

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Алтайский государственный университет»
институт массовых коммуникаций, филологии и политологии
кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Утверждено:
решением ученого совета Университета
протокол № 6
от «30» июня 2020 г.

ПРОГРАММА

производственной практики

(код практики)

профессионально-творческой практики

(тип практики)

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

(код и наименование направления)

**«Менеджмент стратегических коммуникаций
в рекламе и связях с общественностью»**

(профиль)

Форма обучения: очная

Барнаул 2020

Составители:

А.В. Ковалева, д.с.п.и.н., профессор

Е.В. Валюлина, к.филол.н., доцент

Визирование программы для исполнения в текущем учебном году

Программа практики обсуждена для исполнения в 2020- 2021 учебном году на заседании кафедры мединкоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью протокол № 8 от « 6 » июня 2020 г.

Директор института / филиала _____ С.А. Мансков

Программа практики обсуждена для исполнения в 20__ - 20__ учебном году на заседании кафедры мединкоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью протокол № __ от « __ » _____ 20__ г.

Директор института / филиала _____

Программа практики обсуждена для исполнения в 20__ - 20__ учебном году на заседании кафедры мединкоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью протокол № __ от « __ » _____ 20__ г.

Директор института / филиала _____

Программа практики обсуждена для исполнения в 20__ - 20__ учебном году на заседании кафедры мединкоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью протокол № __ от « __ » _____ 20__ г.

Директор института / филиала _____

1. Вид практики, способы и формы ее проведения

Вид практики: производственная

Тип практики: профессионально-творческая

Способы проведения(при наличии): стационарный, выездной (практика проводится как в структурных подразделениях АлтГУ или в профильных организациях, расположенных на территории города Барнаула, так и за пределами города Барнаула.

Форма проведения практики – дискретная по видам практик, путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения каждого вида (совокупности видов) практики.

2. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесённых с планируемыми результатами освоения ОПОП

2.1 Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Категория (группа) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональных компетенций (ОПК)	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
Продукт профессиональной деятельности	ОПК-1. Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	ОПК-1.1. Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов ОПК-1.2. Управляет процессом подготовки востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем.
Общество и государство	ОПК-2. Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.	ОПК-2.1. Выявляет причинно- следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов. ОПК-2.2. Анализирует основные тенденции развития общественных и государственных институтов и использует результаты анализа при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.

Культура	ОПК-3: Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1. Знает этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса. ОПК-3.2.Анализирует и использует достижения отечественной и мировой культуры при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов.
Аудитория	ОПК-4: Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	ОПК-4.1. Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп. ОПК-4.2. Организует процесс изучения аудиторий и использует его результаты, выявленные данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке /реализации иных коммуникационных продуктов.
Медиакоммуникационная система	ОПК-5. Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.	ОПК-5.1. Выявляет особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях. ОПК-5.2. При принятии профессиональных решений по подготовке текстоврекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов использует выявленные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира. Разрабатывает коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических нормрегулирования.
Технологии	ОПК-6. Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.	ОПК-6.1. Отслеживает глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности. ОПК-6.2. Отбирает и внедряет в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение.
Эффекты	ОПК-7. Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности.	ОПК-7.1. Знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности. ОПК-7.2. Осуществляет профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений. Применяет при разработке и реализации коммуникационного продукта принципы социальной ответственности.

3. Место практики в структуре образовательной программы

Производственная, профессионально-творческая практика относится к Блоку Б2.О.01.01(П) «Практики», Обязательная часть.

Для прохождения практики студенты должны владеть базовыми знаниями по дисциплинам: Методология системного анализа, Основы массовых коммуникаций, Цифровые практики в коммуникационной сфере, Теория современной коммуникативистики, Управление проектами в профессиональной деятельности, Стратегический менеджмент в коммуникационной сфере, Планирование и реализация коммуникационных кампаний, Кросс-культурные коммуникации, Медиакоммуникационные системы, Технологии производства рекламных и PR-продуктов, Современный медиатекст, Правовое регулирование рекламы и PR, Стратегический маркетинг, Социогуманитарная экспертиза рекламных и PR- продуктов.

4. Объем практики

Общая трудоемкость производственной профессионально-творческой практики составляет 21 зачетных единицы, 756 часов, из них:

во 2 семестре – 6 зачетных единиц, 216 часов,

в 3 семестре – 6 зачетных единиц, 216 часа.

