реализации проекта; - участие в организации потребительской и экспертной оценки результативности и эффективности проекта				
4.	Заключительный	0,25	9		-Подготовка и оформление отчетной документации (Отчет, Дневник практики и др.); -Подготовка выступления по итогам практики (Устный доклад, презентация); - Участие в отчетной (итоговой) конференции; - Профессиональная и образовательная самооценка (анализ и портфолио); - оценка результатов практики
	9.	Комплектование и оформление отчетной документации.			
	10.	Участие в заключительной конференции,			
	11.	Выступление с докладом о результатах практики			
	12.	Подведение итогов практики			

7.2. Индивидуальные задания, выполняемые студентом в период практики

№ п/п	Этап практики	Задания, выполняемые студентом
1	Подготовительный	Базовый: Профессиональная самооценка (резюме)
		Продвинутый: Образовательная самооценка и профессиональное целеполагание (резюме, портфолио)
		Творческий: Планирование профессионального развития (резюме, портфолио)
2	Начальный	Базовый: Модель организационной структуры предприятия с выделенной структурой, управляющей (выставочно-ярмарочной деятельностью) ВЯД;
		Продвинутый: Процессная модель деятельности предприятия с выделенным подпроцессом ВЯД

		Творческий: Оценка инновационной эффективности предприятия и репутационного капитала предприятия.
3	Основной	Базовый: Оценка результативности участия организации в ВЯД Продвинутый: Оценка эффективности участия организации в отраслевых выставках Творческий: Оценка влияния участия организации в отраслевых выставках на развитие организации Базовый: Участие в совещании по целеполаганию и планированию участия в отраслевых выставках или ярмарках (по стандартной методике) Продвинутый: Внесение ценных предложений по целеполаганию и планированию участия в отраслевой выставке или ярмарке с учетом конкретной ситуации и организационных особенностей. Творческий: Инициирование и проведение совещания топ-менеджеров по целеполаганию и планированию участия в отраслевой выставке или ярмарке Базовый: Проведение аналитической работы по плану, составленному совместно с руководителем практики от предприятия Продвинутый: Проведение аналитической работы по плану, составленному самостоятельно Творческий: Конструирование карты участия организации в выставках (ярмарках) с обоснованием. Базовый: Участие в организации отбора экспонатов и стендистов в соответствии с программой выставки под руководством руководителя практики от предприятия Продвинутый: Организация отбора экспонатов и стендистов совместно с руководителем практики от предприятия (в соответствии с программой выставки) Творческий: Составление и согласование сметы на участие в выставке совместно с с руководителем практики от предприятия, самостоятельное планирование и согласование участия в выставке. Базовый: Проведение заочного анкетирования потенциальных посетителей отраслевой выставки (ярмарки); анализ полученных результатов Продвинутый: Рассылка персональных приглашений на посещение выставки. Творческий: Разработка персональных приглашений на посещение выставки и посещение стенда организации; работа с потенциальными клиентами Базовый: Участие в строительстве корпоративного стенда на выставке под руководством руководителя практики от предприятия Продвинутый: Участие в разработке корпоративного стенда на выставке совместно с руководителем практики от предприятия Творческий: Участие в проектировании стенда и организация работы на стенде на выставке
4	Заключительный	Базовый: Анализ результативности участия организации в выставке (ярмарке) Продвинутый: Анализ эффективности участия организации в выставке (ярмарке) Творческий:

	Предложения по улучшению организации выставочно-ярмарочной деятельности предприятия
	Базовый: Профессиональное и образовательная самооценка (оценка результативности целеполагания на период практики)
	Продвинутый: Профессиональное и образовательная самооценка (подготовка резюме)
	Творческий: Профессиональное и образовательная самооценка (подготовка резюме, портфолио)
	Базовый: Участие в отчетной конференции с оформленной отчетной документацией
	Продвинутый: Участие в отчетной конференции с отчетной документацией, устным выступлением, презентацией портфолио
	Творческий: Участие в отчетной конференции с отчетной документацией, презентацией портфолио, активное участие в дискуссии по улучшению проведения производственной практики

8. Формы отчетности по практике

1. Дневник практики (приложение 1) с ежедневными записями о проделанной работе, заверенный руководителем практики от предприятия – базы практики.
2. Отчет по практике (приложение 2), заверенный руководителем практики от предприятия – базы практики с рекомендованной отметкой по практике. (Отчет студента о производственной практике хранится на кафедре в течение трех лет).
3. Характеристика студента, составленная руководителем практики от предприятия – базы практики и утвержденная руководителем организации.
4. Табель посещения практики, составленной руководителем практики от предприятия – базы практики и утвержденная руководителем организации.
5. Портфолио, включающие оформленные выполненные задания в период практики и профессиональное резюме студента.
6. План прохождения производственной практики.

9. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике

Шифр компетенции	Формулировка		
ПК – 1	Способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по практике
Базовый			
1. Знает основные принципы функционирования рекламного рынка, основные принципы работы организации,	- знает базовую терминологию предметной области; основные требования, предъявляемые к специалисту по рекламе и связям с общественностью; основные	Зачет с отметкой / отчет и презентация по практике	Отчет Доклад Презентация

	положения экономической теории, менеджмента и маркетинга; основные теории и концепции взаимодействия людей в организации;		
2. Знает специфику создания рекламных обращений.	2. 1. основную специфику стандартных рекламных и PR-обращений в зависимости от канала распространения,		Отчет Доклад Презентация
3. Может применить их на практике	3.1. знает основные концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами;		Отчет Доклад Презентация
4. Умеет применять на практике знание основных законов экономической теории, менеджмента и маркетинга для решения профессиональных задач	4.1. умеет применять на практике знание основных законов экономической теории, менеджмента и маркетинга для решения профессиональных задач;		Отчет Доклад Презентация
5. Умеет аргументированно обсуждать профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения	5. 1. умеет аргументированно обсуждать основные профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения		Отчет Доклад Презентация
6. Владеет основными приемами менеджмента и маркетинга;	6.1. умеет применять на практике знание основных законов экономической теории, менеджмента и маркетинга для решения профессиональных задач;		Отчет Доклад Презентация
7. Владеет навыками работы в команде;	7.1. - умеет аргументированно обсуждать		Отчет Доклад Презентация

	основные профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения		
8. навыками анализа текста с точки зрения используемых в нем приемов воздействия на аудиторию,	8.1. умеет на практике анализировать текст с точки зрения используемых в нем приемов воздействия на аудиторию,		Отчет Доклад Презентация
9. Владеет навыками создания текста в соответствии с поставленной задачей	9.1. Умеет на практике создавать текст в соответствии с поставленной задачей		
Повышенный:			
1. Знает основные принципы функционирования рекламного рынка, основные принципы работы организации, специфику создания рекламных обращений; Понимает значение профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью; постоянно применяет их в своей практике.	1. 1. Называет основные принципы функционирования рекламного рынка, основные принципы работы организации, специфику создания рекламных обращений. профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью, обеспечивает профессиональное функционирование в области рекламы и связей с общественностью,	Зачет с оценкой / отчет и презентация по практике	Отчет Доклад Презентация
2. умеет применять на практике знание основных законов экономической теории, менеджмента и маркетинга для решения профессиональных задач;	2.1. умеет применять на практике знание основных законов экономической теории, менеджмента и маркетинга для решения творческих профессиональных задач;		Отчет Доклад Презентация
3. Умеет аргументированно обсуждать основные и специфические профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения	3.1. Может самостоятельно аргументированно обсуждать основные и специфические профессиональные проблемы, самостоятельно давать отзывы,		Отчет Доклад Презентация

	отстаивать свою точку зрения		
4. Владеет основными приемами менеджмента и маркетинга; -Владеет навыками работы в команде;	- самостоятельно уверенно владеет основными приемами менеджмента и маркетинга; -владеет навыками самостоятельной работы в команде;		Отчет Доклад Презентация
5. владеет навыками анализа текста с точки зрения используемых в нем приемов воздействия на аудиторию, -владеет навыками создания текста в соответствии с стандартно и нестандартно поставленной задачей	5.1. Самостоятельно анализирует текст с точки зрения используемых в нем приемов воздействия на аудиторию, -самостоятельно создает текст в соответствии с стандартно и нестандартно поставленной задачей		Отчет Доклад Презентация
ОПК-5 Умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия			
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине
Базовый			
1. Знает основные принципы проведения коммуникационных кампаний и мероприятий.	1. 1. Знает базовую терминологию предметной области - знает основные этапы организации и контроля стандартных коммуникационных кампаний и мероприятий;	Зачет с оценкой / отчет с презентацией	Отчет Доклад Презентация
2. Может применить их на практике	2. Знает основные методы сбора и анализа информации для организации и контроля коммуникационных кампаний и мероприятий;		Отчет Доклад Презентация
3. Умеет осуществлять анализ и интерпретацию информации, необходимой для проведения коммуникационных кампаний и мероприятий;	3. Умеет осуществлять анализ и интерпретацию стандартной информации, необходимой для проведения типовых коммуникационных		Отчет Доклад Презентация

	кампаний и мероприятий		
4. Умеет осуществлять различные виды контроля во время проведения коммуникационных кампаний и мероприятий; Владеет умениями анализа и синтеза профессиональной информации и опыта с целью самообразования	4.1. Умеет осуществлять основные виды контроля во время проведения коммуникационных кампаний и мероприятий;		Отчет Доклад Презентация
5. Способен осуществлять руководство подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий;	5.1. Способен осуществлять руководство подготовкой и реализацией стандартных коммуникационных кампаний и мероприятий;		Отчет Доклад Презентация
6. Владеет методами оценки качества и эффективности коммуникационных кампаний и мероприятий	6.1. Способен использовать основные методы оценки качества и эффективности коммуникационных кампаний и мероприятий		Отчет Доклад Презентация
Повышенный:			
1. Знает основные принципы проведения коммуникационных кампаний и мероприятий.	1.1. Знает базовую терминологию предметной области - знает основные этапы организации и контроля стандартных и специальных коммуникационных кампаний и мероприятий;	Зачет с оценкой / отчет с презентацией	Отчет Доклад Презентация
2. Может применить их на практике	2. Знает основные и специальные методы сбора и анализа информации для организации и контроля коммуникационных кампаний и мероприятий;		Отчет Доклад Презентация
3. Умеет осуществлять анализ и интерпретацию информации, необходимой для проведения коммуникационных кампаний и мероприятий;	3. Умеет осуществлять анализ и интерпретацию стандартной и специальной информации, необходимой для проведения типовых		Отчет Доклад Презентация

	коммуникационных кампаний и мероприятий		
4. Умеет осуществлять различные виды контроля во время проведения коммуникационных кампаний и мероприятий; Владеет умениями анализа и синтеза профессиональной информации и опыта с целью самообразования	4.1. Умеет с осуществлять основные и специальные виды контроля во время проведения коммуникационных кампаний и мероприятий;		Отчет Доклад Презентация
5. Способен осуществлять руководство подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий;	5.1. Способен осуществлять руководство подготовкой и реализацией стандартных и специальных коммуникационных кампаний и мероприятий;		Отчет Доклад Презентация
6. Владеет методами оценки качества и эффективности коммуникационных кампаний и мероприятий	6.1. Способен самостоятельно использовать основные методы оценки качества и эффективности коммуникационных кампаний и мероприятий		Отчет Доклад Презентация
Шифр компетенции	Формулировка		
ПК – 1	Способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по практике
	Базовый		
Знает основные методы управления деятельностью организации в сфере рекламы и связей с общественностью. Может применить их на практике	способен работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным;	Зачет с оценкой	Отчет по практике Устный ответ (выступление на отчетной конференции)
	Повышенный		
Знает основные и уникальные методы управления деятельностью организации в сфере рекламы и связей с общественностью. Понимает необходимость	-способен работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и	Зачет с оценкой	Отчет по практике Устный ответ (выступление на отчетной конференции)

использования основных и оригинальных методов управления деятельностью организации в зависимости от жизненного цикла организации. Регулярно демонстрирует умение применять их на практике.	исполнительскую дисциплину, быть толерантным;		
ПК – 2	владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по практике
	Базовый		
Знает основные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений и методы управления деятельностью организации . Может применить их на практике	Владение типовыми технологиями тайм-менеджмента и самоорганизации;	Зачет с оценкой	Отчет по практике Устный ответ (выступление на отчетной конференции)
	Повышенный		
Знает основные и уникальные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений основные и уникальные методы управления деятельностью организации Понимает значение основных теорий и концепций взаимодействия людей в организации , постоянно использует разнообразные методы управления деятельностью организации в своей практике	Владение специальными технологиями тайм-менеджмента и самоорганизации;	Зачет с оценкой	Отчет по практике Устный ответ (выступление на отчетной конференции)
ПК - 3	Компетенция владеть навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами		
	Базовый уровень		
Знает основные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений и методы управления деятельностью малой организации. Может применить их на практике	Способен работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность в типовых ситуациях , организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным	Зачет с оценкой	Отчет по практике Устный ответ (выступление на отчетной конференции)
	Повышенный уровень		
Знает основные и уникальные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений основные и уникальные	способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять ситуативно коммуникативную	Зачет с оценкой	Отчет по практике Устный ответ (выступление на отчетной конференции)

методы управления деятельностью малой организации Понимает значение основных теорий и концепций взаимодействия людей в организации , постоянно использует разнообразные методы управления деятельностью организации в своей практике	компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным		
ПК - 4	Владение навыками подготовки проектной документации		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по практике
Базовый уровень			
Знает : -основные формы проектной документации; -требования к проектной документации; - формы и способы представления проектной документации. Может использовать их на практике Умеет:- составлять технические задания на разработку проектов; - делать презентацию проектной документации; - использовать программное обеспечение для решения задач, связанных с проектной деятельностью; Владеет навыками подготовки проектной документации	- способен разрабатывать на основе типовых документов типовые технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт	Зачет с оценкой	Отчет по практике Устный ответ (выступление на отчетной конференции) Презентация Резюме
Повышенный уровень			
Знает; - основные формы проектной документации и требования к ним; -понимает значение проектной документации в производственной деятельности, постоянно использует их в своей практике Умеет: - составлять технические задания на разработку проектов; - делать презентацию проектной документации; - использовать программное обеспечение для решения задач, связанных с проектной деятельностью;	- способен разрабатывать на основе типовых документов специальные технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт соответствующие конкретной проблемной ситуации	Зачет с оценкой	Отчет по практике Устный ответ (выступление на отчетной конференции) Презентация Портфолио

Владеет навыками подготовки проектной документации			
ПК - 5	Способность реализовывать проекты и владеть методами их реализации		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по практике
	Базовый		
Знает основные принципы организации и проведения проектной деятельности. Может применить их на практике	- владеет практическими навыками ведения типовых проектов	Зачет с оценкой	Отчет по практике Устный ответ (выступление на отчетной конференции) Презентация Резюме
	Повышенный		
Знает основные принципы организации и проведения проектной деятельности. Понимает значение проектной деятельности в современных рыночных условиях, постоянно участвует в проектной деятельности и способен руководить проектами	- владеет практическими навыками ведения оригинальных проектов	Зачет с оценкой	Отчет по практике Устный ответ (выступление на отчетной конференции) Презентация Портфолио
ПК - 6	Способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внешней и внутренней коммуникации		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по практике
	Базовый		
Знает структуру основных внутренних коммуникаций организации, систему базовой мотивации сотрудников и их роль в создании имиджа фирмы. Может применить их на практике	- владеет навыками анализа состояния внутренних коммуникаций компании,	Зачет с оценкой	Отчет по практике Устный ответ (выступление на отчетной конференции)
	Повышенный		
Знает структуру основных и оригинальных внутренних коммуникаций организации, систему базовой и ситуативной мотивации сотрудников и их роль в создании имиджа фирмы. Понимает значение внутренних коммуникаций в формировании имиджа компании, постоянно использует разнообразные виды мотивации членов организации в своей практике	- владеет навыками анализа оценки состояния внутренних коммуникаций компании,	Зачет с оценкой	Отчет по практике Устный ответ (выступление на отчетной конференции)
ПК - 7	Способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по практике
	Базовый		

Знает основные этапы планирования, организации и контроля коммуникационных кампаний и мероприятий; типовые методы сбора информации для планирования, организации и контроля коммуникационных кампаний и мероприятий. Может применить их на практике Умеет: - осуществлять сбор, анализ и интерпретацию информации, необходимую для проведения, организации и контроля коммуникационных кампаний и мероприятий -осуществлять различные виды контроля во время проведения, организации и контроля коммуникационных кампаний и мероприятий; Владеет: - способен осуществлять руководство проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий; - владеет методами оценки качества и эффективности коммуникационных кампаний и мероприятий	- способен осуществлять руководство проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий на базовом уровне в стандартных ситуациях;	Зачет с оценкой	Отчет по практике Устный ответ (выступление на отчетной конференции)
	Повышенный		
	- способен осуществлять руководство проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий в критических ситуациях;	Зачет с оценкой	Отчет по практике Устный ответ (выступление на отчетной конференции)
ПК - 8	Способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по практике
	Базовый		
Знает основные принципы производства, подготовки к	- владеет навыками редакторского	Зачет с оценкой	Отчет по практике Устный ответ (выступление на

выпуску и распространения рекламной продукции в рамках традиционных средств рекламы. Может применить их на практике	анализа текстов основных функциональных стилей и основного репертуара жанров.		отчетной конференции)
Повышенный			
Знает основные принципы производства, подготовки к выпуску и распространения рекламной продукции в рамках современных средств рекламы. Понимает значение всех этапов производства и распространения рекламной продукции, целесообразно использует их в своей практике	владеет навыками редакторского анализа текстов разной функциональной направленности и жанрового своеобразия.	Зачет с оценкой	Отчет по практике Устный ответ (выступление на отчетной конференции)
ПК - 9	Способность проводить маркетинговые исследования		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по практике
Базовый			
Знает основные принципы организации и проведения маркетинговых исследований. Может применить их на практике	- способен разрабатывать стандартные планы, программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации;	Зачет с оценкой	Отчет по практике Устный ответ (выступление на отчетной конференции)
Повышенный			
Знает основные принципы организации и проведения маркетинговых исследований. Понимает значение маркетинговых исследований в рыночной ситуации, постоянно использует их в своей практике	- способен разрабатывать стандартные и нестандартные планы, программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации;	Зачет с оценкой	Отчет по практике Устный ответ (выступление на отчетной конференции)
ПК - 10	Способность организовывать и проводить социологические исследования		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по практике
Базовый			
Знает основные принципы организации и проведения социологических исследований. Может применить их на практике	- способен разрабатывать стандартные планы, программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации;	Зачет с оценкой	Отчет по практике Устный ответ (выступление на отчетной конференции)
Повышенный			

Знает основные принципы организации и проведения социологических исследований. Понимает значение социологических исследований, постоянно использует их в своей практике	- способен разрабатывать стандартные и нестандартные планы, программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации;	Зачет с оценкой	Отчет по практике Устный ответ (выступление на отчетной конференции)
ПК -11	Владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по практике
Базовый			
Знает основные требования к написанию аналитических справок, обзоров и прогнозов. Может применить их на практике	- способен разрабатывать стандартные планы, программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации;	Зачет с оценкой	Отчет по практике Устный ответ (выступление на отчетной конференции)
Повышенный			
Знает основные требования к написанию аналитических справок, обзоров и прогнозов. Понимает значение прогнозно-аналитической документации в рыночной ситуации, постоянно использует ее в своей практике	- способен разрабатывать стандартные и нестандартные планы, программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации;	Зачет с оценкой	Отчет по практике Устный ответ (выступление на отчетной конференции)
ПК - 12	Способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по практике
Базовый			
Знает основные принципы функционирования рекламного рынка, основные принципы работы организации, специфику создания рекламных обращений. Может применить их на практике в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации	-владеет базовыми навыками работы в команде в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;	Зачет с оценкой	Отчет по практике Устный ответ (выступление на отчетной конференции)
Повышенный			

Знает основные принципы функционирования рекламного рынка, основные принципы работы организации, специфику создания рекламных обращений. Понимает значение профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью, постоянно применяет их в своей практике в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации	-владеет навыками работы в команде в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;	Зачет с оценкой	Отчет по практике Устный ответ (выступление на отчетной конференции)
ПК - 13	Способность под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по практике
Базовый			
Знает основные принципы планирования и подготовки рекламных кампаний и мероприятий. Может под контролем планировать и готовить рекламных кампаний и мероприятия	- способен работать в команде при проведении рекламных кампаний и мероприятий	Зачет с оценкой	Отчет по практике Устный ответ (выступление на отчетной конференции)
Повышенный			
Знает основные принципы планирования и подготовки рекламных кампаний и мероприятий. Понимает значение грамотного планирования для подготовки рекламных кампаний и мероприятий, способен выбирать методы сбора информации и решения поставленных задач. Имеет практический опыт планирования мероприятий под контролем преподавателя (руководителя).	- способен работать в команде при проведении рекламных кампаний и мероприятий	Зачет с оценкой	Отчет по практике Устный ответ (выступление на отчетной конференции)
ПК -14	Способность реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по практике
Базовый			
Знает основные принципы функционирования рекламного рынка, основные принципы работы организации, специфику создания рекламных	-владеет основными навыками создания рекламного продукта в соответствии со	Зачет с оценкой	Отчет по практике Устный ответ (выступление на отчетной конференции)

обращений. Может применить их на практике	стандартно поставленной задачей		
	Повышенный		
Знает основные принципы функционирования рекламного рынка, основные принципы работы организации, специфику создания рекламных обращений. Понимает значение профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью, постоянно применяет их в своей практике	-владеет навыками создания рекламного продукта в соответствии с стандартами и нестандартно поставленной задачей	Зачет с оценкой	Отчет по практике Устный ответ (выступление на отчетной конференции)
ПК - 15	Владение навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по практике
	Базовый		
Знает основные принципы разработки и реализации организационно-управленческих решений; Может применить их на практике	-способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным;	Зачет с оценкой	Отчет по практике Устный ответ (выступление на отчетной конференции)
	Повышенный		
Знает основные принципы разработки и реализации организационно-управленческих решений; Понимает значение принятия организационно-управленческих решений в производственной ситуации, постоянно использует их в своей практике	- способен эффективно самостоятельно работать в команде, проявляя коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным, адекватно оценивая ситуацию в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве;	Зачет с оценкой	Отчет по практике Устный ответ (выступление на отчетной конференции)
ПК - 16	Способность под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по практике
	Базовый		

Знает основные принципы производства, подготовки к выпуску и распространения рекламной продукции в рамках традиционных средств рекламы. Может применить их на практике	- способен разрабатывать на основе типовых документов технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт	Зачет с оценкой	Отчет по практике Устный ответ (выступление на отчетной конференции)
Повышенный			
Знает основные принципы производства, подготовки к выпуску и распространения рекламной продукции в рамках современных средств рекламы. Понимает значение всех этапов производства и распространения рекламной продукции, целесообразно использует их в своей практике	- способен разрабатывать технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт, соответствующие конкретной проектной ситуации	Зачет с оценкой	Отчет по практике Устный ответ (выступление на отчетной конференции)
Требования к проведению промежуточной аттестации по практике:			
18. Выполнение плана производственной практики. 19. Выполнение индивидуальных заданий. 20. Оформление дневника и отчета по практике и представление на кафедру в течение первой недели после практики. 21. Выступление с докладом и презентацией на итоговой конференции.			
Критерии оценки результатов прохождения студентом промежуточной аттестации:			
«отлично»	Студент демонстрирует полное понимание проблем брендинга и инновационного менеджмента предприятий, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач. Описывает различные технологии проведения выставочно-ярмарочных мероприятий. Называет и описывает основные виды оценки результативности и эффективности выставочно-ярмарочных мероприятий. Называет и описывает особенности проектирования выставочно-ярмарочных мероприятий. Называет основную цель современной выставочно – ярмарочной деятельности. Раскрывает задачи решения проблемных ситуаций в сфере личностного профессионального развития, в сфере трудовых отношений. Иллюстрирует на практических примерах возможности проектного вида деятельности. Выполняет задания с использованием информационно-коммуникационных технологий. Проявляет устойчивый интерес к профессионально-ориентированным информационным и нормативно-правовым источникам. Называет и обосновывает особенности организации межличностного взаимодействия субъектов проектной деятельности в процессе организации выставочно-ярмарочной деятельности. Проявляет интерес к проблемам управления брендами предприятия и организации выставочно-ярмарочной деятельности. Студент своевременно выполнил весь объем работы, предусмотренный программой практики, показал глубокую теоретическую, практическую подготовку, владение исследовательскими методами, ответственно и с интересом относился к своей работе, грамотно, в соответствии с требованиями сделал анализ своей работы. Продемонстрирована высокая степень готовности к профессиональной проектной деятельности в области выставочно-ярмарочного менеджмента.		
«хорошо»	Студент демонстрирует понимание проблем брендинга и инновационного менеджмента предприятий, правильно применяет теоретические положения		

	при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками решения практических задач. Описывает основные технологии проведения выставочно-ярмарочных мероприятий. Называет и описывает основные виды оценки результативности выставочно-ярмарочных мероприятий. описывает особенности проектирования выставочно-ярмарочных мероприятий. Представляет цель современной выставочно – ярмарочной деятельности. Раскрывает задачи решения проблемных ситуаций в сфере личностного профессионального развития, в сфере трудовых отношений. Выполняет задания с использованием информационно-коммуникационных технологий. Проявляет устойчивый интерес к профессионально-ориентированным информационным и нормативно-правовым источникам. Называет особенности организации межличностного взаимодействия субъектов проектной деятельности в процессе организации выставочно-ярмарочной деятельности. Проявляет интерес к проблемам управления брендом предприятия и организации выставочно-ярмарочной деятельности Студент демонстрирует достаточно полные знания профессионально-прикладных и методических вопросов в объеме программы практики, полностью выполнил программу, но допустил незначительные ошибки при выполнении заданий. Продемонстрирована готовность к профессиональной проектной деятельности в области выставочно-ярмарочного менеджмента.
«удовлетворительно»	Студент демонстрирует частичное понимание проблемы, имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей. Имеет представление об основных технологиях брендинга и инновационного менеджмента предприятий. Описывает некоторые технологии проведения выставочно-ярмарочных мероприятий. Называет некоторые критерии оценки результативности проведения выставочно-ярмарочных мероприятий. Описывает некоторые особенности общения субъектов проектной деятельности в процессе организации выставочно-ярмарочной деятельности. Представляет цель и задачи современной выставочно-ярмарочной деятельности. Выполняет задания с использованием информационно-коммуникационных технологий. Студент выполнил программу практики, однако в процессе работы не проявил достаточной самостоятельности, инициативы и заинтересованности, допустил существенные ошибки при выполнении заданий практики, демонстрирует недостаточный объем знаний и уровень их применения на практике, не всегда осознанно применение педагогического инструментария. Продемонстрирована достаточная степень готовности к профессиональной проектной деятельности в области выставочно-ярмарочного менеджмента..
«неудовлетворительно»	Студент владеет фрагментарными знаниями и не умеет применять их на практике, не выполнил программу практики, не получил положительной характеристики, не проявил инициативу, не предоставил рабочие материалы. Студент демонстрирует непонимание проблемы. Не имеет представления о сущности проектной деятельности. Не знает задач брендинга и выставочно-ярмарочного менеджмента. Не имеет представления о критериях оценки результативности выставочно-ярмарочных мероприятий. Необходимые профессиональные знания, умения, компетенции не проявляются.

10. Перечень учебной литературы и ресурсов сети «Интернет, необходимых для проведения практики

а) основная литература:

а) основная литература

- Александрова Н.В., Филоненко И.К. Выставочный менеджмент: **стратегии управления и маркетинговые коммуникации.** - Тула: ОАО ИПО «Лев Толстой», 2006. – 384 с.

- Пасмуров А.Я. Как эффективно подготовить и провести конференцию, семинар, выставку Event-менеджмент - СПб. : Питер - 2006, 272 с.
- Петелин В.Г. Выставочный менеджмент: технологии и ноу-хау. (Учебное пособие для выставочных работников). - 2002. - 76 с.
- Петелин В.Г. -Менеджер предприятия по рекламе и выставкам. - М.: Издательство "Ось-89", 2001. - 208с.
- Петелин В.Г. Основы менеджмента выставочной деятельности: учебник для студентов вузов - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. - 447с.
- Петелин В.Г. Стендист торгово-промышленной выставки: Секреты мастерства. - М.: Издательство "Ось-89", 2003. - 176 с.
- Петелин В.Г. Научно-технические выставки: (Учеб.пособие). - М.: ИПКИР, 2003. - 94 с.
- Трофимов С.Н. Выставочная деятельность и ее регулирование // под редакцией д.э.н., профессора Кузнецова Ю.В. - СПб.: "Невский фонд". 2003. - 128с.

б) дополнительная литература:

- Александрова Н., Сорокина Е., Филоненко И. Выставочный менеджмент Технологии организации и рекламно-информационного сопровождения выставок и конференций. - Ростов н/Д, "Экспертное бюро" 2001-212 стр.Добробабенко Е.В., Добробабенко Н.С. Выставка "под ключ". Готовые маркетинговые решения (+CD).- СПб.: Питер, 2007. - 208 с.
- Захаренко Г.П. Выставка: техника и технология успеха издательство: Вершина, 2006 - 232 с.
- Критсотакис Я.Г. Торговые выставки и ярмарки. Техника участия и коммуникации. - М.: Издательство "Ось-89", 1997.- 224с.
- Кули К. Корпоративные мероприятия, которые стали легендой/ Карен Кули и Кирсти МакЭван; худож.-оформ. А. Киричк - Ростов н/Д: Феникс, 2006. - 256 с. - М.: Издательство "Ось-89", 1997.- 224с.
- Миллер С. Как использовать торговые выставки с максимальным эффектом. (пер. с англ.) - М.: Издательский дом "Довгань", 1998. - 126с.Литвинов В.В. Практика современной экспозиции -М.: Плакат, 1989. - 192 с.
- Михолап С.В., Махоркина И.В. Выставки-ярмарки как инструмент маркетинга - Мн.: БГПА, 2000, - 126 с.
- Назаренко Л.Ф. Выставка как инструмент маркетинга. - М.: Информационно-издательский дом "Филинь", 1997. - 120с.
- Никитин Ю.А. Выставочный Петербург. От экспозиционной залы до Ленэкспо. - Череповец, ООО "Полиграфист", 2003. - 208с.
- Основы выставочно-ярмарочной деятельности: Учебное пособие для вузов / Л.Е. Стровский, Е.Д. Фролова, Д.Л. Стровский и др.; Под ред. Л.Е. Стровского. - М.: Юнити, 2005. - 288 с.
- Сухоруков А.В. К вершинам успеха на промышленных выставках Издательство: Сибпринт, 2004 г. 112 стр.
- Хальцбаур У. и др. Event-менеджмент - М.: ЭКСМО, 2007. - 384 с.
- Шарков Ф.И. Выставочный коммуникационный менеджмент (управление выставочными коммуникациями) - М.: Альфа-Пресс, 2006 — 256с.
- Шумович А. Великолепные мероприятия: Технологии и практика event management - издательство: Манн, Иванов и Фербер, 2006 - 320с.

в) ресурсы сети «Интернет»:

1. Book-ua.org – библиотека электронных учебников
2. eLIBRARY.ru – научная электронная библиотека
3. http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Pedagog/index.php Библиотека Гумер – полнотекстовые книги по коммуникативистике, маркетингу, менеджменту
4. www.gumfak.ru – электронная гуманитарная библиотека
5. Библиотека учебной и научной литературы РГИУ. <http://www.i-u.ru/>
6. Единая коллекция Цифровых Образовательных Ресурсов <http://school-db.informika.ru/>

7. Единое окно доступа к образовательным ресурсам <http://window.edu.ru/window/library>
8. Журнал «Индустрия рекламы» <http://www.advesti.ru/>
9. Журнал «Рекламные идеи» <http://www.advi.ru>
10. Журнал «Рекламодатель» <http://www.reklamodatel.ru>
11. Журнал «Реклама. Теория и практика» <http://www.grebennikov.tu>
12. Журнал «Новости рекламы» http://www.новости_рекламы.pф
13. Каталог образовательных Интернет-ресурсов <http://catalog.vlgmuk.ru/?8.42.0.0.5.0.0>
14. Каталог образовательных ресурсов http://window.edu.ru/window?p_frubr=1.2&p_mode=1&p_rid=9735&p_rubr=2.1.30
15. Официальный сайт Министерства Образования и Науки РФ <http://mon.gov.ru/>
16. Портал «Sostav.ru» (Портал о рекламе, Ведение в педагогическую деятельность; Общие основы педагогики; Теория обучения; Теория и методика воспитания; Педагогические технологии; Управление образовательными системами) <http://www.pedpro.ru/>
17. Сайт Федерального государственного образовательного стандарта <http://standart.edu.ru/>
18. Сайт ВВЦ Красная Пресня - <http://www.exponentr.ru>
19. Сайт ВВЦ ВДНХ - <http://www.vdnh.ru>
20. Сайт российской торгово-промышленной палаты- <http://www.tpp.rf>
21. Электронная интернет-библиотека <http://www.internet-biblioteka.ru/>

11. Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных сетей

В процессе организации производственной практики руководителями от выпускающей кафедры и руководителем от предприятия (организации) могут применяться следующие информационные технологии:

- проведение ознакомительных лекций с использованием мультимедийных технологий;
- использование дистанционной технологии при обсуждении материалов производственной практики с руководителем;
- использование мультимедийных технологий при защите отчетов по практике;
- использование компьютерных технологий и программных продуктов (MSOffice, и др.) необходимых для: систематизации; обработки данных; проведения требуемых программой практики расчетов; оформления отчетности; и т.д.

Информационные технологии

- сбор, хранение, систематизация и представление учебной и научной информации;
- подготовка, конструирование и презентация итогов исследовательской и аналитической деятельности;
- самостоятельный поиск дополнительного учебного и научного материала, с использованием поисковых систем и сайтов сети Интернет, электронных энциклопедий и баз данных;
- использование электронной почты преподавателей и обучающихся для рассылки, переписки и обсуждения возникших учебных проблем во время прохождения практики.

Перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

№ п/п	Название программы/Системы	Описание программы/Системы
1	Microsoft PowerPoint	Программа для создания и демонстрации презентаций
2	Windows Media Player	программы, демонстрации видео материалов
3	Google chrome, Yandex	программы, обеспечивающие доступ в сеть Интернет
4	КонсультантПлюс	Справочная правовая система

12. Материально-техническая база, необходимая для проведения практики

Указывается необходимое для проведения производственной или учебной практики материально-техническое обеспечение. Например: школьные классы, лаборатории, специально оборудованные

кабинеты, измерительные и вычислительные комплексы, транспортные средства, бытовые помещения, соответствующие действующим санитарным и противопожарным нормам, а также требованиям техники безопасности при проведении учебных и научно-производственных работ, специально оборудованные рабочие места и т.п.

№№ пп	Наименование специальных помещений и помещений для организации деятельности детского оздоровительного лагеря	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
1	Бытовые помещения, соответствующие действующим санитарным и противопожарным нормам, а также требованиям техники безопасности при проведении учебных и научно-производственных работ	Оборудованные рабочие места: компьютер (с выходом в Интернет), принтер, сканер, копировальный аппарат (может быть «Ксерокс»), мультимедиа.
2	Экспозиционный зал	Специализированная экспозиционная мебель, набор демонстрационного оборудования (телевизор, средства звуковоспроизведения, DVD проигрыватель, MP3 проигрыватель, экран), компьютер
3	Выставочный стенд	Специализированная экспозиционная мебель, набор демонстрационного оборудования (телевизор, средства звуковоспроизведения, DVD проигрыватель, MP3 проигрыватель, экран), компьютер
5	Специализированный кабинет для выполнения проектных работ	Компьютер, принтер, сканер, ксерокс для тиражирования аналитических и проектных материалов, выход в Интернет
8	Кабинет или архив	Специализированная мебель, набор правовой литературы и нормативной документации
	Конференц зал	Специализированная мебель, набор демонстрационного оборудования

13. Рекомендации по организации самостоятельной работы обучающихся в период практики

Самостоятельная работа обучающихся в период практики составляет ... часов. В процессе самостоятельной работы обучающиеся ...

Примерный перечень контрольных вопросов и заданий для проведения текущей аттестации по разделам (этапам) практики, осваиваемым обучающимися самостоятельно.

Самостоятельная работа обучающихся в период практики составляет 108 часов.

Примерный перечень вопросов для обсуждения на итоговой конференции

51. Удовлетворены ли Вы работой на предприятии – базе практики? Если Вы не удовлетворены, то в чем именно?
52. Какие формы работы вызвали трудности в проектной и организационной профессиональной подготовке?

53. По каким направлениям работы сложнее всего было организовать выставочно-ярмарочную деятельность? Каковы причины данных трудностей?
54. Какие основные способы проектной деятельности Вы использовали?
55. Какие проблемы оказались наиболее существенными на предприятии – базе практики?
56. Что бы Вы изменили в организации данной производственной практики?
57. Что Вам лично дала производственная практика?
58. Ваше впечатление о работе предприятия – базе практики в целом?
59. Насколько Вы оцениваете свою работу на предприятии – базе практики?
60. Ваши пожелания, предложения по улучшению производственной практики?

Схема анализа проектной деятельности

9. Какие цели и задачи ставились руководителем проекта в начале работы и возникали в течении работы над проектом?
10. В какие виды деятельности и в какой форме Вы включались при разработке и реализации проекта:
 - консультационные;
 - исследовательские;
 - подготовительные;
 - познавательные;
 - организованные;
 - управленческие.
11. С какими трудностями встретились при работе на предприятии – базе практики? В чем они заключались? Конфликтные ситуации в отряде, их развитие и способы разрешения.

Схема анализа проблемной ситуации.

V. Идентификация проблемной ситуации.

Анализ ситуации предполагает размышление и ответы на следующие вопросы

13. Что предшествовало возникновению проблемной ситуации?
14. Что способствовало ее обострению?
15. В чем смысл разрешения этой ситуации для меня?
16. В каких отношениях мы были до возникновения проблемной ситуации?
17. Что изменилось в наших отношениях?
18. В чем интересы каждого из нас (зафиксируйте отдельно свои, и участника (или участников) проблемной ситуации)?

VI. Анализ собственного отношения к возникшей проблеме.

13. Чем мне неприятна данная ситуация?
14. Что в ней кажется мне ценным?
15. Чего я хочу от участников проблемной ситуации?
16. Вправе ли я этого хотеть?
17. Помогаю ли я в разрешении этой ситуации или загоняю их в угол?
18. Соблюдаю ли я в этой ситуации наши обоюдные интересы или только интересы одной стороны?

Я использую эту ситуацию:

- а) чтобы узнать участников проблемной ситуации;
- б) чтобы помочь им;
- в) чтобы застраховаться от неприятностей;
- г) чтобы заставить другого делать так, как считаю нужным;
- д) чтобы все мои интересы были реализованы.

III. Анализ поведения участников проблемной ситуации.

Была ли другая сторона инициатором проблемной ситуации конфликта или оказалась втянутым в него?

Был ли поведение участника проблемной ситуации защитной мерой (помните, что нападение тоже может быть защитой) или он пытался осмыслить происходящее?

Был ли участник проблемной ситуации настроен на конфронтацию или - на согласие?
 Был ли он активен в споре или сразу занял пассивную роль?
 Как вы предполагаете, нужен ли участнику проблемной ситуации этот конфликт? Чего он ждет в нем от себя? Чего - от вас?
 Какие основные способы сотрудничества Вы использовали? Проиллюстрируйте на примере одной из проблемных ситуаций.

12. Методы и приемы работы в организационный период проекта: для адаптации участников проекта; для создания микроклимата; способы коллективного целеполагания и планирования проекта; организация сотрудничества в проектной группе и т.д.

Схема составления характеристики предприятия – базы практики при осуществлении проектной деятельности.

19. Характеристика основной деятельности предприятия.
20. Миссия предприятия. Основные стратегические цели развития. Корпоративная культура. Состояние репутационного капитала предприятия.
21. Функционально-организационная структура предприятия. Руководство предприятия.
22. Оценка степени развития организации (по любой модели).
23. Общие сведения о трудовом коллективе предприятия – базы практики: количество сотрудников.
24. Общие сведения об организации выставочно-ярмарочной деятельности на предприятии. Статус и квалификация участников группы по организации выставочно-ярмарочной деятельности.
25. Оценка нематериальных активов предприятия. Характеристика инновационной продукции предприятия.
26. Факторы, оказывающие влияние на формирование репутационного капитала предприятия (влияние конкурентного окружения, потребительское поведение, общественное мнение, мнение целевых групп PR-воздействия и т.п.).
27. Выводы и предложения по содержанию и организации выставочно-ярмарочной работы на предприятии.

Схема оценки проектной деятельности

13. Период планирования и реализации проекта (структурное подразделение, ответственное за ведение проекта, форма организации, тема проекта)
14. Актуальность темы проекта. Новизна проекта. Техико – экономическое обоснование проекта. Цели и задачи проекта
15. Организация планирования проекта. План – график реализации плана. Ответственные за этапы разработки. Финансовое и материально-техническое обеспечение разработки. Бизнес-планирование.
16. Этапы прохождения проектирования с подробным описанием приемов и методов работы, дополнительно используемых средств;
17. Мотивационно-психологическое сопровождение проекта. Интерес участников проектной группы и их активность на каждом этапе;
18. Оцените свою профессиональную позицию на каждом этапе, стиль общения и взаимодействия с участниками проектной группы.
19. С какими организационными, методическими, психологическими трудностями Вы столкнулись при подготовке и реализации проекта? Что бы Вы хотели изменить?

14. Методические рекомендации

Отчетной документацией по учебной/производственной практике является отчет и дневник студента-практиканта с ежедневными записями о проделанной работе и приложения к дневнику, включающие оформленные задания по практике.

Отчет и итоговый дневник студента по практике хранится на кафедре в течение трех лет.

1. В ходе практики студент составляет итоговый письменный отчет. Цель отчета – показать степень полноты выполнения студентом программы практики. В отчете отражаются итоги деятельности студента во время прохождения практики в соответствии с разделами и позициями, соответствующие расчеты, анализ, обоснования, выводы и предложения.

2. Объем отчета (основной текст) – 25- 30 страниц. Таблицы, схемы, диаграммы, чертежи можно поместить в приложения, в этом случае в основной объем отчета они не входят. Список документов, нормативных и инструктивных материалов и литературы в основной объем отчета не включаются.

3. Отчет о практике должен содержать:

3.1. Титульный лист (по форме университета в год сдачи отчета).

3.2. Оглавление (содержание) отчета.

3.3. Введение (обоснование актуальности практик, формулирование цели и задач, которые студент ставит перед собой на время практики, планируемые результаты).

3.4. Содержание и анализ всех видов деятельности в период практики (согласно заданию по практике). Результаты работы оформляются в виде таблиц, графиков с последующим анализом.

3.5. Дневник практики.

3.6. Заключение (анализ достигнутых результатов).

3.7. Список литературы.

3.8. Приложения (Таблицы, схемы, иллюстрации, фотографии, расчёты, списки нормативных документов, литература).

3.9. Характеристика студента-практиканта, подписанная руководителем организации.

В основной части отчет по практике необходимо отразить следующие позиции:

- общая характеристика места прохождения практики: специализация организации (предприятия) и подразделения (департамента, управления, отдела, цеха), тип организации (тип производства), назначение и характер продукции (услуг, товаров);

План характеристики (изучения) выставочно-ярмарочной деятельности предприятия – базы практики
Специфика производственной деятельности предприятия. Миссия. Стратегические цели развития, анализ и оценка развития организации;
Описание функционально-организационной структуры предприятия;
Материально-техническая база предприятия, финансовые условия.
Квалификация персонала
описание инновационной деятельности предприятия;
оценка репутационного капитала организации
- согласование целей развития организации и формализация целей участия организации в отраслевой выставке; Бриф на разработку программы участия предприятия в отраслевой выставке
Разработка проекта по участию предприятия в отраслевой выставке: - обзор отраслевых выставок; - выбор выставки для участия и обоснование; - план – график подготовки организации для участия в выставке; - эскиз корпоративного стенда на выставке; - смета на разработку и строительство корпоративного стенда ; - смета на участие организации в мероприятиях выставки; - смета на разработку и подготовку рекламно-информационных материалов для выставки; - разработка плана беседы с потенциальными посетителями стенда организации на выставке; – результаты беседы (общие сведения о потенциальном посетителе (клиенте)); - оценка эффективности участия в выставке; - фотосессия участия организации в выставке; - разработка плана беседы стендиста с посетителями стенда организации на выставке; - Чек-лист посещаемости корпоративного стенда; - оценка эффективности участия в выставке; - самоанализ деятельности по решению задач профессионального самосовершенствования; – постановку задач дальнейшего самосовершенствования; - ежедневный план работы и отчет о результатах; – методические рекомендации по участию организации в выставках; - оценка изменения репутационного капитала организации.

- характеристика основных направлений деятельности организации (предприятия) и реализуемых проектов;

- характеристика выполненных заданий;
- материалы по разделам
- выводы и рекомендации о прохождении практики.
- отчет брошюруется в папку.

По окончании практики отчет вместе с дневником представляется руководителю практики от организации, проверяется и подписывается им и заверяется печатью. Затем сдается вместе с дневником и отзывом-характеристикой руководителя практики от организации, после его регистрации на кафедре, руководителю практики от кафедры.

Дневник прохождения практики

1. Выполненную за каждый день работу с указанием сведений, материалов, полученных при прохождении практики, студент-практикант отражает в дневнике практики.

2. Дневник содержит:

- информацию о месте и сроках прохождения практики;
- календарный график прохождения практики;
- наименование подразделений, где проходила практика;
- содержание разрабатываемых и изучаемых вопросов практики, выполненная по ним работа;
- календарные сроки выполнения всех позиций проведенных работ;
- список материалов, собранных студентом в период прохождения практики для написания ВКР (если имеется);
- замечания и рекомендации руководителя практики от кафедры.

3. По окончании практики дневник подписывается руководителем практики от организации.