В 4 семестре – 9 зачетных единиц, 324 часа.

Данный объем практики составляет 14 недель, которые отражены в графике учебного процесса. Из них во 2 семестре – 4 недели, в 3 семестре- 4 недели, в 4 семестре – 6 недель.

5. Содержание практики

Разделы (этапы) практики	Виды работы на практике, включая самостоятельную работу студентов	Формы текущего контроля
Подготовительный этап	1. Установочная конференция о задачах производственной профессионально-творческой практики: общий инструктаж, инструктаж по использованию форм рабочих и отчетных документов, инструктаж по технике безопасности. 2. Организационная работа по распределению магистрантов по базам	Отметки в ведомостях о прохождении магистрантами инструктажа, о получении форм рабочих и отчетных документов для производственной профессионально-творческой практики.

	<p>практики.</p> <p>3. Выдача магистрантам форм рабочих и отчетных документов по практике.</p> <p>4. Встреча магистрантов с руководителями практики от организации.</p>	
<p>Производственный этап (выполнение запланированной программы производственной профессионально-творческой практики)</p>	<p>1. Согласование с руководителями практики от кафедры и организации индивидуального задания на период прохождения практики;</p> <p>2. Разработка плана реализации индивидуального задания;</p> <p>3. Выполнение индивидуального задания:</p> <p>(семестр 2-ой)</p> <p>1. Анализ общих сведений об организации – базе практики.</p> <p>2. Анализ структуры подразделения, управляющего коммуникациями, и особенностей управления им.</p> <p>3. Аудит коммуникационной политики организации.</p> <p>4. Анализ плана формирования коммуникационной политики организации.</p> <p>5. Анализ эффективности PR- или рекламной деятельности организации или одного из PR-мероприятий, рекламной кампании, промоакции и т.п.</p> <p>6. Анализ фирменного стиля организации.</p> <p>7. Аудит коммуникационной политики основных конкурентов.</p> <p>(семестр 3-й, 4-й)</p> <p>1. Подготовка 1-2 текстов, выполненных в разных жанрах PR (на выбор): кейс-история, пресс-релиз, аналитическая публикация в корпоративный журнал или газету, для корпоративного сайта, И/ИЛИ подготовка 1-2 текстов, выполненных в стилистике спичрайтинга (на выбор): приветствие, доклад, поздравление на мероприятии, выступление по радио или на телевидении, выступление на митинге и т.п.</p> <p>2. Разработка плана рекламной/PR-кампании, включая рекламную идею, концепцию, разработанные рекламные продукты, медиа-план, критерии оценки эффективности.</p> <p>3. Подготовка 1-2 текстов в рамках предложенной рекламной концепции (на выбор): текст для</p>	<p>Обсуждение индивидуальных заданий с руководителями практики.</p> <p>Консультации у руководителя практики, анализ и обсуждение подготовленных материалов.</p>

	<p>рекламного модуля, текст для стимулирующей рекламы, текст для информационной рекламы, ИЛИ создание 1-2 рекламных продуктов в рамках предложенной рекламной концепции (на выбор): фирменный стиль, буклет, листовка, флаер, рекламный модуль, макет наружной рекламы, баннер, флеш-баннер, макет для нанесения на сувенирную продукцию и т.п.</p> <p>4. Организация и проведение мероприятия (на выбор): PR-проект, рекламная кампания (в том числе в Интернет), event-проект, презентация, выставка, промо-акция и др.</p> <p>Выполнение иного задания: по согласованию с руководителем от базы практики конкретизируется выполнение типовых заданий в привязке к специфике коммуникационной деятельности организации.</p>	
Итоговый этап	<ul style="list-style-type: none"> • Самостоятельный анализ итогов работы в ходе производственной профессионально-творческой практики, написание и оформление отчетных материалов. • Оформление отчета по практике и его представление руководителю. • Защита итогового отчета по практике. 	<p>Итоговый отчет по практике а) аналитические материалы и творческие материалы; б) резюме-самоаттестация; в) отзыв руководителя практики от организации; г) совместный рабочий план проведения практики. Оценка: зачет с оценкой (2, 3 семестр)</p>

6. Формы отчетности по практике

По окончании производственной профессионально-творческой практики студент-практикант составляет письменный отчет (Приложение 1) и в семидневный срок сдает его вузовскому руководителю практики одновременно с отзывом, подписанным непосредственным руководителем практики от организации.

Перечень основных разделов отчета и необходимых документов, предоставляемых для итоговой аттестации:

1. Аналитические и творческие материалы.
2. Резюме-самоаттестация.
3. Отзыв руководителя практики от организации.
4. Совместный рабочий план проведения практики.

Аналитические материалы являются развернутой содержательной характеристикой

полученных сведений, рефлексией магистранта по поводу полученной информации, иными словами, имеют концептуальный характер, отражают точку зрения наблюдателя, исследователя. В этой части отчета необходимы формулировка и анализ специфических для данной организации проблемных ситуаций, методов их диагностики и возможных сценариев развития; характеристика проблемной целевой аудитории. Здесь же прилагаются составленные лично магистрантом разработки творческого характера, планы предлагаемых мероприятий, заявленные во время практики идеи и проекты с указанием ожидаемых результатов и эффектов.

Резюме-самоаттестация представляет собой результат рефлексии практиканта по поводу собственной деятельности во время практики.

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

По итогам производственной профессионально-творческой практики во втором и в третьем, четвертом семестрах студенту выставляется зачет с оценкой на основании выполненного и защищенного отчета. Фонд оценочных средств представлен в Приложении 2.

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

Учебно-методическим обеспечением самостоятельной работы студентов на производственной профессионально-творческой практике являются:

- нормативные документы, регламентирующие деятельность предприятия (организации), на котором проходит производственную профессионально-творческую практику студент;
- методические разработки для студентов, определяющие порядок прохождения и содержание производственной профессионально-творческой практики;
- формы внутренней отчетности, разрабатываемые на предприятии (организации) и инструкции по их заполнению.

а) основная литература:

1. Федотова Л. Н. Реклама: теория и практика: Учебник/ Федотова Л. Н.- Москва : Издательство Юрайт, 2019.- 391.- (Бакалавр. Академический курс) Режим доступа: <https://www.urait.ru>
2. Малькевич А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учебное пособие для академического бакалавриата /

- А. А. Малькевич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 109 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-09415-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/441313>
3. Скибицкая, И. Ю. Деловое общение : учебник и практикум для академического бакалавриата / И. Ю. Скибицкая, Э. Г. Скибицкий. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 247 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-06495-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/441920>
4. Жильцова О. Н. Рекламная деятельность: Учебник и практикум/ Жильцова О. Н., Синяева И. М., Жильцов Д. А.- Москва : Издательство Юрайт, 2019.- 233.- (Бакалавр и магистр. Академический курс) Режим доступа: <https://www.urait.ru>

б) дополнительная литература:

1. Карасев А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 315 с. — (Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-534-05189-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/433126>
2. Синяева И. М. Реклама и связи с общественностью: Учебник для бакалавров/ Синяева И. М., Жильцова О. Н., Жильцов Д. А.- Москва : Издательство Юрайт, 2019.- 552.- (Бакалавр. Академический курс) Режим доступа: <https://www.urait.ru>
3. Селезнева Л. В. Подготовка рекламного и рг-текста: Учебное пособие/ Селезнева Л. В.- Москва : Издательство Юрайт, 2018.- 159.- (Университеты России) Режим доступа: <https://www.urait.ru>

в) Интернет-ресурсы:

1. <http://mon.gov.ru/> - Министерство образования и науки РФ
2. www.edu.ru - портал «Российское образование».
3. www.school.edu.ru - «Российский общеобразовательный портал».
4. www.humanities.edu.ru – портал «Социально-гуманитарное и политологическое образование».
5. <http://school-collection.edu.ru> – единая коллекция цифровых образовательных ресурсов.
6. <http://fcior.edu.ru> – федеральный центр информационно-образовательных ресурсов.
7. www.consultant.ru Справочная правовая система «Консультант Плюс»
8. www.garant.ru Справочная правовая система «Гарант»
9. www.pr-club.com
10. www.marketing.spb.ru (Энциклопедия маркетинга)

11. <http://marketing.rbc.ru> (портал РБК)

9. Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Прохождение производственной профессионально-творческой практики предполагает использование технологий:

- электронно-библиотечных систем для самостоятельного изучения научной и учебно-методической литературы;
- справочно-правовых систем Консультант + и Гарант для формирования правового обеспечения производственной деятельности;
- информационных систем для сбора, хранения и обработки статистической и ведомственной информации.