4. Дневник сдается вместе с отчетом о практике, после его регистрации на кафедре, руководителю практики от кафедры.

15. Организация практики на заочном отделении

Отличий от практики на дневном отделении в количестве часов, недель и зачетных единиц нет. В качестве баз практики могут быть выбраны места работы студентов, если они соответствуют требованиям, изложенным в пункте 4 (студенты могут пройти производственную практику не в структурных подразделениях предприятий, занимающихся организацией выставочно-ярмарочной деятельностью, а в рекламных агентствах, обслуживающих выставки или ярмарки).

16. Особенности организации практики для студентов из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

1. Базы производственной практики для студентов из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и (или) инвалидов подбираются кафедрой с учетом особенностей их психофизического развития, их индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

2. Производственная практика для студентов из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и (или) инвалидов в случае необходимости проводится стационарно (на кафедре).

3. Каждому студенту из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и (или) инвалидов на время прохождения производственной практики в случае необходимости назначается индивидуальный консультант. Студенты из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и (или) инвалиды в зависимости от их индивидуальных возможностей и состояния здоровья могут быть обеспечены пакетом необходимых документов об организации и содержании практики.

4. Содержание практики может быть скорректировано в зависимости от особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья студентов из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и (или) инвалидов.

Приложение 1

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

Факультет русской филологии и культуры факультет

Кафедра теории коммуникации и рекламы

Направление подготовки: 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Реклама и связи с общественностью»

Форма обучения очная

Курс 4

Группа _____

ДНЕВНИК

прохождения производственной практики
по организации выставочно-ярмарочной деятельности

Способ проведения практики: *стационарная*

Форма проведения практики: *дискретно по видам*

в (на) _____
(наименование организации)

с _____ по _____ (указать
дату) (указать дату)

Студент _____
(подпись) (инициалы и фамилия)

Руководитель практики
от организации

_____ МП _____
(должность) (место печати) (подпись) (И.О. Фамилия)

Ярославль-20__

**ФГБОУ ВО «Ярославский государственный педагогический
университет им. К.Д. Ушинского»
(ЯГПУ им. К.Д. Ушинского)**

«____» _____ 20____ г.
НАПРАВЛЕНИЕ НА ПРАКТИКУ № _____

Выдано студенту _____
(фамилия, имя, отчество)

направленному в _____

(пункт назначения)

для прохождения производственной практики по организации выставочно-ярмарочной
деятельности _____

срок проведения практики «____» _____ 20__ г. по «____» _____ 20__ г.

Основание: Приказ № _____ от «____» _____ 20__ г.

Руководитель практики:

ОТМЕТКИ О ПРИБЫТИИ В ПУНКТЫ НАЗНАЧЕНИЯ И ВЫБЫТИИ ИЗ НИХ:

Убыл из _____
«__» _____ 20__ г.
Печать Подпись

Прибыл _____
«__» _____ 20__ г.
Печать Подпись

Прибыл _____
«__» _____ 20__ г.
Печать Подпись

Убыл из _____
«__» _____ 20__ г.
Печать Подпись

Примечание: отметки о прибытии и выбытии делаются по месту прохождения практики.

I. МЕСТО И СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Студент _____
__4__ курса факультета РФиК направления подготовки 42.03.01.
Реклама и связи с общественностью, профиль «Реклама и связи с
общественностью»

направляется для прохождения производственной практики в:

Объем практики составляет __3__ зачетных единицы.

Сроки практики: с «___» _____ 20__ г. по «___» _____ 20__ г.

Студент обязан представить дневник, *отчет о прохождении
производственной практики, характеристику, табель посещения практики*
до «___» _____ 20__ г. и получить зачет с оценкой по практике
в соответствии с требованиями формы аттестации результатов практики,
установленными учебным планом до «___» _____ 20__ г.

М.П.

Руководитель практики

«___» _____ 20__ г

II. РАБОТА СТУДЕНТА В ПРОФИЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Студент _____
прибыл на производственную практику в профильную организацию:

« ____ » _____ 20 ____ г.

Профильная организация расположена по адресу:

Проходит практику в качестве _____
в _____ с « ____ » _____ 20 ____ г.

Студент закончил прохождение практики « ____ » _____ 20 ____ г.

М.П. _____ Руководитель практики от профильной организации:

(ФИО)

(должность)

« ____ » _____ 20 ____ г.

III. ИНСТРУКТАЖ ПО ОХРАНЕ ТРУДА И ТЕХНИКЕ БЕЗОПАСНОСТИ

Характер инструктажа	Дата	Кто проводил инструктаж	Подпись студента
Водный инструктаж Повторный инструктаж на рабочем месте			

Руководитель практики от ЯГПУ:

Руководитель практики от
профильной организации:

(ФИО, подпись)

(ФИО, подпись)

(Должность)

(Должность)

Студент _____ (ФИО) _____ (подпись)

IV. ОБЯЗАННОСТИ СТУДЕНТА НА ПРАКТИКЕ

66. Полностью пройти практику в соответствии с указанными в приказе по Университету сроками.

67. Выполнить в полном объеме задания, предусмотренные программой практики.

68. Подчиняться действующим на предприятии, в учреждении, организации правилам внутреннего трудового порядка.

69. Изучить и строго соблюдать правила охраны труда, техники безопасности и производственной санитарии.

70. Участвовать в научно-исследовательской работе по заданию кафедры.

71. Участвовать в общественной жизни коллектива предприятия, организации, учреждения.

72. Нести ответственность за выполняемую работу и ее результаты наравне со штатными работниками.

73. Вести дневник, в который записываются сведения указанные в программе практики.

74. 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 ЯГПУ и от профильной организации.

75. Заверить подписями и печатями дневник практики, получить заверенную подписью и печатью характеристику.

76. По окончании практики и по прибытии в ЯГПУ сдать на проверку руководителю практики от ЯГПУ отчет, дневник, характеристику, представить собранные материалы для написания выпускной квалификационной работы и своевременно пройти форму аттестации, предусмотренную учебным планом и ФГОС ВО.

VI. ОБЯЗАННОСТИ РУКОВОДИТЕЛЕЙ ПРАКТИКИ

17) Руководитель практики от ЯГПУ:

- 1.1. Составляет рабочий график (план) проведения практики;
- 1.2. Разрабатывает индивидуальные задания для обучающихся, выполняемые в период практики;
- 1.3. Участвует в распределении обучающихся по рабочим местам и видам работ в организации;
- 1.5. Осуществляет контроль соблюдения сроков проведения практики и соответствии ее содержания требованиям, установленным ОПОП ВО;
- 1.6. Оказывает методическую помощь обучающимся при выполнении ими индивидуальных заданий, а также при сборе материалов к выпускной квалификационной работе в ходе преддипломной практики;
- 1.7. Оценивает результаты прохождения практики обучающимися.

18) Руководитель практики от профильной организации:

- 2.1. Согласовывает индивидуальные задания, содержание и планируемые результаты практики;
- 2.2. Предоставляет рабочие места обучающимся;
- 2.3. Обеспечивает безопасные условия прохождения практики обучающимся, отвечающие санитарным правилам и требованиям охраны труда;
- 2.4. Проводит инструктаж обучающихся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка.
- 2.5. Проводит инструктаж обучающихся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка.

19) При проведении практики в профильной организации руководителем практики от ЯГПУ и руководителем практики от профильной организации составляется совместный рабочий график (план) проведения практики.

VII. СОВМЕСТНЫЙ РАБОЧИЙ ГРАФИК (ПЛАН) ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Студент: _____ Группа: _____
(Фамилия ИО) (номер группы, курс)

Направление подготовки: 42.03.01. Реклама и связи с общественностью

Профиль: Реклама и связи с общественностью

Место прохождения практики: _____

Сроки прохождения практики: _____

№ п/п	Наименование темы или работы (вид работ)	Кол-во рабочих дней	Сроки исполнения (Дата)	Отметка о выполнении

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

(ФИО)

(должность)

М.П. Руководитель практики от профильной организации:

(ФИО)

(должность)

VII. ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ НА ПРАКТИКУ

(вид практики)

Студенту: _____ Группа: _____
(Фамилия ИО) (группа, курс)

Направление подготовки: 42.03.01. Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью

Место прохождения практики: _____
(Полное наименование организации, местонахождение)

Задание на практику (заполняется в соответствии с программой практики):	Сроки выполнения	Планируемые результаты

Продолжительность практики: _____ недели

Сроки прохождения практики: с _____ по _____

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

(ФИО)

(должность)

«Согласовано» -
М.П.

Руководитель практики от профильной организации:

(ФИО)

(должность)

прохождения _____ практики
(вид практики)

ЗАМЕЧАНИЯ И РЕКОМЕНДАЦИИ РУКОВОДИТЕЛЕЙ СТУДЕНТУ В ПРОЦЕССЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

493

IX. ХАРАКТЕРИСТИКА

Студента-практиканта _____
(фамилия, имя, отчество)

4 курса ФРФиК направления Реклама и связи с общественностью, проходившего производственную практику
в _____

с « _____ » _____ по « _____ » _____ 201__ года

1. Общая оценка:

№	Оцениваемая характеристика	Оценка			
		5	4	3	2
1	Уровень подготовленности студента к прохождению практики				
2	Умение правильно определять и эффективно решать профессиональные задачи				
3	Степень самостоятельности при выполнении заданий по практике				
4	Инициативность				
5	Оценка трудовой дисциплины				
6	Оценка уровня выполнения индивидуальных заданий				

2. Виды и объем выполненных студентом работ, качество выполненных работ:

3. Отношение студента к работе, дисциплинированность:

4. Полученные и проявленные студентом практические навыки и умения, сформированные у студента профессиональные компетенции по направлениям и профилям подготовки, теоретическая подготовка:

5. Оценка прохождения студентом практики в целом (отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно): _____

Заключение о работе студента:

В процессе прохождения _____ практики в период с _____ по _____
(указать дату) (указать дату)
студент (ка) _____ проявил(а) себя как _____
(Ф.И.О.) (перечислить качества)

Кроме того, он(а) принял(а) непосредственное участие в разработке _____
(перечень разработанных вопросов)

Предоставленный отчет о прохождении _____ практики соответствует предъявляемым требованиям.

Считаю, что результат прохождения практики можно оценить на _____
(указать: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»)

Руководитель практики
от организации

_____	МП	_____	_____
(должность)	место печати)	(подпись)	(Фамилия, имя, отчество полностью)
«_____»	_____ 20_____ г.		

**Х. ОТЗЫВ РУКОВОДИТЕЛЯ ПРАКТИКИ ОТ ЯГПУ
О ВЫПОЛНЕНИИ СТУДЕНТОМ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ
И ПОЛНОТЕ СБОРА МАТЕРИАЛОВ
(с учетом уровня сформированности компетенций)**

Код компетенции	Сформирована	Частично сформирована	Не сформирована
ПК - 4			
ПК - 5			

Заключение: _____

Оценка пройденной практики руководителем от ЯГПУ

(уровень подготовки, квалификация, выполнение графика практики, дисциплинированность и т.д.)

Руководитель практики

от ЯГПУ им. К.Д. Ушинского _____
(подпись)

/ _____
(расшифровка подписи)

« ____ » _____ 20 ____ г.

КРАТКАЯ ИНСТРУКЦИЯ СТУДЕНТУ-ПРАКТИКАНТУ

1. Перед выездом на практику необходимо:

- 1.19. Получить на кафедре индивидуальные задания, выполняемые в период практики, выяснить сроки практики.
- 1.20. Получить на кафедре консультацию и инструктаж по всем вопросам организации практики, в том числе по технике безопасности.
- 1.21. Составить совместный график прохождения практики с руководителем практики от университета, в котором отражаются следующие мероприятия, например:
 - знакомство со структурой организации и правилами внутреннего распорядка;
 - проведение повторного инструктажа на рабочем месте по соблюдению техники безопасности;
 - прохождение практики в соответствии с программой практики и индивидуальным заданием;
 - подготовка дневника 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. Прибыв на место практики студент-практикант обязан:

- 2.1. Ознакомиться с правилами внутреннего распорядка и техникой безопасности в организации и неуклонно их выполнять.
- 2.2. Встретиться с руководителем практики от профильной организации и согласовать с ним задания, выполняемые в период практики, и совместный график работы, подписать у него необходимые страницы дневника практики и проставить печати.

3. Обязанности студента в период практики:

- 3.1. Ежедневно вести дневник в строгом соответствии с программой практики и индивидуальным заданием (отражаются все виды работ и проводимые исследования);
- 3.2. Дневник должен быть полностью закончен на месте практики и там же представлен для отзыва о работе студента руководителю практики от профильной организации.

4. Возвратившись с практики студент-практикант обязан:

Представить руководителю практики от университета дневник и другие отчетные документы по практике.

Приложение 2

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

Факльтет русской филологии и культуры
Кафедра Теории коммуникации и рекламы
Направление подготовки: 42.03.01. Реклама и связи с общественностью
Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью

ОТЧЕТ

о прохождении _____ практики
(наименование практики)

_____ (Ф.И.О. студента)
_____ 4 _____ курса _____ очной _____ формы обучения, группа _____

Место прохождения практики _____
(указывается полное наименование организации в соответствии с уставом)

Руководитель практики от ЯГПУ им. К.Д. Ушинского

_____ (ученая степень, звание, должность) _____ (подпись) _____ (И.О.Фамилия)

_____ Ярославль – 20____

Оформление отчета о прохождении производственной практики

По результатам практики студент бакалавриата 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.

Для составления, редактирования и оформления отчета студентам отводятся последние 1-2 дня _____ (указывается вид) практики.

Кафедрой _____ рекомендуется следующий порядок размещения материала в отчете:

1. ВВЕДЕНИЕ. Во введении необходимо указать цели и задачи практики, место и время прохождения практики.

2. ОСНОВНОЙ РАЗДЕЛ.

В основном разделе в подразделе 2.1 описывается поэтапное выполнение программы производственной практики:

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Кол-во часов
1. Подготовительный этап		
1.1.		
1.2		
и т.д.		
2. Начальный этап		
2.1.		
2.2		
и т.д.		
3. Основной (экспериментальный) этап		
3.1.		
и т.д.		
4. Заключительный этап		
4.1.		
и т.д.		
	Итого:	

В подразделе 2.2 описывается выполнение программы _____ практики.

3. ЗАКЛЮЧЕНИЕ (ВЫВОДЫ). В заключении подводятся итоги прохождения практики.

4. ПРИЛОЖЕНИЯ.

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 - полуторный, выравнивание – по ширине. Отступ в первых строках – 10 мм.

Шрифт предпочтительно *Times New Roman*. Размер шрифта: для текста – 14, для названия разделов – 15 полужирный, буквы заглавные; для названия подразделов – 15 полужирный, буквы прописные.

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.

Все страницы отчета нумеруют арабскими цифрами внизу страницы по центру.

Сокращения слов, кроме общепринятых, не допускаются.

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

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.

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.

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

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

У Т В Е Р Ж Д А Ю
Проректор по учебной работе

В.П. Завойстый

«____» _____ 2018 г.

Программа производственной практики

Наименование практики:

**Б2.П.6 Практика по получению профессиональных умений и опыта
профессиональной деятельности (Преддипломная практика)**

(шифр и наименование по учебному плану)

Способ проведения практики: стационарная, выездная

Форма проведения практики: дискретно по периодам

Рекомендуется для направления подготовки:

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

(шифр и наименование направления)

(профиль «Реклама и связи с общественностью»)

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Разработчики:

доцент кафедры теории коммуникации и рекламы
к.ф.н.

И.В. Шустина

доцент кафедры теории коммуникации и рекламы
к.ф.н.

Т.Б. Колышкина

доцент кафедры теории коммуникации и рекламы
к.п.н.

Л.В. Плуженская

доцент кафедры теории коммуникации и рекламы
д.ф.н.

Л.В. Ухова

Утверждено на заседании

кафедры теории коммуникации и рекламы
«23» января 2018 г.

Протокол № 5

Зав. кафедрой

И.В. Шустина

1. Указание вида практики, способа и формы (форм) ее проведения.

Производственная преддипломная практика – вид учебной работы, цель которой закрепление теоретических и практических знаний, полученных студентами в процессе обучения, приобретение и совершенствование практических навыков и компетенций по избранному направлению подготовки для выполнения выпускной квалификационной работы.

2. Задачи практики:

Задачами производственной (преддипломной) практики являются:

1. Закрепление, углубление, расширение и систематизация знаний, закрепление практических навыков и умений, полученных при изучении дисциплин и модулей, определяющих специфику подготовки бакалавров направлений 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
2. Формирование навыков решения конкретных производственных и социальных задач, определяющих специфику направления
3. Развитие навыков самостоятельной работы и овладение способностью творческого подхода к решению практических задач
4. Сбор материалов к государственной итоговой аттестации
5. Проверка профессиональной готовности к самостоятельной трудовой деятельности

Данные задачи производственной преддипломной практики соотносятся со следующими видами профессиональной деятельности: организационно-управленческая, проектная, коммуникационная, рекламно-информационная, рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая, информационно-технологическая.

3. Место практики в структуре ОП:

Преддипломная практика включена в вариативную часть образовательной программы (далее ОП) и является обязательным видом учебной работы бакалавра, по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» с профилем подготовки «Реклама и связи с общественностью». Практика проводится в 8 семестре на базе кафедры теории коммуникации и рекламы.

Для успешного прохождения практики студент должен обладать следующими компетенциями: ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-12, ПК-15, ПК-16.

ПК-8	способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы
ПК-9	Способностью проводить маркетинговые исследования
ПК-10	Способностью организовывать и проводить социологические исследования
ПК-12	Способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации
ПК-15	Владение навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве
ПК-16	способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы

Студент должен:

- **знать** основные требования, предъявляемые к специалисту по рекламе и связям с общественностью в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации; основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации; специфику рекламных и PR-обращений в зависимости от канала распространения, коммуникативно-структурные типы рекламных и PR-текстов,

формальные признаки рекламного и PR-текста, структурно-семантические компоненты рекламного и PR-текста, особенности логической структуры рекламного и PR-текста, коммуникативные возможности структурных единиц рекламного и PR-текста и понимание механизма их воздействия, методику анализа и редактирования рекламного и PR-текста с учетом поуровневого подхода к оценке прагматической целесообразности и коммуникативной нагруженности всех компонентов, дополненную определением жанровой природы конкретного текста; основные методы исследований; методику планирования и организации социологического исследования; методы анализа и обработки социологической информации; методы разработки и реализации организационно-управленческих решений в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве; методы управления деятельностью организации (отдел рекламы, маркетинговый отдел, рекламное агентство); основные теории и концепции взаимодействия людей в организации (отдел рекламы, маркетинговый отдел, рекламное агентство), в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами;

- **обладать** умениями аргументированно анализировать рекламные и PR-обращения, описать вербальные и невербальные составляющие текстов различных коммуникативных структурных типов, оценивать текст с точки зрения категорий истинного и ложного, целесообразного и нецелесообразного, отвечающего или не отвечающего культурным представлениям нации; определять проблемы, цели и задачи исследования, предмет и объект исследования; осуществлять выбор методов, адекватный целям и задачам исследования; осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации разрабатывать и оценивать варианты организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность; организовывать деятельность малой группы (отдел рекламы, маркетинговый отдел, рекламное агентство); применять на практике знание основных законов экономической теории, менеджмента и маркетинга для решения профессиональных задач в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации; аргументированно обсуждать профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения
- **владеть** способами анализа текста с точки зрения используемых в нем приемов воздействия на аудиторию, навыками создания текста в соответствии с поставленной задачей; способен разрабатывать планы, программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации; способен осуществлять консультационные работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций; методами организации кооперации с коллегами в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве; способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным; владеть современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение сотрудников; способен разрабатывать планы, программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации; способен осуществлять консультационные работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций; навыками анализа текста с точки зрения используемых в нем приемов воздействия на аудиторию.

Преддипломная практика проводится с отрывом от аудиторных занятий. Прохождение преддипломной практики является необходимой основой для создания выпускной квалификационной работы и подготовки к выпускному квалификационному экзамену.

4. Место и время проведения производственной практики

Практика проводится в структурном подразделении организации – на базе выпускающей кафедры теории коммуникации и рекламы ФГБОУ ВО «Ярославский государственный педагогический университет им. К.Д. Ушинского»

- При выборе баз практики необходимо руководствоваться следующими критериями:
- соответствие базы практики основным требованиям, предъявляемым к подготовке бакалавров соответствующего направления и профиля;
 - наличие у организации лицензии на право реализации своей деятельности, основных правоустанавливающих документов;
 - укомплектованность квалифицированными кадрами, способными работать со студентами;
 - наличие современной материально-технической базы для обеспечения эффективной работы практикантов;
 - обеспечение возможности студентам реализовать программу практики, провести исследование;

Практика на очном отделении проводится в течение 8 недель на 4 курсе в 8 семестре, на заочном отделении в течение 8 недель на 5 курсе в 10 семестре. Группы формируются в составе до 15 человек на одного группового руководителя.

5. Объем практики в зачетных единицах и ее продолжительность в неделях / часах

Общая трудоемкость преддипломной практики составляет 12 зачетных единиц. Организуется в 8 семестре, продолжительность – 8 недель, 432 часа.

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

Практика направлена на формирование следующих компетенций: ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-11, ПК-12, ПК-13, ПК-14, ПК-15, ПК-16.