10. Материально-техническая база, необходимая для проведения практики

Материально-техническая база, необходимая для проведения практики, обеспечивается профильными организациями.

№ 307 - лаборатория проектирования интегрированных коммуникаций кафедры медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью - учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации; проведения практик (656049, Алтайский край, г. Барнаул, ул. Димитрова, д. 66).

Учебная мебель на 19 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска меловая 1 шт.; компьютер: марка AquariusIntelCeleron - 1 единица; телевизор: HD Samsung 22"; учебные пособия; плакаты; наглядные пособия; презентационные материалы.

Перечень лицензионного программного обеспечения:

Windows 7 Professional, № 47774402 от 02.12.2010 (бессрочная);

Office 2010 Professional, № 49464762 от 14.12.2011 (бессрочная);

Open Office, <http://www.openoffice.org/license.html>

3D Canvas, <http://amabilis.com/products/>

Blender, <https://www.blender.org/about/license/>

Visual Studio, <https://code.visualstudio.com/license>

Python с расширениями PIL, Py OpenGL, <https://docs.python.org/3/license.html>

FAR, <http://www.farmanager.com/license.php?l=ru>

XnView, <http://xnviewload.ru/>
7-Zip, <http://www.7-zip.org/license.txt>
AcrobatReader,
http://www.wimages.adobe.com/content/dam/Adobe/en/legal/servicetou/Acrobat_com_Additional_TOU-en_US-20140618_1200.pdf
GIMP, <https://docs.gimp.org/2.8/ru/>
Inkscape, <https://inkscape.org/en/about/license/>
Chrome; <http://www.chromium.org/chromium-os/licenses>
Eclipse (PHP,C++, Phortran), <http://www.eclipse.org/legal/eplfaq.php>
Компас график LT 5.9; http://download.ascon.ru/public/Kompas-3D_LT_V12/License_LT_ru_2012.pdf
DjVu reader, <http://djvureader.org/>
Lazarus, http://wiki.lazarus.freepascal.org/Lazarus_Faq#Licensing
Smart Notebook, <http://www.whiteboardblog.co.uk/2010/12/smart-notebook-licence-and-activation/>
Putty, <https://putty.org.ru/licence.html>
VLC, <http://www.videolan.org/legal.html>
QTEPLOT, <http://www.qtiplot.com/doc/manual-en/index.html>
NETBEANS, <https://netbeans.org/about/legal/index.html>
R STUDIO (open source), <http://www.rstudio.com/>
MingGW, <http://mingw.org/license>
Scilab, <http://www.scilab.org/en/scilab/license>
Audacity, <https://www.audacityteam.org/about/license>
№ 320 – медиатека, читальный зал – помещение для самостоятельной работы (656049, Алтайский край, г. Барнаул, пр-кт Ленина, д. 61).

Учебная мебель на 15 посадочных мест; персональные компьютеры с выходом в информационно-телекоммуникационную сеть Интернет и электронную информационно-образовательную среду;

Перечень лицензионного программного обеспечения:

Windows 7 Professional, № 60357319 от 05.05.2012 (бессрочная);
Office 2010 Professional, № 49464762 от 14.12.2011 (бессрочная);
Open Office, <http://www.openoffice.org/license.html>
3D Canvas, <http://amabilis.com/products/>
Blender, <https://www.blender.org/about/license/>
Visual Studio, <https://code.visualstudio.com/license>

Python с расширениями PIL, Py OpenGL, <https://docs.python.org/3/license.html>
FAR, <http://www.farmanager.com/license.php?l=ru>
XnView, <http://xnviewload.ru/>
7-Zip, <http://www.7-zip.org/license.txt>
AcrobatReader,
http://www.images.adobe.com/content/dam/Adobe/en/legal/servicetou/Acrobat_com_Additional_TOU-en_US-20140618_1200.pdf
GIMP, <https://docs.gimp.org/2.8/ru/>
Inkscape, <https://inkscape.org/en/about/license/>
Chrome; <http://www.chromium.org/chromium-os/licenses>
Eclipse (PHP,C++, Phortran), <http://www.eclipse.org/legal/eplfaq.php>
Компас график LT 5.9; http://download.ascon.ru/public/Kompas-3D_LT_V12/License_LT_ru_2012.pdf
DjVu reader, <http://djvureader.org/>
Lazarus, http://wiki.lazarus.freepascal.org/Lazarus_Faq#Licensing
Smart Notebook, <http://www.whiteboardblog.co.uk/2010/12/smart-notebook-licence-and-activation/>
Putty, <https://putty.org.ru/licence.html>
VLC, <http://www.videolan.org/legal.html>
QTEPLOT, <http://www.qtiplot.com/doc/manual-en/index.html>
NETBEANS, <https://netbeans.org/about/legal/index.html>
R STUDIO (open source), <http://www.rstudio.com/>
MingGW, <http://mingw.org/license>
Scilab, <http://www.scilab.org/en/scilab/license>
Audacity, <https://www.audacityteam.org/about/license>

11. Организация практики для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) и инвалидов

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья форма проведения практики устанавливается с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья. Выбор мест прохождения практики для обучающихся с ОВЗ осуществляется с учетом состояния здоровья и требований по доступности для данной категории обучающихся.

При определении мест производственной профессионально-творческой практики для инвалидов и лиц с ОВЗ учитываются рекомендации медико-социальной экспертизы, отраженные в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда. Студентам из числа лиц указанных категорий, обучающимся по индивидуальному учебному плану, может быть установлен индивидуальный график прохождения практики. Индивидуальная программа практики студента с ОВЗ и инвалида разрабатывается кафедрой медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью, обеспечивающей соответствующий вид практики. Руководитель практики студенту-инвалиду, студенту с ограниченными возможностями здоровья назначается из числа преподавателей, прошедших дополнительную подготовку по осуществлению инклюзивного образовательного процесса. Применяется индивидуальный подход к прохождению практики, индивидуальные задания: рефераты, письменные работы и, наоборот, только устные ответы и диалоги, индивидуальные консультации. По письменному заявлению обучающегося с инвалидностью и ОВЗ может быть предоставлены следующие условия для прохождения практики: 1) увеличена продолжительность практики по отношению к установленной продолжительности; 2) проведение практики для инвалидов в одной аудитории совместно с обучающимися, не имеющим ОВЗ, если это не создает трудностей для обучающихся при прохождении практики, либо разрешение выполнения программы практики в домашних условиях; 3) присутствие по месту прохождения практики ассистента (ассистентов), оказывающего обучающемуся (обучающимся) инвалидам необходимую техническую помощь с учетом их индивидуальных особенностей (занять рабочее место, передвигаться, прочесть, и оформить задание, общаться с руководителями от базы практики); 4) пользование необходимыми обучающимся инвалидам техническими средствами при прохождении практики с учетом их индивидуальных особенностей. Форма проведения аттестации по итогам практики студента-инвалида, лица с ограниченными возможностями здоровья устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей. При необходимости студенту-инвалиду, лицу с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки отчета по практике. Проведение защиты отчета по практике студентом-инвалидом, студентом с ограниченными возможностями здоровья допускается дистанционно, с использованием on-line или off-line технологий.

12. Методические рекомендации по организации и прохождению практики

В процессе прохождения практики студент развивает универсальные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции, необходимые ему для дальнейшего ведения профессиональной деятельности.

Задачи производственной профессионально-творческой практики студентов:

- участие в планировании и организации рекламных кампаний и кампаний по связям с общественностью, проведении мероприятий по повышению имиджа организации, контроле и оценке эффективности связей с общественностью;
- участие в контроле, оценке эффективности и корректировке стратегий, планов, кампаний и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью;
- участие в организации эффективных внутренних коммуникаций, создании благоприятного психологического климата в коллективе, мотивации сотрудников на активную деятельность и развитие организации.
- участие в формировании стратегий, определении целей, разработке программ и проведении коммуникационных кампаний и отдельных мероприятий, контроле и оценке их эффективности;
- участие в организации внутреннего и внешнего коммуникационного аудита организации, разработке стратегии и тактических планов, бюджетов в области рекламы и связей с общественностью;

Руководство практикой возлагается на преподавателя выпускающей кафедры. Выпускающая кафедра осуществляет общее организационно-методическое руководство практикой: определяет руководителя практики, готовит приказ на проведение практики, составляет формы отчетной документации по итогам прохождения практики. На протяжении всего периода прохождения практики кафедра осуществляет методическое сопровождение практики в организации. Предприятие (организация), являющееся местом проведения практики: принимает участие в разработке индивидуальных заданий для практиканта; назначает ответственного за практику из числа руководящих работников или высококвалифицированных специалистов; предоставляет студентам рабочие места в соответствии с договором о практике и рабочей программой практики; знакомит студентов с организацией работ на конкретном рабочем месте.