Общепрофессиональные компетенции					
КОМПЕТЕНЦИИ		Перечень компонентов	Средства формирования	Средства оценивания	Уровни освоения компетенций
Шифр компетенции	Формулировка				
ОПК-1	Способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах	Знать: - основные требования, предъявляемые к специалисту по рекламе и связям с общественностью; - основные положения экономической теории, менеджмента и маркетинга; - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами; - специфику рекламных и PR-обращений в зависимости от канала распространения, Уметь: - применять на практике знание основных законов экономической теории, менеджмента и маркетинга для решения профессиональных задач; - аргументированно обсуждать профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения Владеть: - основными приемами менеджмента и маркетинга; - навыками анализа текста с точки зрения используемых в нем приемов воздействия на аудиторию,	- Работа с информационными источниками - Анализ и интерпретация результатов - Консультации и с руководителем практики - Оформление отчета	Отчет Доклад Презентация	Базовый уровень: Знать: - основные требования, предъявляемые к специалисту по рекламе и связям с общественностью; основные положения экономической теории, менеджмента и маркетинга; - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами; - основную специфику стандартных рекламных и PR-обращений в зависимости от канала распространения, Уметь: - умеет применять на практике знание основных законов экономической теории, менеджмента и маркетинга для решения профессиональных задач; - умеет аргументированно обсуждать основные профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения Владеть: - владеет основными приемами менеджмента и маркетинга; - владеет базовыми навыками анализа текста с точки зрения используемых в нем приемов воздействия на аудиторию, -владеет основными навыками создания текста в соответствии со стандартно поставленной задачей Повышенный уровень: Знать: - основные требования, предъявляемые к специалисту по рекламе и связям с общественностью; - основные положения экономической теории, менеджмента и маркетинга; - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами; - ситуативную специфику стандартных и нестандартных рекламных и PR-обращений в зависимости от канала распространения, Уметь: - умеет применять на практике знание основных законов экономической теории, менеджмента и маркетинга для решения творческих профессиональных задач;

		-навыками создания текста в соответствии с поставленной задачей			- умеет аргументированно обсуждать основные и специфические профессиональные проблемы, давать Владеть: - владеет основными приемами менеджмента и маркетинга; - владеет навыками анализа текста с точки зрения используемых в нем приемов воздействия на аудиторию, -владеет навыками создания текста в соответствии с стандартно и нестандартно поставленной задачей
ОПК-2	Владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы / связей с общественностью	Знать: - методы разработки и реализации организационно-управленческих решений в отделах рекламы / связей с общественностью; - методы управления деятельностью организации в отделах рекламы / связей с общественностью; - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами в отделах рекламы / связей с общественностью Уметь: - разрабатывать и оценивать варианты организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность; - организовывать деятельность малой группы в отделах рекламы / связей с общественностью Владеть: - методами организации кооперации с коллегами в	- Работа с информационными источниками - Анализ и интерпретация результатов - Консультации и с руководителем практики - Оформление отчета	Отчет Доклад Презентация	Базовый уровень: Знает: - знает основные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений в отделах рекламы / связей с общественностью; -знает типовые методы управления деятельностью организации в отделах рекламы / связей с общественностью; - знает основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами в отделах рекламы / связей с общественностью - знает основные методы анализа и обработки информации; Умеет: -умеет разрабатывать и оценивать варианты стандартных организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность; - организовывать деятельность малой группы Владеет: -владеет методами организации кооперации с коллегами; Повышенный уровень: Знает: - знает основные и специальные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений в отделах рекламы / связей с общественностью; - знает методологию и методики стратегического, тактического и оперативного методы управления деятельностью организации в отделах рекламы / связей с общественностью - знает методики управления людьми в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами в отделах рекламы / связей с общественностью - знает основные методы анализа и обработки информации Умеет: -умеет разрабатывать и оценивать варианты стандартных и нестандартных организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность;

		отделах рекламы / связей с общественностью;			- эффективно организовывать деятельность малой группы Владеет: - способен выбирать наиболее эффективные в конкретной ситуации методы организации кооперации с коллегами;
ОПК-3	Обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владеть навыками литературного редактирования, копирайтинга	Знать: - специфику рекламных и PR-обращений в зависимости от канала распространения, - коммуникативно-структурные типы рекламных и PR-текстов, - формальные признаки рекламного и PR-текста, - структурно-семантические компоненты рекламного и PR-текста, - особенности логической структуры рекламного и PR-текста, - коммуникативные возможности структурных единиц рекламного и PR-текста и понимание механизма их воздействия, - методику анализа и редактирования рекламного и PR-текста с учетом поуровневого подхода к оценке прагматической целесообразности и коммуникативной нагруженности всех компонентов, дополненную определением жанровой природы конкретного текста. Уметь: - аргументированно анализировать рекламные и PR-обращения, - описать вербальные и невербальные составляющие текстов различных	- Работа с информационными источниками - Анализ и интерпретация результатов - Консультации и с руководителем практики - Оформление отчета	Отчет Доклад Презентация	Базовый уровень: Знать: - основные требования, предъявляемые к специалисту по рекламе и связям с общественностью; - основные особенности рекламных и PR-обращений в зависимости от канала распространения, - основные коммуникативно-структурные типы рекламных и PR-текстов, - основные формальные признаки и структурно-семантические компоненты рекламного и PR-текста, - основные особенности логической структуры рекламного и PR-текста, - коммуникативные возможности структурных единиц рекламного и PR-текста и понимание основного механизма их воздействия, - основы методики анализа и редактирования рекламного и PR-текста с учетом поуровневого подхода к оценке прагматической целесообразности и коммуникативной нагруженности всех компонентов, дополненную определением жанровой природы конкретного текста; Уметь: - умеет применять на практике знание алгоритма анализа рекламных и PR-обращений, - описывать вербальные и невербальные составляющие текстов основных коммуникативных структурных типов, - оценивать текст с точки зрения соответствия жанру. Владеть: - владеет основными навыками анализа текста с точки зрения используемых в нем приемов воздействия на аудиторию, - основными навыками создания текста в соответствии с поставленной задачей. Повышенный: Знать: - ситуативные требования, предъявляемые к специалисту по рекламе и связям с общественностью; - всю специфику рекламных и PR-обращений в зависимости от канала распространения, - различные коммуникативно-структурные типы рекламных и PR-текстов, - все формальные признаки и структурно-семантические компоненты рекламного и PR-текста, - особенности логической структуры рекламного и PR-текста,

		коммуникативных структурных типов, - оценивать текст с точки зрения категорий истинного и ложного, целесообразного и нецелесообразного, отвечающего или не отвечающего культурным представлениям нации. Владеть: - навыками анализа текста с точки зрения используемых в нем приемов воздействия на аудиторию, -навыками создания текста в соответствии с поставленной задачей			- коммуникативные возможности структурных единиц рекламного и PR-текста и понимание всех механизмов их воздействия, - методику анализа и редактирования рекламного и PR-текста с учетом поуровневого подхода к оценке прагматической целесообразности и коммуникативной нагруженности всех компонентов, дополненную определением жанровой природы конкретного текста; Уметь: - умеет всесторонне применять на практике знание алгоритма анализа рекламных и PR-обращений, - развернуто описывать вербальные и невербальные составляющие текстов основных коммуникативных структурных типов, - оценивать текст с точки зрения категорий истинного и ложного, целесообразного и нецелесообразного, отвечающего или не отвечающего культурным представлениям нации. соответствия жанру. Владеть: - владеет навыками глубокого анализа текста с точки зрения используемых в нем приемов воздействия на аудиторию, -навыками создания текста в соответствии с поставленной задачей.
ОПК-4	Умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	Знать: - этапы планирования коммуникационные кампании и мероприятия; - методы сбора информации для планирования коммуникационные кампании и мероприятий Уметь: - осуществлять сбор, анализ и интерпретацию информации, необходимую для проведения коммуникационные кампании и мероприятия Владеть: - способен осуществлять под контролем проектирование, планирование, подготовку коммуникационных кампаний и мероприятий;	- Работа с информационными источниками - Анализ и интерпретация результатов - Консультации с руководителем практики - Оформление отчета	Отчет Доклад Презентация	Базовый уровень: Знать: - знает основные этапы планирования коммуникационных кампаний и мероприятий; - знает основные методы сбора информации для планирования стандартных коммуникационных кампаний и мероприятий; Уметь: - осуществлять сбор, анализ и интерпретацию информации, необходимой для проведения стандартных коммуникационных кампаний и мероприятий Владеть: - осуществлять под контролем проектирование, планирование, подготовку стандартных коммуникационных кампаний и мероприятий; Повышенный уровень: Знать: - знает основные этапы планирования коммуникационных кампаний и мероприятий; - знает основные методы сбора информации для планирования коммуникационных кампаний и мероприятий разных видов; Уметь: - осуществлять сбор, анализ и интерпретацию информации, необходимой для проведения коммуникационных кампаний и мероприятий разных видов Владеть:

					- способен осуществлять под контролем проектирование, планирование, подготовку коммуникационных кампаний и мероприятий разных видов;
ОПК- 5	Умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	Знать: - этапы организации и контроля коммуникационных кампаний и мероприятий; - методы сбора и анализа информации для организации и контроля коммуникационных кампаний и мероприятий Уметь: - осуществлять анализ и интерпретацию информации, необходимой для проведения коммуникационных кампаний и мероприятий; - осуществлять различные виды контроля во время проведения коммуникационных кампаний и мероприятий; Владеть: - способен осуществлять руководство подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий; - методами оценки качества и эффективности коммуникационных кампаний и мероприятий	- Работа с информационными источниками - Анализ и интерпретация результатов - Консультации с руководителем практики - Оформление отчета	Отчет Доклад Презентация	Базовый уровень: Знать: - знает основные этапы организации и контроля стандартных коммуникационных кампаний и мероприятий; - знает основные методы сбора и анализа информации для организации и контроля коммуникационных кампаний и мероприятий; Уметь: - умеет осуществлять анализ и интерпретацию стандартной информации, необходимой для проведения типовых коммуникационных кампаний и мероприятий; - умеет осуществлять основные виды контроля во время проведения коммуникационных кампаний и мероприятий; Владеть: - способен осуществлять руководство подготовкой и реализацией стандартных коммуникационных кампаний и мероприятий; - способен использовать основные методы оценки качества и эффективности коммуникационных кампаний и мероприятий Повышенный уровень: Знать: - знает этапы организации и контроля коммуникационных кампаний и мероприятий разных видов; - знает методы сбора и анализа информации для организации и контроля коммуникационных кампаний и мероприятий разных видов; Уметь: - умеет осуществлять анализ и интерпретацию различной информации, необходимой для проведения коммуникационных кампаний и мероприятий разных видов; - умеет осуществлять различные виды контроля во время проведения коммуникационных кампаний и мероприятий разных видов; Владеть: - способен осуществлять руководство подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий разных видов; - способен использовать различные методы оценки качества и эффективности коммуникационных кампаний и мероприятий разных видов
Профессиональные компетенции					
ПК-1	способность принимать участие в управлении и	Знать: - методы разработки и реализации организационно-управленческих решений	- Работа с информационными источниками	Отчет Доклад Презентация	Базовый уровень: Знает: -основные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений в области рекламы и связей с общественностью;

	организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью	(рекламных служб и служб по связям с общественностью); - методы управления деятельностью организации (рекламных служб и служб по связям с общественностью); - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации (рекламных служб и служб по связям с общественностью), в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами Уметь: - разрабатывать и оценивать варианты организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность; - осуществлять управление персоналом организации - организовывать деятельность малой группы (рекламных служб и служб по связям с общественностью) Владеть: - методами организации кооперации с коллегами (в рекламных службах и службах по связям с общественностью); -способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным;	- Анализ и интерпретация результатов - Консультации и с руководителем практики - Оформление отчета	-базовые методы управления деятельностью организации в сфере рекламы и связей с общественностью; - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами в сфере рекламы и связей с общественностью Умеет: - разрабатывать и оценивать стандартные варианты организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность; - осуществлять стандартное управление персоналом организации в сфере рекламы и связей с общественностью - по стандартным моделям организовывать деятельность малой группы в сфере рекламы и связей с общественностью Владеть: - владеет основными методами организации кооперации с коллегами в сфере рекламы и связей с общественностью; -способен работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным; - владеет основными современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение сотрудников в сфере рекламы и связей с общественностью Повышенный: Знает: -основные типовые и уникальные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений в области рекламы и связей с общественностью; -базовые и ситуативные методы управления деятельностью организации в сфере рекламы и связей с общественностью; - основные и авторские теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами в сфере рекламы и связей с общественностью Умеет: - разрабатывать и оценивать стандартные и нестандартные варианты организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность; - осуществлять стандартное и нестандартное управление персоналом организации в сфере рекламы и связей с общественностью - по стандартным и оригинальным моделям организовывать деятельность малой группы в сфере рекламы и связей с общественностью Владеет:

		- современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение сотрудников			- владеет основными типовыми и уникальными методами организации кооперации с коллегами в сфере рекламы и связей с общественностью; -способен работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным; - владеет основными и оригинальными современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение сотрудников в сфере рекламы и связей с общественностью
ПК-2	Владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации	Знать: - методы разработки и реализации организационно-управленческих решений (в своей деятельности и деятельности фирмы); - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами (в своей деятельности и деятельности фирмы) Уметь: - разрабатывать и оценивать варианты организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность (в своей деятельности и деятельности фирмы); - организовывать деятельность малой группы Владеть: - методами организации кооперации с коллегами; -способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность,	- Работа с информационными источниками - Анализ и интерпретация результатов - Консультации и с руководителем практики - Оформление отчета	Отчет Доклад Презентация	Базовый уровень: Знать: - основные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений; - базовые методы управления деятельностью организации; - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами, Уметь: - разрабатывать и оценивать стандартные варианты организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность - стандартными методами осуществлять управление персоналом организации - организовывать деятельность малой группы в типовых ситуациях; - формулировать цели и задачи, выбирать типовые пути их достижения; -распределять время для решения личных и основных профессиональных задач; Владеть: Владеет: - основными методами организации кооперации с коллегами, -способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным - основными современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение сотрудников; - основными технологиями тайм-менеджмента и самоорганизации Повышенный уровень: Знать: - основные и уникальные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений; -основные и ситуативные методы управления деятельностью организации;

		организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным; - современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение сотрудников; - технологиями тайм-менеджмента и самоорганизации;			- основные и авторские теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами, Уметь: - разрабатывать и оценивать ситуативные варианты организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность - осуществлять управление персоналом организации в зависимости от ситуации, - организовывать деятельность малой группы; - формулировать цели и задачи, выбирать ситуативно обусловленные пути их достижения; - эффективно распределять время для решения личных и профессиональных задач; Владеть: - основными и оригинальными методами организации кооперации с коллегами - способностью эффективно работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным - современными основными и уникальными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение сотрудников; - оригинальными технологиями тайм-менеджмента и самоорганизации
ПК-3	Знает основные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений и методы управления деятельностью малой организации. Может применить их на практике	Знает - методы разработки и реализации организационно-управленческих решений - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами Умеет: - разрабатывать и оценивать варианты организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность;	- Работа с информационными источниками - Анализ и интерпретация результатов - Консультации с руководителем практики - Оформление отчета	Отчет Доклад Презентация	Базовый уровень Знает: - основные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами Умеет: - разрабатывать и оценивать стандартные варианты организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность; - организовывать деятельность малой группы Владеет: - основными методами организации кооперации с коллегами - способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным - базовыми современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение сотрудников;

		- организовывать деятельность малой группы Владеет: - методами организации кооперации с коллегами - способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным - современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение сотрудников;			Повышенный Знает: - основные и ситуативные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений - основные и авторские теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами Умеет: - разрабатывать и оценивать стандартные и нестандартные варианты организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность; - организовывать деятельность малой группы Владеет: - основными и ситуативными методами организации кооперации с коллегами - способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным - базовыми и оригинальными современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение сотрудников
ПК-4	Владение навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)	Знать: - основные формы проектной документации; - требования к проектной документации; - формы и способы представления проектной документации; Уметь: - составлять технические задания на разработку проектов; - делать презентацию проектной документации; - использовать программное обеспечение для решения задач, связанных с проектной деятельностью; Владеть: - навыками подготовки проектной документации.	- Работа с информационными источниками - Анализ и интерпретация результатов - Консультации с руководителем практики - Оформление отчета	Отчет Доклад Презентация	Базовый уровень: Знать: - знает основные методы разработки проектной документации - знает стандартную методику планирования проектных работ - знает основные методы анализа и обработки информации Уметь: - умеет определять основные проблемы, типовые цели и задачи проектирования; - умеет осуществлять выбор стандартных методов, адекватных целям и задачам типовой разработки; - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации для типовой разработки Владеть: - способен разрабатывать на основе типовых документов технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт Повышенный: Знать: - знает основные и специальные методы разработки проектной документации - знает стандартные и специальные методики планирования проектных работ - знает основные и специальные методы анализа и обработки информации

					- усвоил основную и дополнительную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины Уметь: - умеет определять основные и ситуативные проблемы, организовывать постановку проектной задачи для уникальной ситуации; - умеет осуществлять выбор методов, презентации проектной документации, соответствующей конкретной ситуации; - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации с помощью стандартного и нестандартного программного обеспечения Владеть: - способен разрабатывать технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт, соответствующие конкретной проектной ситуации
ПК-5	способность реализовывать проекты и владеть методами их реализации	Знать: - современную концепцию управления проектами - теорию менеджмента и маркетинга, основы бизнес-процессов; Уметь: - ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций по управлению проектами - осуществлять разработку стратегических концепций и бизнес-планов проектов; - составлять технические задания на разработку проектов; - использовать программное обеспечение для решения задач, связанных с проектной деятельностью - применять на практике аналитические методы, связанные с принятием решения по проекту Владеть: - методами реализации основных управленческих функций (принятие управленческого	- Работа с информационными источниками - Анализ и интерпретация результатов - Консультации и с руководителем практики - Оформление отчета	Отчет Доклад Презентация	Базовый уровень: Знать: - основные направления, проблемы, теории и методы современных маркетинга, менеджмента Уметь: - ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций по управлению проектами - осуществлять разработку стратегических концепций и бизнес-планов проектов; - составлять технические задания на разработку проектов; - использовать программное обеспечение для решения задач, связанных с проектной деятельностью; - применять на практике основные аналитические методы, связанные с принятием решения по проекту Владеть: - владеет методами реализации основных управленческих функций (принятие управленческого решения, организация, мотивация и контроль) - практическими навыками ведения проектов - способен давать оценку качества и эффективности проектов Повышенный уровень: Знать: - основные направления, проблемы, теории и методы современных маркетинга, менеджмента, проектного менеджмента Уметь: - ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций по управлению проектами

		решения, организация, мотивация и контроль) - практическими навыками ведения проектов -способен давать оценку качества и эффективности проектов			- осуществлять разработку стратегических концепций и бизнес-планов проектов; - составлять оригинальные технические задания на разработку проектов; - эффективно использовать программное обеспечение для решения задач, связанных с проектной деятельностью как в целом, так и поэтапно; - применять на практике аналитические методы, связанные с принятием решения по проекту Владеть: - владеет методами реализации основных управленческих функций (принятие управленческого решения, организация, мотивация и контроль) - практическими навыками ведения проектов и отдельных фаз реализуемого проекта; - способен давать профессиональную оценку качества и эффективности проектов
ПК-6	Способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внешней и внутренней коммуникации	Знать: - структуру внутренних коммуникаций организации и их роль в создании имиджа фирмы, - систему поощрения, стимулирующую сотрудников, - систему повышения квалификации сотрудников компании Уметь: - вычленять структурные компоненты внутренних коммуникаций компании, - оценивать эффективность структурных компонентов внутренних коммуникаций компании Владеть: - навыками анализа состояния внутренних коммуникаций компании, - навыками оценки эффективности внутренних коммуникаций компании	- Работа с информационными источниками - Анализ и интерпретация результатов - Консультации и с руководителям практики - Оформление отчета	Отчет Доклад Презентация	Базовый уровень: Знать: - структуру основных внутренних коммуникаций организации и их роль в создании имиджа фирмы, - базовую систему поощрения, стимулирующую сотрудников, -основную систему повышения квалификации сотрудников компании Уметь: - вычленять основные структурные компоненты внутренних коммуникаций компании, - на базовом уровне оценивать эффективность структурных компонентов внутренних коммуникаций компании Владеть: - на базовом уровне навыками анализа состояния внутренних коммуникаций компании, - на базовом уровне навыками оценки эффективности внутренних коммуникаций компании Повышенный уровень: Знать: - структуру основных и ситуативных внутренних коммуникаций организации и их роль в создании имиджа фирмы, - стандартную и нестандартную систему поощрения, стимулирующую сотрудников, - базовую и оригинальную систему повышения квалификации сотрудников компании Уметь: - вычленять основные и оригинальные структурные компоненты внутренних коммуникаций компании,

					- на продвинутом уровне оценивать эффективность структурных компонентов внутренних коммуникаций компании Владеть: - на продвинутом уровне навыками анализа состояния внутренних коммуникаций компании, - на продвинутом уровне навыками оценки эффективности внутренних коммуникаций компании
ПК-7	способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	Знать: - этапы планирования, организации и контроля коммуникационных кампаний и мероприятий; - методы сбора информации для планирования, организации и контроля коммуникационных кампаний и мероприятий Уметь: - осуществлять сбор, анализ и интерпретацию информации, необходимую для проведения, организации и контроля коммуникационных кампаний и мероприятий -осуществлять различные виды контроля во время проведения коммуникационных кампаний и мероприятий; Владеть: - способен принимать участие в проектировании, планировании, подготовке и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий и / или осуществлять руководство данной процедурой; - методами оценки качества и эффективности коммуникационных кампаний и мероприятий	- Работа с информационными источниками - Анализ и интерпретация результатов - Консультации с руководителем практики - Оформление отчета	Отчет Доклад Презентация	Базовый уровень Знает - знает основные этапы планирования, организации и контроля коммуникационных кампаний и мероприятий; -знает типовые методы сбора информации для планирования, организации и контроля коммуникационных кампаний и мероприятий; - знает основные методы анализа и обработки информации Умеет - определять проблемы, цели и задачи стандартной коммуникационной кампании и мероприятия - осуществлять выбор типовых методов, адекватный целям и задачам стандартной коммуникационной кампании и мероприятия; - осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандартной коммуникационной кампании и мероприятия; - осуществлять типовые виды контроля во время проведения коммуникационной кампании и мероприятия; Владеет - способен осуществлять руководство проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий на базовом уровне в стандартных ситуациях; - базовыми методами оценки качества и эффективности коммуникационных кампаний и мероприятий Продвинутый уровень Знает - знает основные этапы планирования, организации и контроля стандартных и нестандартных коммуникационных кампаний и мероприятий - знает типовую и специальную методики планирования и организации стандартных и нестандартных коммуникационных кампаний и мероприятий - знает основные и уникальные методы анализа и обработки информации Умеет - осуществлять сбор, анализ и интерпретацию информации, необходимую для проведения типовой и специальной коммуникационных кампаний и мероприятий

					- осуществлять выбор методов, адекватных целям и задачам типовой и специальной коммуникационных кампаний и мероприятий ; - осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации для планирования типовой и специальной коммуникационных кампаний и мероприятий ; - осуществлять типовые и специальные виды контроля во время проведения коммуникационных кампаний и мероприятий; Владеет: - способен осуществлять руководство проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий на базовом уровне в стандартных ситуациях на продвинутом уровне в критических ситуациях; - владеет базовыми и специальными методами оценки качества и эффективности коммуникационных кампаний и мероприятий
ПК-8	Способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	Знать: - основы редакторской работы с текстом; - основы культуры речи; - критерии оценки рекламных и PR-текстов. Уметь: - предельно четко формулировать целевое назначение и читательский адрес предназначенного для издания произведения; - эффективно реализовывать свои коммуникативные намерения; логично рассуждать, аргументировать и грамотно структурировать высказывание; - с учетом всех критериев оценки рекламной и PR-деятельности выявлять и устранять недочеты при работе с текстами маркетинговых коммуникаций; - грамотно с точки зрения культуры речи оформлять тексты на русском языке. Владеть:	- Работа с информационными источниками - Анализ и интерпретация результатов - Консультации с руководителем практики - Оформление отчета	Отчет Доклад Презентация	Базовый уровень: Знать: - знает критерии оценки рекламных и PR-текстов; Уметь: - умеет с учетом основных критериев оценки рекламной и PR-деятельности выявлять и устранять недочеты при работе с текстами маркетинговых коммуникаций; - умеет в основном грамотно с точки зрения культуры речи оформлять тексты на русском языке. Владеть: - владеет основными методами логической обработки информации; - владеет навыками редакторского анализа текстов основных функциональных стилей и основного репертуара жанров. Повышенный уровень: Знать: - знает критерии оценки рекламных и PR-текстов; Уметь: - умеет с учетом всех критериев оценки рекламной и PR-деятельности выявлять и устранять недочеты при работе с текстами маркетинговых коммуникаций; Владеть: - владеет навыками редакторского анализа текстов разной функциональной направленности и жанрового своеобразием.

		- основными методами логической обработки информации; - навыками редакторского анализа текстов разной функциональной направленности и жанрового своеобразия.			
ПК-9	Способностью проводить маркетинговые исследования	Знать: - основные методы исследований - методику планирования и организации исследования - методы анализа и обработки информации Уметь: - определять проблемы, цели и задачи исследования, предмет и объект исследования - осуществлять выбор методов, адекватный целям и задачам следования; - осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации Владеть: - способен разрабатывать планы, программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации; - способен осуществлять консультационные работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций	- Работа с информационными источниками - Анализ и интерпретация результатов - Консультации и с руководителем практики - Оформление отчета	Отчет Доклад Презентация	Базовый уровень: Знать: - знает основные методы стандартных маркетинговых исследований - знает методику планирования и организации стандартного маркетингового исследования - знает основные методы анализа и обработки информации Уметь: - умеет определять проблемы, цели и задачи стандартного маркетингового исследования, предмет и объект исследования - умеет осуществлять выбор методов, адекватный целям и задачам стандартного маркетингового исследования; - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандартного маркетингового исследования Владеть: - способен разрабатывать стандартные планы, программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации; - способен осуществлять типовые консультационные работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций Повышенный уровень: Знать: - знает основные методы стандартных и нестандартных маркетинговых исследований - знает методику планирования и организации стандартного и нестандартного маркетингового исследования - знает основные методы анализа и обработки информации - усвоил основную и дополнительную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины Уметь: - умеет определять проблемы, цели и задачи стандартного и нестандартного маркетингового исследования, предмет и объект исследования

					- умеет осуществлять выбор методов, адекватный целям и задачам стандартного и нестандартного маркетингового исследования; - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандартного и нестандартного маркетингового исследования Владеть: - способен разрабатывать стандартные и нестандартные планы, программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации; - способен осуществлять типовые и ситуативные консультационные работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций
ПК-10	Способностью организовывать и проводить социологическое исследование	Знать: - основные методы исследований - методику планирования и организации социологического исследования - методы анализа и обработки социологической информации Уметь: - определять проблемы, цели и задачи исследования, предмет и объект социологического исследования - осуществлять выбор методов, адекватный целям и задачам социологического исследования; - осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации Владеть: - способен разрабатывать планы, программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации; - способен осуществлять консультационные работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации	- Работа с информационными источниками - Анализ и интерпретация результатов - Консультации и с руководителем практики - Оформление отчета	Отчет Доклад Презентация	Базовый уровень: Знать: - знает основные методы стандартных социологических исследований - знает методику планирования и организации стандартного социологического исследования - знает основные методы анализа и обработки информации Уметь: - умеет определять проблемы, цели и задачи стандартного социологического исследования, предмет и объект исследования - умеет осуществлять выбор методов, адекватный целям и задачам стандартного социологического исследования; - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандартного социологического исследования Владеть: - способен разрабатывать стандартные планы, программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации; - способен осуществлять типовые консультационные работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций Повышенный уровень: Знать: - знает основные методы стандартных и нестандартных социологических исследований - знает методику планирования и организации стандартного и нестандартного социологического исследования - знает основные методы анализа и обработки информации - усвоил основную и дополнительную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины

		кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций			Уметь: - умеет определять проблемы, цели и задачи стандартного и нестандартного социологического исследования, предмет и объект исследования - умеет осуществлять выбор методов, адекватный целям и задачам стандартного и нестандартного социологического исследования; - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандартного и нестандартного социологического исследования Владеть: - способен разрабатывать стандартные и нестандартные планы, программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации; - способен осуществлять типовые и ситуативные консультационные работы по вопросам социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций
ПК-11	Владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов	Знать: - требования к написанию аналитических справок, обзоров и прогнозов; - формы и способы представления аналитических справок, обзоров и прогнозов; Уметь: - составлять аналитические справки, обзоры; - делать презентацию аналитических справок, обзоров; - использовать программное обеспечение для решения задач, связанных с написанием аналитических справок, обзоров и прогнозов; Владеть: - навыками подготовки аналитических справок, обзоров и прогнозов.	- Работа с информационными источниками - Анализ и интерпретация результатов - Консультации и с руководителем практики - Оформление отчета	Отчет Доклад Презентация	Базовый уровень Знает - требования к написанию аналитических справок, обзоров и прогнозов; - формы и способы представления аналитических справок, обзоров и прогнозов; - знает основные методы стандартных социологических исследований - знает методику планирования и организации стандартного социологического исследования - знает основные методы анализа и обработки информации Умеет - составлять аналитические справки, обзоры; - делать презентацию аналитических справок, обзоров; - использовать программное обеспечение для решения задач, связанных с написанием аналитических справок, обзоров и прогнозов; - определять проблемы, цели и задачи стандартного маркетингового исследования, предмет и объект исследования - осуществлять выбор методов, адекватный целям и задачам стандартного маркетингового исследования; - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандартного маркетингового исследования Владеет - способен разрабатывать стандартные планы, программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации; - способен осуществлять типовые консультационные работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации

					кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций Продвинутый уровень Знает - знает основные методы стандартных и нестандартных маркетинговых исследований - знает методику планирования и организации стандартного и нестандартного маркетингового исследования - знает основные методы анализа и обработки информации - усвоил основную и дополнительную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины Умеет - определять проблемы, цели и задачи стандартного и нестандартного маркетингового исследования, предмет и объект исследования - осуществлять выбор методов, адекватный целям и задачам стандартного и нестандартного маркетингового исследования; - осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандартного и нестандартного маркетингового исследования Владеет: - способен разрабатывать стандартные и нестандартные планы, программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации; - способен осуществлять типовые и ситуативные консультационные работы по вопросам социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций - владеет навыками подготовки аналитических справок, обзоров и прогнозов.
ПК-12	Способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах	Знать: - основные требования, предъявляемые к специалисту по рекламе и связям с общественностью в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации; - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации,	- Работа с информационными источниками - Анализ и интерпретация результатов - Консультации и с руководителем практики	Отчет Доклад Презентация	Базовый уровень: Знать: - основные требования, предъявляемые к специалисту по рекламе и связям с общественностью; - основные положения экономической теории, менеджмента и маркетинга; - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами; - основную специфику стандартных рекламных и PR-обращений в зависимости от канала распространения, Уметь: - умеет применять на практике знание основных законов экономической теории, менеджмента и маркетинга для решения профессиональных задач;

	массовой информации	коммуникации, лидерства и управления конфликтами в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации; Уметь: - применять на практике знание основных законов экономической теории, менеджмента и маркетинга для решения профессиональных задач в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации ; - аргументированно обсуждать профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения Владеть: - навыками работы в команде в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации ; - навыками анализа текста с точки зрения используемых в нем приемов воздействия на аудиторию.	- Оформление отчета		- умеет аргументированно обсуждать основные профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения Владеть: - владеет основными приемами менеджмента и маркетинга; - владеет базовыми навыками работы в команде; - владеет базовыми навыками анализа текста с точки зрения используемых в нем приемов воздействия на аудиторию, - владеет основными навыками создания текста в соответствии с стандартно поставленной задачей Повышенный уровень: Знать: - основные требования, предъявляемые к специалисту по рекламе и связям с общественностью; - основные положения экономической теории, менеджмента и маркетинга; основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами; - ситуативную специфику стандартных и нестандартных рекламных и PR-обращений в зависимости от канала распространения, Уметь: - умеет применять на практике знание основных законов экономической теории, менеджмента и маркетинга для решения творческих профессиональных задач; - умеет аргументированно обсуждать основные и специфические профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения Владеть: - владеет основными приемами менеджмента и маркетинга; - владеет навыками работы в команде; - владеет навыками анализа текста с точки зрения используемых в нем приемов воздействия на аудиторию, - владеет навыками создания текста в соответствии с стандартно и нестандартно поставленной задачей
ПК-13	Способностью под контролем осуществлять рекламные компании и мероприятия	Знать: - этапы планирования рекламных кампаний и мероприятий; - методы сбора информации для планирования рекламных кампаний и мероприятий Уметь: - осуществлять сбор, анализ и интерпретацию информации,	- Работа с информационными источниками - Анализ и интерпретация результатов - Консультации	Отчет Доклад Презентация	Базовый уровень Знает: - знает основные этапы планирования рекламных кампаний и мероприятий; - знает основные методы сбора информации для планирования стандартных рекламных кампаний и мероприятий; Умеет: - умеет осуществлять сбор, анализ и интерпретацию информации, необходимой для проведения стандартных рекламных кампаний и мероприятий

		необходимую для проведения рекламных кампаний и мероприятий Владеть: - способен осуществлять под контролем проектирование, планирование, подготовку рекламных кампаний и мероприятий; - навыками работы в команде при проведении рекламных кампаний и мероприятий	и с руководителем практики - Оформление отчета		Владеет: - способен осуществлять под контролем проектирование, планирование, подготовку стандартных рекламных кампаний и мероприятий; - способен работать в команде при проведении рекламных кампаний и мероприятий Повышенный уровень Знает: - знает основные этапы планирования рекламных кампаний и мероприятий; - знает основные методы сбора информации для планирования рекламных кампаний и мероприятий разных видов; Умеет: - умеет осуществлять сбор, анализ и интерпретацию информации, необходимой для проведения рекламных кампаний и мероприятий разных видов Владеет: - способен осуществлять под контролем проектирование, планирование, подготовку стандартных рекламных кампаний и мероприятий разных видов; - способен работать в команде при проведении рекламных кампаний и мероприятий
ПК-14	Способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности	Знать: - основные требования, предъявляемые к специалисту по рекламе и связям с общественностью; - основные положения экономической теории, менеджмента и маркетинга; - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами; Уметь: - применять на практике знание основных законов экономической теории, менеджмента и маркетинга для решения профессиональных задач;	- Работа с информационными источниками - Анализ и интерпретация результатов - Консультации и с руководителем практики - Оформление отчета	Отчет Доклад Презентация	Базовый уровень: Знать: - основные требования, предъявляемые к специалисту по рекламе и связям с общественностью; - основные положения экономической теории, менеджмента и маркетинга; - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами; Уметь: - умеет применять на практике знание основных законов экономической теории, менеджмента и маркетинга для решения профессиональных задач; - умеет аргументированно обсуждать основные профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения Владеть: - владеет основными приемами менеджмента и маркетинга; - владеет базовыми навыками анализа текста с точки зрения используемых в нем приемов воздействия на аудиторию, - владеет основными навыками создания рекламного продукта в соответствии со стандартно поставленной задачей Повышенный уровень: Знать:

		- аргументированно обсуждать профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения Владеть: - основными приемами менеджмента и маркетинга; - навыками анализа текста с точки зрения используемых в нем приемов воздействия на аудиторию, -навыками создания рекламного в соответствии с поставленной задачей			- основные требования, предъявляемые к специалисту по рекламе и связям с общественностью; - основные положения экономической теории, менеджмента и маркетинга; - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами;; Уметь: - умеет применять на практике знание основных законов экономической теории, менеджмента и маркетинга для решения творческих профессиональных задач; - умеет аргументированно обсуждать основные и специфические профессиональные проблемы, давать Владеть: - владеет основными приемами менеджмента и маркетинга; - владеет навыками анализа текста с точки зрения используемых в нем приемов воздействия на аудиторию, -владеет навыками создания рекламного продукта в соответствии со стандартно и нестандартно поставленной задачей
ПК-15	Владение навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве	Знать: - методы разработки и реализации организационно-управленческих решений в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве ; - методы управления деятельностью организации (отдел рекламы, маркетинговый отдел, рекламное агентство); - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации(отдел рекламы, маркетинговый отдел, рекламное агентство) , в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами Уметь: - разрабатывать и оценивать варианты организационно-управленческих решений в различных ситуациях,	- Работа с информационными источниками - Анализ и интерпретация результатов - Консультации и с руководителем практики - Оформление отчета	Отчет Доклад Презентация	Базовый уровень: Знать: - знает основные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений; -знает типовые методы управления деятельностью организации; - знает основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами - знает основные методы анализа и обработки информации; Уметь: - разрабатывать и оценивать варианты стандартных организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность; - организовывать деятельность малой группы Владеть: - методами организации кооперации с коллегами; -способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным; - современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение сотрудников Повышенный уровень: Знать:

		самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность; - организовывать деятельность малой группы (отдел рекламы, маркетинговый отдел, рекламное агентство) Владеть: - методами организации кооперации с коллегами в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве; - способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве , организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным; - современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение сотрудников			- знает основные и специальные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений; - знает методологию и методики стратегического, тактического и оперативного управления деятельностью организации - знает методики управления людьми в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами - знает основные методы анализа и обработки информации Уметь: - разрабатывать и оценивать варианты стандартных и нестандартных организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность; - эффективно организовывать деятельность малой группы Владеть: - способен выбирать наиболее эффективные в конкретной ситуации методы организации кооперации с коллегами; - способен эффективно самостоятельно работать в команде, проявляя коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным, адекватно оценивая ситуацию; - владеет современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение сотрудников, понимая значимость собственного профессионального развития
ПК-16	Способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы	Знать: - основные формы проектной документации, необходимой для создания рекламного продукта, - специфику работы в основных компьютерных программах, используемых при создании рекламного продукта, - специфику рекламных и PR-обращений в зависимости от канала распространения, - виды юридической ответственности в сфере осуществления профессиональной деятельности. Уметь:	- Работа с информационными источниками - Анализ и интерпретация результатов - Консультации и с руководителем практики - Оформление отчета	Отчет Доклад Презентация	Базовый уровень: Знать: - знает основы редакторской работы с текстом; - знает основы культуры речи; - знает критерии оценки рекламных и PR-текстов; Уметь: - умеет формулировать основное целевое назначение и читательский адрес предназначенного для издания произведения; - умеет реализовывать основные коммуникативные намерения; логично рассуждать, грамотно структурировать высказывание; - умеет с учетом основных критериев оценки рекламной и PR-деятельности выявлять и устранять недочеты при работе с текстами маркетинговых коммуникаций; - умеет в основном грамотно с точки зрения культуры речи оформлять тексты на русском языке. Владеть:

		- работать с техническим заданием на разработку проектов (рекламного продукта), - осуществлять выбор компьютерной программы для создания рекламного продукта в зависимости от его специфики производства и распространения Владеть: - практическими навыками ведения проектов, связанных с разработкой рекламного продукта - навыками работы в основных компьютерных программах, используемых для создания рекламного продукта, - навыками анализа текста с точки зрения используемых в нем приемов воздействия на аудиторию, -навыками создания рекламного продукта в соответствии с поставленной задачей, - правовой информацией по организации и управлению профессиональной деятельности			- владеет основными методами логической обработки информации; - владеет навыками редакторского анализа текстов основных функциональных стилей и основного репертуара жанров. Повышенный уровень: Знать: - основы редакторской работы с текстом; - основы культуры речи; - критерии оценки рекламных и PR-текстов; Уметь: - предельно четко формулировать целевое назначение и читательский адрес предназначенного для издания произведения; - эффективно реализовывать свои коммуникативные намерения; логично рассуждать, аргументировать и грамотно структурировать высказывание; - с учетом всех критериев оценки рекламной и PR-деятельности выявлять и устранять недочеты при работе с текстами маркетинговых коммуникаций; - грамотно с точки зрения культуры речи оформлять тексты на русском языке Владеть: - методами логической обработки информации; - навыками редакторского анализа текстов разной функциональной направленности и жанрового своеобразие
Специальные компетенции: (формирование данной дисциплиной не предусмотрено)					

7. Содержание практики

7.1. Общая трудоемкость преддипломной практики составляет 12 зачетных единиц. Организуется в 8 семестре, продолжительность – 8 недель.

№ п/п	Разделы (этапы) и содержание практики	Общая трудоемкость		Формы текущего контроля
		Зач. ед.	Часы	
1	Подготовительный	0,05	2	
	инструктаж по технике безопасности			отметки в ведомостях о прохождении студентами инструктажа
	установочная конференция			отметки в ведомостях о получении форм отчетных документов для преддипломной практики
2	Начальный	0,2	8	
	постановка целей студента в отношении своего профессионального развития на период практики			Дневник практики
	анализ плана работы на практике, составленного студентом			Дневник практики, собеседование с руководителем
	определение содержания и структуры практической части исследования (проекта)			Дневник практики, собеседование с руководителем
3	Основной	8	288	
	планирование эмпирического исследования / проекта			Отчет (введение), Собеседование с руководителем
	проведение эмпирического исследования, обработка и интерпретация результатов			Дневник практики Отчет (практическая часть)
	отчет по результатам выполнения плана;			Дневник практики Отчет (практическая часть)
	присутствие на промежуточных консультациях с руководителем практики от кафедры;			Собеседование с руководителем
	заполнение дневника практики;			Дневник практики
	наличие и выполнение плана работы, заверенного подписью руководителя практики			Дневник практики Отчет о практике
	участие в студенческой научной конференции «Чтения Ушинского»			Доклад Дневник практики Отчет о практике
4	Заключительный	3,75	134	
	анализ полученного в течение практики образовательного результата;			Дневник практики
	профессиональная самооценка;			Дневник практики
	отчет по результатам выполнения плана;			Отчет о практике
	наличие и выполнение плана работы, заверенного подписью руководителя практики			Отчет о практике
	представление отчетной документации и дневника практики;			Отчет о практике Дневник практики
	выступление с докладом и презентацией на отчетной конференции;			Отчет о практике Презентация

7.2. Индивидуальные задания, выполняемые студентом в период практики

№ п/п	Этап практики	Задания, выполняемые студентом
1	Подготовительный	• заполнение индивидуального плана прохождения практики.
2	Начальный	• постановка целей студента в отношении своего профессионального развития на период практики;
3	Основной	• составление и анализ плана работы на практике; • выполнение плана работы, заверенного подписью руководителя, • присутствие на промежуточных консультациях с методистом, • анализ и представление результатов исследования, • выводы и рекомендации по результатам исследования; • написание параграфа по практическому применению результатов исследования
4	Заключительный	• заполнение дневника практики • представление материалов для выступления на заключительной конференции. • оформление отчета по практике, дневника практики и его представление на кафедре

8. Формы отчетности по практике

1. Дневник практики (приложение 1).
2. Отчет по практике (приложение 2)

9. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике

Шифр компетенции	Формулировка		
ОПК-1	Способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине
Базовый уровень			
Знает основные принципы функционирования рекламного рынка, основные принципы работы организации, специфику создания рекламных обращений. Может применить их на практике	Знает: - основные требования, предъявляемые к специалисту по рекламе и связям с общественностью; - основные положения экономической теории, менеджмента и маркетинга; - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами; - основную специфику стандартных рекламных и PR-обращений в зависимости от канала распространения, Умеет: - умеет применять на практике знание основных законов экономической теории, менеджмента и маркетинга для решения профессиональных задач; - умеет аргументированно обсуждать основные профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения Владеет: - владеет основными приемами менеджмента и маркетинга; - владеет базовыми навыками анализа текста с точки зрения используемых в нем приемов воздействия на аудиторию, -владеет основными навыками создания текста в соответствии с стандартно поставленной задачей	Зачет с оценкой	Отчет о практике: рекомендации по практическому применению
Повышенный уровень			
Знает основные принципы функционирования рекламного рынка, основные принципы работы организации, специфику создания рекламных обращений. Понимает значение профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью,	Знает: - основные требования, предъявляемые к специалисту по рекламе и связям с общественностью; - основные положения экономической теории, менеджмента и маркетинга; - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами; - ситуативную специфику стандартных и нестандартных рекламных и PR-обращений в зависимости от канала распространения, Умеет: - умеет применять на практике знание основных законов экономической теории, менеджмента и маркетинга для решения творческих профессиональных задач; - умеет аргументированно обсуждать основные и специфические профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения Владеет:	Зачет с оценкой	Отчет о практике: рекомендации по практическому применению

постоянно применяет их в своей практике	- владеет основными приемами менеджмента и маркетинга; - владеет навыками анализа текста с точки зрения используемых в нем приемов воздействия на аудиторию, - владеет навыками создания текста в соответствии с стандартно и нестандартно поставленной задачей		
Шифр компетенции	Формулировка		
ОПК-2	Владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы / связей с общественность		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине
Базовый уровень			
Знает основные принципы разработки и реализации организационно-управленческих решений в отделах рекламы / связей с общественностью; Может применить их на практике в отделах рекламы / связей с общественностью	Знает: - Знает основные принципы разработки и реализации организационно-управленческих решений; - знает типовые методы управления деятельностью организации; - знает основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами - знает основные методы анализа и обработки информации; Умеет: - разрабатывать и оценивать варианты стандартных организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность; - организовывать деятельность малой группы Владеет: - методами организации кооперации с коллегами;	Зачет с оценкой	Отчет о практике: рекомендации по практическому применению
Повышенный уровень			
Знает основные принципы разработки и реализации организационно-управленческих решений; Понимает значение принятия организационно-управленческих решений в производственной ситуации, постоянно использует их в своей	Знает: - знает основные и специальные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений; - знает методологию и методики стратегического, тактического и оперативного методы управления деятельностью организации - знает методики управления людьми в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами - знает основные методы анализа и обработки информации Умеет: - разрабатывать и оценивать варианты стандартных и нестандартных организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность; - эффективно организовывать деятельность малой группы Владеет:	Зачет с оценкой	Отчет о практике: рекомендации по практическому применению

практике в отделах рекламы / связей с общественностью	- способен выбирать наиболее эффективные в конкретной ситуации методы организации кооперации с коллегами;		
Шифр компетенции	Формулировка		
ОПК-3	обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владеть навыками литературного редактирования, копирайтинга		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине
Базовый уровень			
Знает основные принципы создания и редактирования текстов интегрированных коммуникаций. Может применить их на практике	Знать: - основные требования, предъявляемые к специалисту по рекламе и связям с общественностью; - основные особенности рекламных и PR-обращений в зависимости от канала распространения, - основные коммуникативно-структурные типы рекламных и PR-текстов, - основные формальные признаки и структурно-семантические компоненты рекламного и PR-текста, - основные особенности логической структуры рекламного и PR-текста, - коммуникативные возможности структурных единиц рекламного и PR-текста и понимание основного механизма их воздействия, - основы методики анализа и редактирования рекламного и PR-текста с учетом поуровневого подхода к оценке прагматической целесообразности и коммуникативной нагруженности всех компонентов, дополненную определением жанровой природы конкретного текста; Уметь: - уметь применять на практике знание алгоритма анализа рекламных и PR-обращений, - описывать вербальные и невербальные составляющие текстов основных коммуникативных структурных типов, - оценивать текст с точки зрения соответствия жанру. Владеть: - владеет основными навыками анализа текста с точки зрения используемых в нем приемов воздействия на аудиторию, -основными навыками создания текста в соответствии с поставленной задачей.	Зачет с оценкой	Отчет о практике: рекомендации по практическому применению
Повышенный уровень:			
Знает основные принципы основные принципы создания и редактирования текстов	Знать: - ситуативные требования, предъявляемые к специалисту по рекламе и связям с общественностью; - всю специфику рекламных и PR-обращений в зависимости от канала распространения, - различные коммуникативно-структурные типы рекламных и PR-текстов,	Зачет с оценкой	Отчет о практике: рекомендации по

интегрированных коммуникаций. Понимает значение профессиональных функций копирайтинга, целесообразно применяет их в своей практике	- все формальные признаки и структурно-семантические компоненты рекламного и PR-текста, - особенности логической структуры рекламного и PR-текста, - коммуникативные возможности структурных единиц рекламного и PR-текста и понимание всех механизмов их воздействия, - методику анализа и редактирования рекламного и PR-текста с учетом поуровневого подхода к оценке прагматической целесообразности и коммуникативной нагруженности всех компонентов, дополненную определением жанровой природы конкретного текста; Уметь: - умеет всесторонне применять на практике знание алгоритма анализа рекламных и PR-обращений, - развернуто описывать вербальные и невербальные составляющие текстов основных коммуникативных структурных типов, - оценивать текст с точки зрения категорий истинного и ложного, целесообразного и нецелесообразного, отвечающего или не отвечающего культурным представлениям нации. соответствия жанру. Владеть: - владеет навыками глубокого анализа текста с точки зрения используемых в нем приемов воздействия на аудиторию, - навыками создания текста в соответствии с поставленной задачей.		практическому применению
Шифр компетенции	Формулировка		
ОПК-4	Умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине
Базовый уровень			
Знает основные принципы планирования и подготовки коммуникационных кампаний и мероприятий. Может под контролем планировать и готовить коммуникационные кампании и мероприятия	Знает: - знает основные этапы планирования коммуникационных кампаний и мероприятий; - знает основные методы сбора информации для планирования стандартных коммуникационных кампаний и мероприятий; Умеет: - умеет осуществлять сбор, анализ и интерпретацию информации, необходимой для проведения стандартных коммуникационных кампаний и мероприятий Владет: - способен осуществлять под контролем проектирование, планирование, подготовку стандартных коммуникационных кампаний и мероприятий;	Зачет с оценкой	Отчет о практике: рекомендации по практическому применению
Повышенный уровень			

Знает основные принципы планирования и подготовки коммуникационных кампаний и мероприятий. Понимает значение грамотного планирования для подготовки коммуникационных кампаний и мероприятий, способен выбирать методы сбора информации и решения поставленных задач. Имеет практический опыт планирования мероприятий под контролем преподавателя (руководителя).	Знает: - знает основные этапы планирования коммуникационных кампаний и мероприятий; - знает основные методы сбора информации для планирования коммуникационных кампаний и мероприятий разных видов; Умеет: - умеет осуществлять сбор, анализ и интерпретацию информации, необходимой для проведения коммуникационных кампаний и мероприятий разных видов Владеет: - способен осуществлять под контролем проектирование, планирование, подготовку коммуникационных кампаний и мероприятий разных видов;	Зачет с оценкой	Отчет о практике: рекомендации по практическому применению
Шифр компетенции	Формулировка		
ОПК-5	Умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине
Базовый уровень			
Знает основные принципы проведения коммуникационных кампаний и мероприятий. Может применить их на практике	Знает: - знает основные этапы организации и контроля стандартных коммуникационных кампаний и мероприятий; - знает основные методы сбора и анализа информации для организации и контроля коммуникационных кампаний и мероприятий; Умеет: - умеет осуществлять анализ и интерпретацию стандартной информации, необходимой для проведения типовых коммуникационных кампаний и мероприятий;	Зачет с оценкой	Отчет о практике: рекомендации по практическому применению

	- умеет осуществлять основные виды контроля во время проведения коммуникационных кампаний и мероприятий; Владеет: - способен осуществлять руководство подготовкой и реализацией стандартных коммуникационных кампаний и мероприятий; -способен использовать основные методы оценки качества и эффективности коммуникационных кампаний и мероприятий		
Повышенный уровень			
Знает основные принципы проведения коммуникационных кампаний и мероприятий. Понимает значение грамотного планирования для подготовки коммуникационных кампаний и мероприятий, способен выбирать методы сбора информации, решения поставленных задач и оценки эффективности проведенных мероприятий. Имеет практический опыт проведения мероприятий под контролем преподавателя (руководителя).	Знает: - знает этапы организации и контроля коммуникационных кампаний и мероприятий разных видов; - знает методы сбора и анализа информации для организации и контроля коммуникационных кампаний и мероприятий разных видов; Умеет: - умеет осуществлять анализ и интерпретацию различной информации, необходимой для проведения коммуникационных кампаний и мероприятий разных видов; - умеет осуществлять различные виды контроля во время проведения коммуникационных кампаний и мероприятий разных видов; Владеет: - способен осуществлять руководство подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий разных видов; -способен использовать различные методы оценки качества и эффективности коммуникационных кампаний и мероприятий разных видов	Зачет с оценкой	Отчет о практике: рекомендации по практическому применению
Шифр компетенции	Формулировка		
ПК-1	способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуто	Средства оценивания в рамках

		чной аттестации	промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине
Базовый уровень:			
Знает основные методы управления деятельностью организации в сфере рекламы и связей с общественностью. Может применить их на практике	Знает: -основные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений в области рекламы и связей с общественностью; -базовые методы управления деятельностью организации в сфере рекламы и связей с общественностью; - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами в сфере рекламы и связей с общественностью Умеет: - разрабатывать и оценивать стандартные варианты организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность; - осуществлять стандартное управление персоналом организации в сфере рекламы и связей с общественностью - по стандартным моделям организовывать деятельность малой группы в сфере рекламы и связей с общественностью Владеет: - владеет основными методами организации кооперации с коллегами в сфере рекламы и связей с общественностью; -способен работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным; - владеет основными современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение сотрудников в сфере рекламы и связей с общественностью	Зачет с оценкой	Отчет о практике: рекомендации по практическому применению
Повышенный уровень			
Знает основные и уникальные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений основные и уникальные методы управления деятельностью организации. Понимает значение основных теорий и концепций	Знает: - основные и уникальные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений; -основные и ситуативные методы управления деятельностью организации; - основные и авторские теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами, Умеет: - разрабатывать и оценивать ситуативные варианты организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность - осуществлять управление персоналом организации в зависимости от ситуации, - организовывать деятельность малой группы; - формулировать цели и задачи, выбирать ситуативно обусловленные пути их достижения; -эффективно распределять время для решения личных и профессиональных задач; Владеет: -основными и оригинальными методами организации кооперации с коллегами	Зачет с оценкой	Отчет о практике: рекомендации по практическому применению

взаимодействия людей в организации , постоянно использует разнообразные методы управления деятельностью организации в своей практике	-способностью эффективно работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным - современными основными и уникальными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение сотрудников; - оригинальными технологиями тайм-менеджмента и самоорганизации		
Шифр компетенции	Формулировка		
ПК-2	Владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине
Базовый уровень			
Знает основные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений и методы управления деятельностью организации. Может применить их на практике	Знает: - основные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений; - базовые методы управления деятельностью организации; - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами, Умеет: - разрабатывать и оценивать стандартные варианты организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность - стандартными методами осуществлять управление персоналом организации - организовывать деятельность малой группы в типовых ситуациях; - формулировать цели и задачи, выбирать типовые пути их достижения; -распределять время для решения личных и основных профессиональных задач; Владеет: - основными методами организации кооперации с коллегами, -способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным - основными современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение сотрудников; - основными технологиями тайм-менеджмента и самоорганизации	Зачет с оценкой	Отчет о практике: рекомендации по практическому применению
Повышенный уровень			
Знает основные и уникальные методы	Знает: - основные и уникальные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений;	Зачет с оценкой	Отчет о практике:

разработки и реализации организационно-управленческих решений основные и уникальные методы управления деятельностью организации Понимает значение основных теорий и концепций взаимодействия людей в организации, постоянно использует разнообразные методы управления деятельностью организации в своей практике	-основные и ситуативные методы управления деятельностью организации; - основные и авторские теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами, Умеет: - разрабатывать и оценивать ситуативные варианты организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность - осуществлять управление персоналом организации в зависимости от ситуации, - организовывать деятельность малой группы; - формулировать цели и задачи, выбирать ситуативно обусловленные пути их достижения; -эффективно распределять время для решения личных и профессиональных задач; Владеет: -основными и оригинальными методами организации кооперации с коллегами -способностью эффективно работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным - современными основными и уникальными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение сотрудников; - оригинальными технологиями тайм-менеджмента и самоорганизации		рекомендации по практическому применению
Шифр компетенции	Формулировка		
ПК-3	Компетенция владеть навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине
Базовый уровень			
Знает основные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений и методы управления деятельностью малой организации. Может	Знает: - основные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами Умеет: - разрабатывать и оценивать стандартные варианты организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность; - организовывать деятельность малой группы Владеет: - основными методами организации кооперации с коллегами	Зачет с оценкой	Отчет о практике: рекомендации по практическому применению

применить их на практике	-способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным - базовыми современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение сотрудников;		
Повышенный уровень			
Знает основные и уникальные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений основные и уникальные методы управления деятельностью малой организации Понимает значение основных теорий и концепций взаимодействия людей в организации , постоянно использует разнообразные методы управления деятельностью организации в своей практике	Знает: - основные и ситуативные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений - основные и авторские теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами Умеет: - разрабатывать и оценивать стандартные и нестандартные варианты организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность; - организовывать деятельность малой группы Владеет: - основными и ситуативными методами организации кооперации с коллегами -способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным - базовыми и оригинальными современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение сотрудников;	Зачет с оценкой	Отчет о практике: рекомендации по практическому применению
Шифр компетенции	Формулировка		
ПК-4	Владение навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине
Базовый уровень			

Знает основные формы проектной документации; требования к проектной документации; формы и способы представления проектной документации, Может использовать их на практике	Знает: - знает основные методы разработки проектной документации - знает стандартную методику планирования проектных работ - знает основные методы анализа и обработки информации Умеет: - умеет определять основные проблемы, типовые цели и задачи проектирования; - умеет осуществлять выбор стандартных методов, адекватных целям и задачам типовой разработки; - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации для типовой разработки	Зачет с оценкой	Отчет о практике: рекомендации по практическому применению
Повышенный уровень			
Знает основные формы проектной документации и требования к ним, понимает значение проектной документации в производственной деятельности, постоянно использует их в своей практике	Знает: - знает основные и специальные методы разработки проектной документации - знает стандартные и специальные методики планирования проектных работ - знает основные и специальные методы анализа и обработки информации Умеет: - умеет определять основные и ситуативные проблемы, организовывать постановку проектной задачи для уникальной ситуации; - умеет осуществлять выбор методов, презентации проектной документации, соответствующей конкретной ситуации; - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации с помощью стандартного и нестандартного программного обеспечения Владеет: - способен разрабатывать технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт, соответствующие конкретной проектной ситуации	Зачет с оценкой	Отчет о практике: рекомендации по практическому применению
Шифр компетенции	Формулировка		
ПК-5	способность реализовывать проекты и владеть методами их реализации		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине
Базовый уровень			
Знает основные принципы организации и проведения проектной деятельности. Может	Знает: - основные направления, проблемы, теории и методы современных маркетинга, менеджмента Умеет:	Зачет с оценкой	Отчет о практике: рекомендации по

применить их на практике	- ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций по управлению проектами - осуществлять разработку стратегических концепций и бизнес-планов проектов; - составлять технические задания на разработку проектов; - использовать программное обеспечение для решения задач, связанных с проектной деятельностью; - применять на практике основные аналитические методы, связанные с принятием решения по проекту Владеет: владеет методами реализации основных управленческих функций (принятие управленческого решения, организация, мотивация и контроль) - практическими навыками ведения проектов - способен давать оценку качества и эффективности проектов		практическому применению
Повышенный уровень			
Знает основные принципы организации и проведения проектной деятельности. Понимает значение проектной деятельности в современных рыночных условиях, постоянно участвует в проектной деятельности и способен руководить проектами	Знает: - современную концепцию управления типовыми и уникальными проектами - основные положения теории менеджмента и маркетинга, основы бизнес-процессов; Умеет: - ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций по управлению типовыми и уникальными проектами - осуществлять разработку стратегических концепций и бизнес-планов типовых и уникальных проектов; - составлять технические задания на разработку типовых и уникальных проектов; - использовать стандартное и специальное программное обеспечение для решения задач, связанных с проектной деятельностью - применять на практике аналитические методы, связанные с принятием решения по типовому и уникальному проекту Владеет: - владеет методами реализации основных управленческих функций (принятие управленческого решения, организация, мотивация и контроль) в типовом и уникальном проекте; - владеет практическими навыками ведения типовых и уникальных проектов - способен давать оценку качества и эффективности типовых и уникальных проектов	Зачет с оценкой	Отчет о практике: рекомендации по практическому применению
Шифр компетенции	Формулировка		
ПК-6	Способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внешней и внутренней коммуникации		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Базовый уровень			
Знает структуру основных внутренних коммуникаций организации, систему базовой мотивации сотрудников и их роль в создании имиджа фирмы. Может применить их на практике	Знает: - структуру основных внутренних коммуникаций организации и их роль в создании имиджа фирмы, - базовую систему поощрения, стимулирующую сотрудников, - основную систему повышения квалификации сотрудников компании Умеет: - выделять основные структурные компоненты внутренних коммуникаций компании, - на базовом уровне оценивать эффективность структурных компонентов внутренних коммуникаций компании Владеет: - на базовом уровне навыками анализа состояния внутренних коммуникаций компании, - на базовом уровне навыками оценки эффективности внутренних коммуникаций компании	Зачет с оценкой	Отчет о практике: рекомендации по практическому применению
Повышенный уровень			
Знает структуру основных и оригинальных внутренних коммуникаций организации, систему мотивации сотрудников и ее роль в создании имиджа фирмы. Понимает значение внутренних коммуникаций в формировании имиджа компании, постоянно использует разнообразные виды мотивации членов организации в своей практике	Знает: - структуру основных и ситуативных внутренних коммуникаций организации и их роль в создании имиджа фирмы, - стандартную и нестандартную систему поощрения, стимулирующую сотрудников, - базовую и оригинальную систему повышения квалификации сотрудников компании Умеет: - выделять основные и оригинальные структурные компоненты внутренних коммуникаций компании, - на продвинутом уровне оценивать эффективность структурных компонентов внутренних коммуникаций компании Владеет: - на продвинутом уровне навыками анализа состояния внутренних коммуникаций компании, - на продвинутом уровне навыками оценки эффективности внутренних коммуникаций компании	Зачет с оценкой	Отчет о практике: рекомендации по практическому применению
Шифр компетенции	Формулировка		
ПК-7	способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации

			обучающихся по дисциплине
Базовый уровень			
Знает основные этапы планирования коммуникационных кампаний и мероприятий; типовые методы сбора информации для планирования коммуникационные кампании и мероприятия Может применить их на практике	Знает: - знает основные этапы планирования, организации и контроля коммуникационных кампаний и мероприятий; - знает типовые методы сбора информации для планирования, организации и контроля коммуникационные кампании и мероприятий; - знает основные методы анализа и обработки информации Умеет: - умеет определять проблемы, цели и задачи стандартной коммуникационной кампании и мероприятия - умеет осуществлять выбор типовых методов, адекватный целям и задачам стандартной коммуникационной кампании и мероприятия; - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандартной коммуникационной кампании и мероприятия; Умеет осуществлять типовые виды контроля во время проведения коммуникационной кампании и мероприятия; Владеет: - способен осуществлять руководство проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий на базовом уровне в стандартных ситуациях; - владеет базовыми методами оценки качества и эффективности коммуникационных кампаний и мероприятий	Зачет с оценкой	Отчет о практике: рекомендации по практическому применению
Повышенный уровень			
Знает основные этапы планирования коммуникационных кампаний и мероприятий; типовые и специальные методы сбора информации для планирования коммуникационные кампании и мероприятия Понимает значение планирования в производственной деятельности,	Знает: - знает основные этапы планирования, организации и контроля стандартных и нестандартных коммуникационных кампаний и мероприятий - знает типовую и специальную методики планирования и организации стандартных и нестандартных коммуникационных кампаний и мероприятий - знает основные и уникальные методы анализа и обработки информации Умеет: - умеет осуществлять сбор, анализ и интерпретацию информации, необходимой для проведения типовой и специальной коммуникационных кампаний и мероприятий - умеет осуществлять выбор методов, адекватных целям и задачам типовой и специальной коммуникационных кампаний и мероприятий; - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации для планирования типовой и специальной коммуникационных кампаний и мероприятий; - умеет осуществлять типовые и специальные виды контроля во время проведения коммуникационные кампании и мероприятий; Владеет:	Зачет с оценкой	Отчет о практике: рекомендации по практическому применению

постоянно использует их в своей практике	- способен осуществлять руководство проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационные кампании и мероприятий на базовом уровне в стандартных ситуациях на продвинутом уровне в критических ситуациях; - владеет базовыми и специальными методами оценки качества и эффективности коммуникационных кампаний и мероприятий		
Шифр компетенции	Формулировка		
ПК – 8	Способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине
Базовый			
Знает основные принципы производства, подготовки к выпуску и распространения рекламной продукции в рамках традиционных средств рекламы. Может применить их на практике	Знать: - знает критерии оценки рекламных и PR-текстов; Уметь: - умеет с учетом основных критериев оценки рекламной и PR-деятельности выявлять и устранять недочеты при работе с текстами маркетинговых коммуникаций; - умеет в основном грамотно с точки зрения культуры речи оформлять тексты на русском языке. Владеть: - владеет основными методами логической обработки информации;	Зачет с оценкой	Отчет о практике: рекомендации по практическому применению
Повышенный			
Знает основные принципы производства, подготовки к выпуску и распространения рекламной продукции в рамках современных средств рекламы. Понимает значение всех этапов производства и распространения рекламной продукции, целесообразно	Знает: - знает критерии оценки рекламных и PR-текстов; Умеет: - умеет с учетом всех критериев оценки рекламной и PR-деятельности выявлять и устранять недочеты при работе с текстами маркетинговых коммуникаций; Владет: - владеет навыками редакторского анализа текстов разной функциональной направленности и жанрового своеобразия.	Зачет с оценкой	Отчет о практике: рекомендации по практическому применению

использует их в своей практике			
Шифр компетенции	Формулировка		
ПК-9	Способностью проводить маркетинговые исследования		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине
Базовый			
Знает основные принципы организации и проведения маркетинговых исследований. Может применить их на практике	Знает: - знает основные методы стандартных маркетинговых исследований - знает методику планирования и организации стандартного маркетингового исследования - знает основные методы анализа и обработки информации Умеет: - умеет определять проблемы, цели и задачи стандартного маркетингового исследования, предмет и объект исследования - умеет осуществлять выбор методов, адекватный целям и задачам стандартного маркетингового исследования; - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандартного маркетингового исследования Владеет: - способен разрабатывать стандартные планы, программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации; - способен осуществлять типовые консультационные работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций	Зачет с оценкой	Отчет о практике: рекомендации по практическому применению
Повышенный			
Знает основные принципы организации и проведения маркетинговых исследований. Понимает значение маркетинговых исследований в рыночной ситуации, постоянно использует их	Знает: - знает основные методы стандартных и нестандартных маркетинговых исследований - знает методику планирования и организации стандартного и нестандартного маркетингового исследования - знает основные методы анализа и обработки информации Умеет: - умеет определять проблемы, цели и задачи стандартного и нестандартного маркетингового исследования, предмет и объект исследования - умеет осуществлять выбор методов, адекватный целям и задачам стандартного и нестандартного маркетингового исследования; - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандартного и нестандартного	Зачет с оценкой	Отчет о практике: рекомендации по практическому применению

в своей практике	маркетингового исследования Владеет: - способен разрабатывать стандартные и нестандартные планы, программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации; - способен осуществлять типовые и ситуативные консультационные работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций		
Шифр компетенции	Формулировка		
ПК-10	Способностью организовывать и проводить социологические исследования		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине
Базовый			
Знает основные принципы организации и проведения социологических исследований. Может применить их на практике	Знает: - знает основные методы стандартных социологических исследований - знает методику планирования и организации стандартного социологического исследования - знает основные методы анализа и обработки информации Умеет: - умеет определять проблемы, цели и задачи стандартного социологического исследования, предмет и объект исследования - умеет осуществлять выбор методов, адекватный целям и задачам стандартного социологического исследования; - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандартного социологического исследования Владеет: - способен разрабатывать стандартные планы, программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации; - способен осуществлять типовые консультационные работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций	Зачет с оценкой	Отчет о практике: рекомендации по практическому применению
Повышенный			
Знает основные принципы организации и проведения социологических исследований.	Знает: - знает основные методы стандартных и нестандартных социологических исследований - знает методику планирования и организации стандартного и нестандартного социологического исследования - знает основные методы анализа и обработки информации - усвоил основную и дополнительную литературу, рекомендованную, рабочей программой дисциплины	Зачет с оценкой	Отчет о практике: рекомендации по практическому

Понимает значение социологических исследований, постоянно использует их в своей практике	Умеет: - умеет определять проблемы, цели и задачи стандартного и нестандартного социологического исследования, предмет и объект исследования - умеет осуществлять выбор методов, адекватный целям и задачам стандартного и нестандартного социологического исследования; - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандартного и нестандартного социологического исследования Владеет: - способен разрабатывать стандартные и нестандартные планы, программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации; - способен осуществлять типовые и ситуативные консультационные работы по вопросам социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций		применению
Шифр компетенции	Формулировка		
ПК-11	Владение навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине
Базовый уровень			
Знает основные требования к написанию аналитических справок, обзоров и прогнозов. Может применить их на практике	Знает: - требования к написанию аналитических справок, обзоров и прогнозов; - формы и способы представления аналитических справок, обзоров и прогнозов; - знает основные методы стандартных исследований - знает методику планирования и организации стандартного исследования - знает основные методы анализа и обработки информации, - усвоил основную литературу, рекомендованную рабочей программой дисциплины Умеет: - составлять аналитические справки, обзоры; - делать презентацию аналитических справок, обзоров; - использовать программное обеспечение для решения задач, связанных с написанием аналитических справок, обзоров и прогнозов; - умеет определять проблемы, цели и задачи стандартного исследования, предмет и объект исследования - умеет осуществлять выбор методов, адекватный целям и задачам стандартного исследования; - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандартного исследования Владеет:	Зачет с оценкой	Отчет о практике: рекомендации по практическому применению

	- способен разрабатывать стандартные планы, программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации; - способен осуществлять типовые консультационные работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций		
Повышенный уровень			
Знает основные требования к написанию аналитических справок, обзоров и прогнозов. Понимает значение прогнозно-аналитической документации в рыночной ситуации, постоянно использует ее в своей практике	Знает: - знает основные методы стандартных и нестандартных исследований - знает методику планирования и организации стандартного и нестандартного исследования - знает основные методы анализа и обработки информации Умеет: - умеет определять проблемы, цели и задачи стандартного и нестандартного исследования, предмет и объект исследования - умеет осуществлять выбор методов, адекватный целям и задачам стандартного и нестандартного исследования; - умеет осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации стандартного и нестандартного исследования Владеет: - способен разрабатывать стандартные и нестандартные планы, программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации; - способен осуществлять типовые и ситуативные консультационные работы по вопросам социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций - владеет навыками подготовки аналитических справок, обзоров и прогнозов.	Зачет с оценкой	Отчет о практике: рекомендации по практическому применению
Шифр компетенции	Формулировка		
ПК-12	Способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине
Базовый			
Знает основные принципы функционирования рекламного рынка, основные принципы	Знает: - основные требования, предъявляемые к специалисту по рекламе и связям с общественностью; - основные положения экономической теории, менеджмента и маркетинга; основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами;	Зачет с оценкой	Отчет о практике: рекомендации по практическому

работы организации, специфику создания рекламных обращений. Может применить их на практике	- основную специфику стандартных рекламных и PR-обращений в зависимости от канала распространения, Умеет: - умеет применять на практике знание основных законов экономической теории, менеджмента и маркетинга для решения профессиональных задач; - умеет аргументированно обсуждать основные профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения Владеет: - владеет основными приемами менеджмента и маркетинга; -владеет базовыми навыками работы в команде; - владеет базовыми навыками анализа текста с точки зрения используемых в нем приемов воздействия на аудиторию, -владеет основными навыками создания текста в соответствии с стандартно поставленной задачей		применению
Повышенный			
Знает основные принципы функционирования рекламного рынка, основные принципы работы организации, специфику создания рекламных обращений. Понимает значение профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью, постоянно применяет их в своей практике	Знает: - основные требования, предъявляемые к специалисту по рекламе и связям с общественностью; - основные положения экономической теории, менеджмента и маркетинга; - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами; - ситуативную специфику стандартных и нестандартных рекламных и PR-обращений в зависимости от канала распространения, Умеет: - умеет применять на практике знание основных законов экономической теории, менеджмента и маркетинга для решения творческих профессиональных задач; - умеет аргументированно обсуждать основные и специфические профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения Владеет: - владеет основными приемами менеджмента и маркетинга; -владеет навыками работы в команде; - владеет навыками анализа текста с точки зрения используемых в нем приемов воздействия на аудиторию, -владеет навыками создания текста в соответствии с стандартно и нестандартно поставленной задачей	Зачет с оценкой	Отчет о практике: рекомендации по практическому применению
Шифр компетенции	Формулировка		
ПК-13	Способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине
Базовый уровень			

Знает основные принципы планирования и подготовки рекламных кампаний и мероприятий. Может под контролем планировать и готовить коммуникационные кампании и мероприятия	Знает: - основные этапы планирования рекламных кампаний и мероприятий; - основные методы сбора информации для планирования стандартных рекламных кампаний и мероприятий; Умеет: - осуществлять сбор, анализ и интерпретацию информации, необходимой для проведения стандартных коммуникационных кампаний и мероприятий Владеет: - способен осуществлять под контролем проектирование, планирование, подготовку стандартных рекламных кампаний и мероприятий; - способен работать в команде при проведении рекламных кампаний и мероприятий	Зачет с оценкой	Отчет о практике: рекомендации по практическому применению
Повышенный уровень			
Знает основные принципы планирования и подготовки рекламных кампаний и мероприятий. Понимает значение грамотного планирования для подготовки рекламных кампаний и мероприятий, способен выбирать методы сбора информации и решения поставленных задач. Имеет практический опыт планирования мероприятий под контролем преподавателя (руководителя).	Знает: - основные этапы планирования рекламных кампаний и мероприятий; - основные методы сбора информации для планирования рекламных кампаний и мероприятий разных видов; Умеет: - осуществлять сбор, анализ и интерпретацию информации, необходимой для проведения рекламных кампаний и мероприятий разных видов Владеет: - способен осуществлять под контролем проектирование, планирование, подготовку рекламных кампаний и мероприятий разных видов; - способен работать в команде при проведении рекламных кампаний и мероприятий	Зачет с оценкой	Отчет о практике: рекомендации по практическому применению
Шифр компетенции	Формулировка		
ПК-14	Способностью реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Базовый уровень			
Знает основные принципы функционирования рекламного рынка, основные принципы работы организации, специфику создания рекламных обращений. Может применить их на практике	Знает: - основные требования, предъявляемые к специалисту по рекламе и связям с общественностью; - основные положения экономической теории, менеджмента и маркетинга; основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами Умеет: - применять на практике знание основных законов экономической теории, менеджмента и маркетинга для решения профессиональных задач; - аргументированно обсуждать основные профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения Владеет: - основными приемами менеджмента и маркетинга; - базовыми навыками анализа текста с точки зрения используемых в нем приемов воздействия на аудиторию, - владеет основными навыками создания рекламного продукта в соответствии со стандартно поставленной задачей	Зачет с оценкой	Отчет о практике: рекомендации по практическому применению
Повышенный уровень			
Знает основные принципы функционирования рекламного рынка, основные принципы работы организации, специфику создания рекламных обращений. Понимает значение профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью, постоянно применяет их в своей практике	Знает: -основные требования, предъявляемые к специалисту по рекламе и связям с общественностью; -основные положения экономической теории, менеджмента и маркетинга; - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами Умеет: - применять на практике знание основных законов экономической теории, менеджмента и маркетинга для решения творческих профессиональных задач; - аргументированно обсуждать основные и специфические профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения Владеет: - основными приемами менеджмента и маркетинга; -- навыками анализа текста с точки зрения используемых в нем приемов воздействия на аудиторию, -владеет навыками создания рекламного продукта в соответствии со стандартно и нестандартно поставленной задачей	Зачет с оценкой	Отчет о практике: рекомендации по практическому применению
Шифр компетенции	Формулировка		
ПК-15	Владение навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве		
Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня	Форма промежуточной аттестации	Средства оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся

			по дисциплине
Базовый			
Знает основные принципы разработки и реализации организационно-управленческих решений; Может применить их на практике	Знает: - знает основные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений; - знает типовые методы управления деятельностью организации; - знает основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами - знает основные методы анализа и обработки информации; Умеет: - умеет разрабатывать и оценивать варианты стандартных организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность; - организовывать деятельность малой группы Владеет: - владеет методами организации кооперации с коллегами; - способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным; - современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение сотрудников	Зачет с оценкой	Отчет о практике: рекомендации по практическому применению
Повышенный			
Знает основные принципы разработки и реализации организационно-управленческих решений; Понимает значение принятия организационно-управленческих решений в производственной ситуации, постоянно использует их в своей практике	Знает: - знает основные и специальные методы разработки и реализации организационно-управленческих решений; - знает методологию и методики стратегического, тактического и оперативного методы управления деятельностью организации знает методики управления людьми в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами - знает основные методы анализа и обработки информации Умеет: - умеет разрабатывать и оценивать варианты стандартных и нестандартных организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность; - эффективно организовывать деятельность малой группы Владеет: - способен выбирать наиболее эффективные в конкретной ситуации методы организации кооперации с коллегами; - способен эффективно самостоятельно работать в команде, проявляя коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным, адекватно оценивая ситуацию; - владеет современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение сотрудников, понимая значимость собственного профессионального развития	Зачет с оценкой	Отчет о практике: рекомендации по практическому применению
Шифр компетенции	Формулировка		
ПК-16	Способность под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы		
Содержательное	Основные признаки уровня	Форма	Средства

описание уровня		промежуто чной аттестации	оценивания в рамках промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине
Базовый			
Знает основные принципы производства, подготовки к выпуску и распространения рекламной продукции в рамках традиционных средств рекламы. Может применить их на практике	Знает: - знает стандартную методику планирования проектных работ, связанных с разработкой рекламного продукта - знает основы редакторской работы с текстом; - знает критерии оценки рекламных и PR-текстов; Умеет: - умеет осуществлять выбор стандартных методов, адекватных целям и задачам типовой разработки рекламного продукта; - умеет формулировать основное целевое назначение и определять целевую аудиторию рекламного продукта; - умеет реализовывать основные коммуникативные намерения; логично рассуждать, грамотно структурировать высказывание; - умеет с учетом основных критериев оценки рекламной и PR-деятельности выявлять и устранять недочеты при работе с текстами маркетинговых коммуникаций; - умеет профессионально грамотно использовать компьютерные технологии в практической деятельности; - умеет работать с основными прикладными программами, обеспечивающими подготовку рекламного продукта. Владеет: - владеет основными методами логической обработки информации; - владеет навыками редакторского анализа текстов основных функциональных стилей и основного репертуара жанров., - способен разрабатывать на основе типовых документов технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт	Зачет с оценкой	Отчет о практике: рекомендации по практическому применению
Повышенный			
Знает основные принципы производства, подготовки к выпуску и распространения рекламной продукции в рамках современных средств рекламы. Понимает значение всех этапов производства и	Знает: - знает стандартные и специальные методики планирования проектных работ, связанных с разработкой рекламного продукта; - знает основы редакторской работы с текстом; - знает основы культуры речи; - знает критерии оценки рекламных и PR-текстов; Умеет: - умеет определять основные и ситуативные проблемы, организовывать постановку проектной задачи для уникальной ситуации;	Зачет с оценкой	Отчет о практике: рекомендации по практическому применению

распространения рекламной продукции, целесообразно использует их в своей практике	- умеет предельно четко формулировать целевое назначение и определять целевую аудиторию рекламного продукта; - умеет эффективно реализовывать свои коммуникативные намерения; логично рассуждать, аргументировать и грамотно структурировать высказывание; - умеет с учетом всех критериев оценки рекламной и PR-деятельности выявлять и устранять недочеты при работе с текстами маркетинговых коммуникаций; - умеет работать с основными и специальными прикладными программами, обеспечивающими подготовку рекламного продукта. Владеет: - владеет методами логической обработки информации; - владеет навыками редакторского анализа текстов разной функциональной направленности и жанрового своеобразия, - способен разрабатывать технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт, соответствующие конкретной проектной ситуации		
Требования к проведению промежуточной аттестации по практике:			
Текущий контроль знаний студентов в течение семестра проводится в устной и письменной форме при выполнении практических задач, ведении дневника практики. Промежуточная аттестация проводится в виде тестирования. Студент допускается к экзамену при наличии положительной оценки в БРС.			
Критерии оценки результатов прохождения студентом промежуточной аттестации: 5. Выполнение плана практики. 6. Выполнение индивидуальных заданий. 7. Оформление дневника практики и отчёта о практике, представление на кафедру в течение одной недели после завершения практики. 8. Выступление на заключительной конференции.			
«отлично»	Оценка «отлично» выставляется студенту, у которого формируемые практикой элементы компетенций ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-11, ПК-12, ПК-13, ПК-14, ПК-15, ПК-16 сформированы на высоком уровне. Студент 1. Продемонстрирован высокий потенциал интегрированных знаний, умений и навыков, необходимых для решения профессиональных задач в условиях информационной и временной неопределенности. 2. Проявлены творческий подход при решении стандартных и нестандартных задач, возможность переноса умений из одной из одной предметной области в другую, системное видение профессиональных задач. 3. Отчет отличается высокой практической ценностью. 4. Продемонстрированы хорошие организационные способности и навыки тайм-менеджмента. 5. Продемонстрирована способность обнаруживать, анализировать и аргументированно обсуждать стандартные и нестандартные профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения. 6. Отчет полностью соответствует учебно-практической деятельности, определенной поставленной задачей, демонстрирует высокий уровень сформированности умения осуществлять рефлексивный анализ. 7. В полной мере продемонстрировано умение логично и грамотно подать материал, соблюдена структура и стилистика изложения, оформление отчета соответствует всем стандартным требованиям.		

«хорошо»	Оценка «хорошо» выставляется студенту, у которого формируемые практикой элементы компетенций ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-11, ПК-12, ПК-13, ПК-14, ПК-15, ПК-16 сформированы не ниже, чем на среднем уровне. Студент 1. Продемонстрирован потенциал интегрированных знаний, умений и навыков, необходимых для решения профессиональных задач в условиях информационной и временной определенности. 2. Проявлено умение самостоятельно использовать типовые алгоритмы при решении стандартных профессиональных задач. 3. Отчет отличается практической ценностью. 4. Продемонстрированы организационные способности и навыки тайм-менеджмента. 5. Продемонстрирована способность обнаруживать, анализировать и аргументированно обсуждать стандартные профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения. 6. Отчет в целом соответствует учебно-практической деятельности, определенной поставленной задачей, демонстрирует высокий уровень сформированности умения осуществлять рефлексивный анализ. 7. Продемонстрировано умение логично и грамотно подать материал, в целом соблюдена структура и стилистика изложения, оформление отчета соответствует всем стандартным требованиям.
«удовлетворительно»	Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, у которого формируемые практикой элементы компетенций ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-11, ПК-12, ПК-13, ПК-14, ПК-15, ПК-16 сформированы не ниже, чем на низком уровне. Студент 1. Продемонстрирован минимальный потенциал знаний, умений и навыков, необходимых для решения профессиональных задач в условиях информационной и временной определенности. 2. Проявлено умение самостоятельно использовать типовые алгоритмы при решении стандартных профессиональных задач. 3. Отчет отличается невысокой практической ценностью. 4. Студент способен под контролем осуществлять профессиональные функции. 5. Продемонстрирована способность обнаруживать, анализировать и обсуждать стандартные профессиональные проблемы, давать отзывы, способность отстаивать свою точку зрения проявлена в незначительной степени. 6. Отчет не полностью соответствует учебно-практической деятельности, определенной поставленной задачей, демонстрирует низкий уровень сформированности умения осуществлять рефлексивный анализ. 7. В целом продемонстрировано умение в целом логично и грамотно подать материал, соблюдена структура и стилистика изложения, оформление отчета соответствует стандартным требованиям, однако отсутствуют некоторые документы.
«неудовлетворительно»	Оценка «хорошо» выставляется студенту, у которого формируемые практикой элементы компетенций ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-11, ПК-12, ПК-13, ПК-14, ПК-15, ПК-16 сформированы ниже, чем на низком уровне. Студент 1. Отсутствует минимальный потенциал знаний, умений и навыков, необходимых для решения профессиональных задач в условиях информационной и временной определенности. 2. Не сформировано умение самостоятельно использовать типовые алгоритмы при решении стандартных задач. 3. Практическая значимость отчета отсутствует. 4. Студент способен под контролем осуществлять профессиональные функции. 5. Продемонстрирована неспособность обнаруживать, анализировать, обсуждать стандартные профессиональные проблемы, отсутствует умение осуществлять рефлексивный анализ.

	6. Отчет не соответствует учебно-практической деятельности, определенной поставленной задачей, содержит неточное изложение информации, оформление работы не соответствует стандартным требованиям, представлены отдельные документы. 7. Отсутствует умение логично и грамотно подать материал, нарушена структура и стилистика изложения, оформление отчета не соответствует стандартным требованиям, отсутствует часть документов.

10. Перечень учебной литературы и ресурсов «Интернет», необходимых для проведения практики

а) основная литература

3. Каменева Н.Г. Маркетинговые исследования. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 368 с.
4. Методы оценки в рекламной практике: учебное пособие / сост. Т.Б. Колышкина. - Ярославль: Изд-во ЯГПУ, 2013. - 49 с.

б) дополнительная литература

5. Щепкина Е.В. Маркетинговые исследования в рекламе: учеб.-метод. пособие для студентов, обучающихся по спец. 032401.65 - реклама. - М.: МГУП, 2009.
6. Васильев Г.А. Рекламный маркетинг: учеб. пособие. / Г.А. Васильев, В.А. Поляков - М.: Вузовский учебник; ИНФРА-М, 2012. - 276 с.
7. Соловьев Б.А. и др. Маркетинг. - М., ИНФРА-М, 2011, 336 с.
8. Соловьева Н.И. Основы подготовки к научной деятельности и оформление ее результатов. - М.: АПК и ПРО, 2006. - 102 с..

в) ресурсы сети «Интернет»:

- Электронная база данных библиотеки ЯГПУ. – Режим доступа: http://lib.yspu.org/buki_web/bk_webmain.asp
- Book-ua:org – библиотека электронных учебников
- Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru – рефераты, полные тексты научных статей из российских и зарубежных журналов;
- Электронно-библиотечная система IPRbooks - полнотекстовая база учебных и учебно-методических электронных изданий;
- ФГНУ «Научная педагогическая библиотека имени К.Д. Ушинского» <http://elibrary.gnpbu.ru/>
- Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных сетей
- Агентство исследований социума и телерадиовещания <http://www.monitoring.ru>
- Агентство «Комус-персонал» <http://www.comus.ru>
- Агентство общественных коммуникаций «Ракурс-ПР» <http://www.rakours-pr.ru>
- Агентство PR «Миссия-Л» <http://www.missia-L.ru>
- Аналитика – Россия <http://www.analytics.ru>
- Аналитическая служба «Меркатор» <http://www.mercator.ru>
- АРМИ-маркетинг <http://www.armi-marketing.ru>
- Ветра-маркетинг <http://www.vetra.ru>
- Всемирная ассоциация исследований общественного мнения <http://www.wapor.org>
- Всероссийский центр Изучения общественного мнения <http://www.wciom.ru>
- Группа маркетинговых исследований <http://www.mrg.ru>
- Группа ЦИРКОН <http://www.zircon.ru>
- ГФК-ВЦИОМ <http://www.vciom.ru>
- ИМИДЖ-контакт <http://www.image-contact.ru>
- Институт государственного и социальных исследований МГУ <http://www.geocities.com/Athens/Olympus/9671/>
- Институт исследования организованных рынков <http://www.inior.ru>
- Институт независимых социологических исследований <http://www.indepsocres.spb.ru>

- Институт прокризисных исследований <http://www.ipi.ru>
- Московский центр Карнеги <http://www.carnegie.ru>
- Российская Ассоциация Маркетинга <http://www.ram.ru>
- Служба PR <http://www.prserve.ru>
- Фонд «Общественное мнение» <http://www.fom.ru>
- PR PASSAT
- <http://www.prpassat.ru>

11. Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных сетей

В процессе организации преддипломной практики руководителями от выпускающей кафедры могут применяться следующие информационные технологии:

- использование дистанционной технологии при обсуждении материалов практики с руководителем;
- использование мультимедийных технологий при выступлении на заключительной конференции;
- использование компьютерных технологий и программных продуктов (**Пакет Microsoft Office 2007, программные продукты Word, Excel, Power Point**), необходимых для сбора, систематизации, хранения, представления учебной и научной информации;
- подготовка, конструирование и презентация итогов исследовательской и аналитической деятельности;
- самостоятельный поиск дополнительного учебного и научного материала, с использованием поисковых систем и сайтов сети Интернет, электронных энциклопедий и баз данных;
- использование электронной почты преподавателей и обучающихся для рассылки, переписки и обсуждения возникших учебных проблем во время прохождения практики.

Перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

№ п/п	Название программы/Системы	Описание программы/Системы
	КонсультантПлюс	Справочная правовая система

12. Материально-техническая база, необходимая для проведения практики

Кабинет выпускающей кафедры (150014, г. Ярославль, Которосльская набережная, д. 66, учебный корпус 5).

Учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (150014, г. Ярославль, Которосльская набережная, д. 66, учебный корпус 5, **каб. №414**). Специализированная мебель. Присутствует возможность установки переносного набора демонстрационного оборудования (стационарный мультимедийный проектор, средства звуковоспроизведения, экран).

Аудитория для самостоятельной работы – компьютерный класс широкого профиля (150014, г. Ярославль, Которосльская набережная, д. 66, учебный корпус 5, **каб. №307**). Специализированная мебель, 9 ПК. Присутствует возможность установки переносного набора демонстрационного оборудования (стационарный мультимедийный проектор, средства звуковоспроизведения, экран). Доступ к электронной информационно-образовательной среде.

Лаборатория технических средств обучения (150014, г. Ярославль, Которосльская набережная, д. 66, учебный корпус 5. **каб. № 405**). Специализированная мебель, 20 посадочных мест, Видеоплейер ART Uisio, музыкальный центр LG, телевизор SAMSUNG телевизор Panasonic 29FX 50 T, телевизор LG 20 F 89, телевизор LG 32CS560, магнитола Philips AZ-302, DVD проигрыватель Panasonic S 29, DVD – плейер BBK, аудиоманитофон Panasonic 430, аудиоманитола AIWA, видеоплейер ORION.

Компьютерный класс широкого профиля (150014, г. Ярославль, Которосльская набережная, д. 66, учебный корпус 5. **каб. № 416**). Специализированная мебель, 7 ПК, Присутствует возможность установки переносного набора демонстрационного оборудования (стационарный мультимедийный проектор, средства звуковоспроизведения, экран). Доступ к электронной информационно-образовательной среде

13. Рекомендации по организации самостоятельной работы обучающихся в период практики

Самостоятельная работа обучающихся в период практики составляет 216 часов.

Подготовка и организация практики проводится под общим руководством руководителя практики.

Студент-практикант обязан:

- перед началом практики получить у группового руководителя практики индивидуальную программу (задания), календарный план прохождения практики;
- своевременно и качественно выполнять задания, предусмотренные программой практики;
- выполнять относящиеся к программе практики указания руководителя практики;
- вести сбор и изучение материалов, относящихся к тематике практики;
- фиксировать свои наблюдения и результаты проделанной работы в дневнике практики;
- качественно оформить и своевременно предоставить отчетную документацию по материалам практики.

Особое внимание студенту следует уделить апробации результатов исследования: практические рекомендации или разработка проекта в соответствии с проблемой исследования. Необходимо также грамотно оформить библиографический список по ГОСТу.

В выступлении на заключительной конференции необходимо отразить следующие вопросы:

- тема исследования;
- использованные во время практики источники информации;
- обоснование выбора методов и методик, релевантных задачам исследования;
- использованные в ходе исследования приёмы анализа, систематизации и обобщения для решения научно-исследовательских задач.

В процессе самостоятельной работы обучающиеся выполняют задания разного уровня сложности, связанные с реализацией программы практики. В период НИР необходимо выполнить следующую работу, включая самостоятельную работу студента (далее СРС):

Описание этапов работы практики по преддипломной практике:

№ этапа	Содержание работы	Сроки
<i>Этап 1:</i>	Работа по практике начинается с установочного практического занятия, в рамках которого студенты знакомятся с технологией проведения эмпирических исследований. В качестве методического материала преподаватель использует лучшие отчеты прошлых лет.	1 неделя
<i>Этап 2:</i>	В рамках СРС студент обсуждает содержание и структуру научно-исследовательской / проектной части с научным руководителем.	2 неделя
<i>Этап 3:</i>	В рамках СРС совместно с научным руководителем студент разрабатывает план выполнения работы.	2 неделя

<i>Этап 4:</i>	Проведение эмпирического исследования по заданной теме: сбор эмпирических данных, подготовка статистических таблиц.	3-4 неделя
<i>Этап 5</i>	Выступление с докладом на студенческой научно-практической конференции «Чтения Ушинского»	4-5 неделя
<i>Этап 6:</i>	Подготовка отчета научного исследования в соответствии с установленными планами и стандартами, оформление работы.	6-7 неделя
<i>Этап 7:</i>	Подготовка к публичной защите результатов исследования в виде доклада, сопровождаемого презентацией.	8 неделя

Требования к отчету студента на основе проведенного исследования / разработанного проекта

Практическая часть работы полностью посвящена собственным исследованиям студента. Она содержит ряд параграфов (3-5), которые логично представляют исследование: задумки и полученные результаты должны быть соотнесены с гипотезами работы (доказывая их правомерность), проанализированы, осмыслены, обоснованы и интерпретированы. Обязательными для практической части работы являются следующие параграфы: категориальный аппарат исследования; результаты исследования и их интерпретация (могут быть разведены на 2 отдельных параграфа); выводы.

Между главами и параграфами должна прослеживаться внутренняя связь, логическая последовательность. Каждый параграф завершается обобщающим резюме, весь отчет – выводами, которые соотносятся с гипотезами, задачами и целью, подтверждая, что гипотезы проверены и подтверждены, задачи решены, цель достигнута.

Важным вопросом при выполнении данной практики является качество выбранных автором для проведения исследования методов и методик. Студент может пользоваться методами и методиками, соответствующими следующим критериям:

- опубликованные авторами в профессиональных изданиях методики, распространяемые в некоммерческом режиме, при условии их соответствия профессиональным критериям;

- методики, распространяемые в коммерческом (закрытом профессиональном) режиме, при условии их соответствия профессиональным критериям и наличия лицензии на их использование (индивидуальной или коллективной) либо другого документа, подтверждающего право использования (письмо, в том числе электронное, от правообладателя с разрешением на бесплатное некоммерческое использования в рамках образовательного учреждения).

- неопубликованные методики, соответствующие профессиональным критериям, представленные автором методики для использования в научных целях по запросу автора квалификационной работы, его научного руководителя и (или) учебно-научного учреждения;

- соответствующие профессиональным критериям методики, переданные автору квалификационной работы научным руководителем или другими лицами, имеющими право на использование методики,

- методики, разработанные самим автором квалификационной работы или его научным руководителем, при условии их соответствия профессиональным критериям (прошедшими психометрическую проверку и соответствующими параметрам надежности и валидности);

Не рекомендуется:

- использование «тестов», правила подсчета баллов в которых не основывается на какой-либо эмпирической проверке;

- использование методик неустановленного происхождения и авторства;

- использование методик, в отношении которых не установлено их соответствие профессиональным критериям (в том числе применительно к русскоязычной версии);

- использование методик, на применение которых требуется лицензия или разрешение, без получения такой лицензии или разрешения.

- использование методик, опубликованных в массовых популярных изданиях или на популярных Интернет-сайтах, ставшими известными многотысячной аудитории их читателей-посетителей.

Практическая часть работы должна обязательно включать в себя качественный или количественный анализ данных проведенного студентом исследования и интерпретацию полученных им результатов.

Обязательным завершающим разделом отчета по преддипломной практике являются выводы. Выводы не должны оставаться на стадии констатации фактологического материала (например, коэффициент корреляции 0,95), а содержать основной результат анализа данных. Нумерация выводов придает им большую структурированность и четкость. Рекомендуются представлять 5-7 выводов общей и конкретной формы, представляющие главные достижения автора.

Заключение. В заключении дается краткий анализ основного содержания теоретической и практической части работы, определяются перспективы развития заявленной темы и практического использования полученных результатов.

Список литературы. Оформляется по представленным ниже правилам. Образец оформления различных видов источников в библиографическом списке представлен в приложении 2.

Приложения. Этот раздел необходим для некоторых детальных, иллюстрационных и других дополнительных материалов, полученных автором.

Критерии оценки содержания исследования

1. Самостоятельность выбора темы и ее реализации;
2. Адекватность целей, задач и категориального аппарата работы;
3. Наличие эмпирического или экспериментального исследования;
4. Применение релевантных методов исследования
5. Адекватность интерпретации и выводов.

Уровни выполнения заданий:

Высокий уровень

– Отчетная документация оформлена в соответствии со всеми требованиями, Представленный материал в основном фактически достоверен, допускаются негрубые фактические неточности;

– Выбранная тема отличается актуальностью и новизной;

– Используемые методы, методики, приемы релевантны поставленным задачам и позволяют оценить достоверность результата;

– Анализ и интерпретация результатов проведены грамотно, подробно и логично, дано хорошее обоснование полученных результатов, отражены причинно-следственные связи, сделаны практические выводы, разработаны рекомендации (глубокие).

Средний уровень:

– Отчетная документация оформлена в соответствии с требованиями, допущены незначительные неточности. Представленный материал в основном фактически достоверен, допускаются 4-5 фактических ошибок;

– Выбранная тема отличается актуальностью и новизной;

– Используемые методы, приемы и формы работы в целом соотносятся с поставленными задачами и позволяют оценить достоверность результата;

– Анализ деятельности проведен грамотно, есть небольшие недостатки неточности; достаточно обоснованы практические выводы, отражены причинно-следственные связи;

– рекомендации в целом одобрены в организации.

Низкий уровень:

- отчетная документация оформлена с ошибками, некоторые документы не соответствуют требованиям;
- используемые методы, приемы и формы работы часто не связаны с поставленными задачами, являются малоэффективными;
- анализ деятельности проведен поверхностно, отсутствуют практические, обоснованные выводы;
- практические рекомендации отсутствуют или не соответствуют реальной ситуации.

14. Методические рекомендации

Отчетной документацией по учебной/производственной практике является отчет и дневник студента-практиканта с ежедневными записями о проделанной работе и приложения к дневнику, включающие оформленные задания по практике.

Отчет и итоговый дневник студента по практике хранится на кафедре в течение трех лет.

1. В ходе практики студент составляет итоговый письменный отчет. Цель отчета – показать степень полноты выполнения студентом программы практики. В отчете отражаются итоги деятельности студента во время прохождения практики в соответствии с разделами и позициями, соответствующие расчеты, анализ, обоснования, выводы и предложения.

2. Объем отчета (основной текст) – 25- 30 страниц. Таблицы, схемы, диаграммы, чертежи можно поместить в приложения, в этом случае в основной объем отчета они не входят. Список документов, нормативных и инструктивных материалов и литературы в основной объем отчета не включаются.

3. Отчет о практике должен содержать:

3.1. Титульный лист (по форме университета в год сдачи отчета).

3.2. Оглавление (содержание) отчета.

3.3. Введение (обоснование актуальности практик, формулирование цели и задач, которые студент ставит перед собой на время практики, планируемые результаты).

3.4. Содержание и анализ всех видов деятельности в период практики (согласно заданию по практике). Результаты работы оформляются в виде таблиц, графиков с последующим анализом.

3.5. Дневник практики.

3.6. Заключение (анализ достигнутых результатов).

3.7. Список литературы.

3.8. Приложения (Таблицы, схемы, иллюстрации, фотографии, расчёты, списки нормативных документов, литература).

3.9. Характеристика студента-практиканта, подписанная руководителем практики.

В основной части отчета по практике необходимо отразить следующие позиции:

– общая характеристика места прохождения практики – выпускающей кафедры, на которой студент проходит преддипломную практику;

– характеристика основных направлений научно-исследовательской деятельности кафедры, под руководством которой осуществляется написание исследовательской работы, и реализуемых проектов;

– характеристика выполненных заданий;

– материалы по разделам;

– выводы и рекомендации о прохождении практики.

Отчет брошюруется в папку.

По окончании практики отчет вместе с дневником представляется руководителю практики, проверяется и подписывается им.

Дневник прохождения практики

1. Выполненную за каждый день работу с указанием сведений, материалов, полученных при прохождении практики, студент-практикант отражает в дневнике практики.

2. Дневник содержит:

- информацию о месте и сроках прохождения практики;
- календарный график прохождения практики;
- наименование подразделений, где проходила практика;
- содержание разрабатываемых и изучаемых вопросов практики, выполненная по ним работа;
- календарные сроки выполнения всех позиций проведенных работ;
- список материалов, собранных студентом в период прохождения практики для написания исследования (если имеется);
- замечания и рекомендации руководителя практики от кафедры.

3. По окончании практики дневник подписывается руководителем практики от организации.

4. Дневник сдается вместе с отчетом о практике, после его регистрации на кафедре, руководителю практики.

15. Организация практики на заочном отделении

На заочном отделении преддипломная практика проводится в течение 8 недель на 5 курсе в 10 семестре. Содержание преддипломной практики на заочном отделении соответствует содержанию практики на дневном отделении.

16. Особенности организации практики для студентов из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

На кафедре создаются необходимые условия, обеспечивающие возможность студентам с ограниченными возможностями здоровья выполнить программу практики.

В случае необходимости студенту из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и (или) инвалидов на время прохождения преддипломной практики назначается индивидуальный консультант. При необходимости студенты из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и (или) инвалиды обеспечиваются необходимым пакетом документов об организации и содержании практики с учетом их индивидуальных особенностей.

Содержание преддипломной практики может быть скорректировано с учетом индивидуальных особенностей студентов из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и (или) инвалидов. Студенты из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и (или) инвалидов получают задания в соответствии с существующими у них ограничениями по здоровью.

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

Факультет русской филологии и культуры

Кафедра теории коммуникации и рекламы

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью

Форма обучения очная / заочная

Курс 4/ 5

Группа _____

ДНЕВНИК

прохождения производственной преддипломной практики

наименование практики (в том числе преддипломной практики)

способ проведения практики: стационарная

форма проведения практики: дискретная по видам

в ФГБОУ ВО «Ярославский государственный педагогический университет

им. К.Д. Ушинского»

(наименование организации)

с _____ по _____

(указать дату)

(указать дату)

Студент _____

(подпись)

_____ *(инициалы и фамилия)*

Руководитель практики

_____ МП
(должность) (место печати)

_____ *(подпись)*

_____ *(И.О.Фамилия)*

Ярославль-20__

ФГБОУ ВО «Ярославский государственный педагогический университет им. К.Д. Ушинского»
(ЯГПУ им. К.Д. Ушинского)

«____» _____ 20__ г.
НАПРАВЛЕНИЕ НА ПРАКТИКУ № _____

Выдано студенту _____
(фамилия, имя, отчество)

направленному на

(пункт назначения)

для прохождения преддипломной практики по

срок проведения практики «____» _____ 20__ г. по «____» _____ 20__ г.

Основание: Приказ № _____ от «____» _____ 20__ г.

Руководитель практики:

ОТМЕТКИ О ПРИБЫТИИ В ПУНКТЫ НАЗНАЧЕНИЯ И ВЫБЫТИИ ИЗ НИХ:

Убыл из _____
«__» _____ 20__ г.
Печать _____ Подпись _____

Прибыл _____
«__» _____ 20__ г.
Печать _____ Подпись _____

Прибыл _____
«__» _____ 20__ г.
Печать _____ Подпись _____

Убыл из _____
«__» _____ 20__ г.
Печать _____ Подпись _____

Примечание: отметки о прибытии и выбытии делаются по месту прохождения практики.

I. МЕСТО И СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Студент _____
_____ курса факультета _____
специальность / направление подготовки, профиль (профили)
направляется для прохождения *преддипломной* практики на:

Объем практики составляет 12 зачетных единиц.

Сроки практики: с «___» _____ 20___ г. по «___» _____ 20___ г.

Студент обязан представить дневник, отчет о прохождении практики, собранный материал для написания выпускной квалификационной работы до «___» _____ 20___ г. и получить зачет с оценкой по практике в соответствии с требованиями формы аттестации результатов практики, установленными учебным планом до «___» _____ 20___ г.

М.П.

Руководитель практики

«___» _____ 20___ г

II. РАБОТА СТУДЕНТА НА КАФЕДРЕ

Студенты не направляются в профильные организации на время прохождения производственной преддипломной практики. Практика проходит на базе выпускающей кафедры.

Студент _____
прибыл на преддипломную практику:

« ____ » _____ 20__ г.

Кафедра расположена по адресу:

Проходит практику в качестве _____
на _____

_____ с « ____ » _____ 20__ г.

Студент закончил прохождение практики « ____ » _____ 20__ г.

М.П.

Руководитель практики:

(ФИО)

(должность)

« ____ » _____ 20__ г.

III. ИНСТРУКТАЖ ПО ОХРАНЕ ТРУДА И ТЕХНИКЕ БЕЗОПАСНОСТИ

Характер инструктажа	Дата	Кто проводил инструктаж	Подпись студента
Водный инструктаж			
Повторный инструктаж на рабочем месте			

Руководитель практики от ЯГПУ:

Руководитель практики от профильной
организации:

(ФИО, подпись)

(ФИО, подпись)

(Должность)

(Должность)

Студент _____ (ФИО) _____ (подпись)

IV. ОБЯЗАННОСТИ СТУДЕНТА НА ПРАКТИКЕ

77. Полностью пройти практику в соответствии с указанными в приказе по Университету сроками.
78. Выполнить в полном объеме задания, предусмотренные программой практики.
79. Подчиняться действующим на предприятии, в учреждении, организации правилам внутреннего трудового порядка.
80. Изучить и строго соблюдать правила охраны труда, техники безопасности и производственной санитарии.
81. Участвовать в научно-исследовательской работе по заданию кафедры.
82. Участвовать в общественной жизни коллектива предприятия, организации, учреждения.
83. Нести ответственность за выполняемую работу и ее результаты наравне со штатными работниками.
84. Вести дневник, в который записываются сведения указанные в программе практики.
85. Собрать в течение практики материалы, необходимые для грамотного оформления выпускной квалификационной работы и отчета о практике, в соответствии с программой практики, индивидуальным заданием на практику и указаниями руководителей практики.
86. Заверить подписями и печатями дневник практики, получить заверенную подписью и печатью характеристику.
87. По окончании практики сдать на проверку руководителю практики отчет, дневник, представить текст выпускной квалификационной работы, материалы для защиты и своевременно пройти форму аттестации, предусмотренную учебным планом и ФГОС ВО.

VI. ОБЯЗАННОСТИ РУКОВОДИТЕЛЕЙ ПРАКТИКИ

- 20) Руководитель практики:**
- 1.1. Составляет рабочий график (план) проведения практики;
 - 1.2. Разрабатывает индивидуальные задания для обучающихся, выполняемые в период практики;
 - 1.3. Участвует в распределении обучающихся по рабочим местам и видам работ в организации;
 - 1.5. Осуществляет контроль соблюдения сроков проведения практики и соответствием ее содержания требованиям, установленным ОПОП ВО;
 - 1.6. Оказывает методическую помощь обучающимся при выполнении ими индивидуальных заданий, а также при сборе материалов к выпускной квалификационной работе в ходе преддипломной практики;
 - 1.7. Оценивает результаты прохождения практики обучающимися.

VII. СОВМЕСТНЫЙ РАБОЧИЙ ГРАФИК (ПЛАН) ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Студент: _____ Группа: _____
(Фамилия ИО) (номер группы, курс)

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Реклама и связи с общественностью

Место прохождения практики: _____

Сроки прохождения практики: _____

№ п/п	Наименование темы или работы (вид работ)	Кол-во рабочих дней	Сроки исполнения (Дата)	Отметка о выполнении

Руководитель практики:

(ФИО)

(должность)

М.П.

Руководитель практики от профильной организации:

(ФИО)

(должность)

VII. ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ НА ПРОИЗВОДСТВЕННУЮ ПРЕДДИПЛОМНУЮ ПРАКТИКУ

Студенту: _____ Группа: _____

(Фамилия ИО)

(группа,

курс)

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью

Место прохождения практики: _____

(Полное наименование организации, местонахождение)

Задание на практику (заполняется в соответствии с программой практики):	Сроки выполнения	Планируемые результаты

Продолжительность практики: 8 недель

Сроки прохождения практики: с _____ по _____

Руководитель практики:

_____ (ФИО)

_____ (должность)

VIII. ДНЕВНИК

прохождения _____ практики
(вид практики)

№ п/п	Содержание выполняемых работ	Сроки выполнения		Заключение и оценка руководителя практики от организации
		Начало	Окончание	
1	2	3	4	5
1				
2				
3				
...				

ЗАМЕЧАНИЯ И РЕКОМЕНДАЦИИ РУКОВОДИТЕЛЕЙ СТУДЕНТУ В ПРОЦЕССЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Дата	Характер замечаний и рекомендаций	Ф.И.О. и должность руководителя

IX. ХАРАКТЕРИСТИКА

Студента-практиканта _____
(фамилия, имя, отчество)
_____ курса _____ факультета направления
_____, проходившего производственную практику
на _____

с « _____ » _____ по « _____ » _____ 201 ____ года

1. Общая оценка:

№	Оцениваемая характеристика	Оценка			
		5	4	3	2
1	Уровень подготовленности студента к прохождению практики				
2	Умение правильно определять и эффективно решать профессиональные задачи				
3	Степень самостоятельности при выполнении заданий по практике				
4	Инициативность				
5	Оценка трудовой дисциплины				
6	Оценка уровня выполнения индивидуальных заданий				

2. Виды и объем выполненных студентом работ, качество выполненных работ:

3. Отношение студента к работе, дисциплинированность:

4. Полученные и проявленные студентом практические навыки и умения, сформированные у студента профессиональные компетенции по направлениям и профилям подготовки, теоретическая подготовка:

5. Оценка прохождения студентом практики в целом (отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно): _____

Заключение о работе студента:

В процессе прохождения _____ практики в период с _____ по _____
(указать дату) (указать дату)
студент (ка) _____ проявил(а) себя как _____
(Ф.И.О.) (перечислить качества)

Кроме того, он(а) принял(а) непосредственное участие в разработке

(перечень разработанных вопросов)

Предоставленный отчет о прохождении _____ практики соответствует предъявляемым требованиям.

Считаю, что результат прохождения практики можно оценить на _____
(указать: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»)

Руководитель практики

_____ МП _____
(должность) (место печати) (подпись) (Фамилия, имя, отчество
полностью)

«_____» _____ 20____ г.

**Х. ОТЗЫВ РУКОВОДИТЕЛЯ ПРАКТИКИ ОТ ЯГПУ
О ВЫПОЛНЕНИИ СТУДЕНТОМ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ
И ПОЛНОТЕ СБОРА МАТЕРИАЛОВ
(с учетом уровня сформированности компетенций)**

Код компетенции	Сформирована	Частично сформирована	Не сформирована
ОПК – 1 способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах			
ОПК – 2 владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы / связей с общественностью			
ОПК – 3 обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владеть навыками литературного редактирования, копирайтинга			
ОПК – 4 умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия			
ОПК – 5 умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия			
ПК – 1 способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью			
ПК – 2 владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы			
ПК – 3 владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами			
ПК – 4 владение навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)			
ПК – 5 способность реализовывать проекты и владением методами их реализации			
ПК – 6 способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации			
ПК – 7 способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий			
ПК – 8			

способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы			
ПК – 9 способность проводить маркетинговые исследования			
ПК – 10 способность организовывать и проводить социологические исследования			
ПК – 11 владение навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов			
ПК – 12 способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации			
ПК – 13 способность под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия			
ПК – 14 способность реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности			
ПК – 15 владение навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве			
ПК – 16 способность под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы			

Заключение: _____

Оценка пройденной практики руководителем

(уровень подготовки, квалификация, выполнение графика практики, дисциплинированность и т.д.)

Руководитель практики

(подпись) / _____
(расшифровка подписи)

« ____ » _____ 20 ____ г.

КРАТКАЯ ИНСТРУКЦИЯ СТУДЕНТУ-ПРАКТИКАНТУ

1. Перед выездом на практику необходимо:

1. Перед выездом на практику необходимо:

- 1.22. Получить на кафедре индивидуальные задания, выполняемые в период практики, выяснить сроки практики.
- 1.23. Получить на кафедре консультацию и инструктаж по всем вопросам организации практики, в том числе по технике безопасности.
- 1.24. Составить совместный график прохождения практики с научным руководителем, в котором отражаются следующие мероприятия:
 - прохождение практики в соответствии с программой практики и индивидуальным заданием;
 - подготовка дневника и отчёта о прохождении практики.
- 1.4. Встретиться с руководителем практики и согласовать с ним задания, выполняемые в период практики, подписать у него необходимые страницы дневника практики и проставить печати.

2. Прибыв на место практики, студент-менеджер обязан:

- 2.1. Ознакомиться с правилами внутреннего распорядка и техникой безопасности в организации и неуклонно их выполнять.

3. Обязанности студента в период практики:

- 3.1. Ежедневно вести дневник в строгом соответствии с программой практики и индивидуальным заданием (отражаются все виды работ и проводимые исследования);

4. Возвратившись с практики, студент-практикант обязан:

Представить руководителю практики дневник и отчет по практике.

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

Факультет русской филологии и культуры

Кафедра: теории коммуникации и рекламы

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью

ОТЧЕТ

о прохождении _____
практики

(наименование практики)

(Ф.И.О. студента)

_____ курса _____ формы обучения, группа _____

Место прохождения практики _____
(указывается полное наименование организации в соответствии с уставом)

Руководитель практики от ЯГПУ им. К.Д. Ушинского

(ученая степень, звание, должность)
(И.О.Фамилия)

(подпись)

Ярославль – 20____

Оформление отчета о прохождении производственной практики

По результатам практики студент бакалавриата 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.

Для составления, редактирования и оформления отчета студентам отводятся последние 1-2 дня производственной практики.

Кафедрой теории коммуникации и рекламы рекомендуется следующий порядок размещения материала в отчете:

1. ВВЕДЕНИЕ. Во введении необходимо указать цели и задачи практики, место и время прохождения практики.

2. ОСНОВНОЙ РАЗДЕЛ.

В основном разделе в подразделе 2.1 описывается поэтапное выполнение программы производственной практики:

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Кол-во часов
1. Подготовительный этап		
1.1.		
1.2		
и т.д.		
2. Начальный этап		
2.1.		
2.2		
и т.д.		
3. Основной (экспериментальный) этап		
3.1.		
и т.д.		
4. Заключительный этап		
4.1.		
и т.д.		
	Итого:	

В подразделе 2.2 описывается выполнение программы производственной практики.

Поставлены цели студента в отношении своего профессионального развития

Составлен план работы на практике

Выбрана тема исследовательской /проектной работы

Собраны эмпирические данные

Проведена обработка и интерпретация эмпирических данных

Сделаны выводы и рекомендации по результатам исследования

Подготовлен отчет по результатам исследования и его практическому применению

Подготовлен доклад с презентацией для выступления на отчетной конференции

Выступление на отчетной конференции

Проведен анализ полученного во время практики образовательного результата материалов для выступления на заключительной конференции.

3. ЗАКЛЮЧЕНИЕ (ВЫВОДЫ). В заключении подводятся итоги прохождения практики.

4. ПРИЛОЖЕНИЯ.

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

Шрифт предпочтительно *Times New Roman*. Размер шрифта: для текста – 14, для названия разделов – 15 полужирный, буквы заглавные; для названия подразделов – 15 полужирный, буквы прописные.

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.

Все страницы отчета нумеруют арабскими цифрами внизу страницы по центру.

Сокращения слов, кроме общепринятых, не допускаются.

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

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.

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.

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