Студенты, отправляясь на практику, должны посетить ознакомительное собрание по практике и познакомиться с целями и задачами практики. Со стороны руководителя практики студенты должны получить разъяснения по организации и проведению

практики. При прохождении практики студент обязан пройти вводный и повторный инструктаж. В обязанности студента входит подготовка отчетной документации по итогам прохождения практики. Порядок прохождения практики студентов определяется рабочей программой практики. В целом, практика студентов представляет собой последовательность этапов: прохождение вводного инструктажа, выполнение заданий на практику, подготовка и сдача отчетных материалов. Инструктаж –это важнейшее мероприятие, от качества его проведения во многом зависит качество практики в целом, отношение студентов к практике. В рамках инструктажа студент знакомится с целями и задачами практики, знакомится со сроками практики, а также знакомится с руководителем практики. Во время инструктажа студент получает формы отчетной документации и рекомендации по её заполнению. В инструктаж входит знакомство с правилами техники безопасности и с распорядком и деятельностью подразделения, в котором студент проходит практику. Индивидуальное задание на практику студент выполняет непосредственно под руководством руководителя практики. Студенту следует регулярно в течение всей практики описывать все выполняемые работы и их результаты, а также фиксировать личные наблюдения. По завершении прохождения практики студент готовит отчет о практике.

Министерство науки и высшего образования РФ
ФГБОУ ВО «Алтайский государственный университет»
институт массовых коммуникаций, филологии и политологии
кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

ОТЧЕТ

о прохождении производственной профессионально-творческой практики

Выполнил(а): студент(ка)

группы _____

ФИО (полностью)

(подпись)

Проверил: степень, звание

ФИО (полностью) _____

(оценка)

(подпись)

Барнаул 20 ____

СОГЛАСОВАНО
Директор института массовых
коммуникаций, филологии и
политологии

_____ /

подпись

« _____ » _____ 20__ год

место печати

СОГЛАСОВАНО
Руководитель предприятия (организации)

_____ /
наименование предприятия (организации)

_____ /
подпись /ФИО

« _____ » _____ 20__ год

место печати

Совместный рабочий план проведения практики

ФИО студента _____

ФИО руководителя практики от образовательной организации _____

ФИО руководителя от предприятия (организации) _____

Сроки практики _____

Рабочий план (график) прохождения практики

№	Мероприятия	Сроки
1	Знакомство со структурой предприятия (организации) и Правилами внутреннего распорядка. Проведение инструктажа на рабочем месте по соблюдению техники безопасности.	
2	Прохождение практики в соответствии с заданием.	
3	Подготовка характеристики (отзыва) о прохождении практики.	

Утверждено:

Руководитель практики
от образовательной организации

_____ /
ФИО

Руководитель практики от
(предприятия) организации

_____ /
ФИО

Образец индивидуального задания на производственную профессионально-творческую практику

<p>«Согласовано» Руководитель производственной профессионально-творческой практики от профильной организации:</p>	<p>«Утверждаю» Заведующий кафедрой МТРИСО</p>
<p>_____</p> <p>(должность, ФИО) «__» _____ 20__ г.</p>	<p>_____</p> <p>«__» 20__ г.</p>

ФГБОУ ВО «Алтайский государственный университет»

Институт массовых коммуникаций, филологии и политологии

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с
общественностью

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ

для прохождения производственной профессионально-творческой практики в

(наименование организации)

Ивановым Иваном Ивановичем,

обучающегося по программе высшего образования направления подготовки

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

профиль программы «Менеджмент стратегических коммуникаций в
рекламе и связях с общественностью»

Период прохождения практики: с «__» _____ 20__ г. по «» _____
_____ 20__ г.

№ п/п	Наименование работы	Отметка о выполнении
		Руководитель практики от организации
1	Анализ общих сведений об организации – базе практики.	
2	Анализ структуры подразделения, управляющего коммуникациями, и особенностей управления им.	
3	Аудит коммуникационной политики	

	организации.	
4	Анализ плана формирования коммуникационной политики организации.	
5	Анализ эффективности PR- или рекламной деятельности организации или одного из PR-мероприятий, рекламной кампании, промоакции и т.п.	
6	Анализ фирменного стиля организации.	
7	Аудит коммуникационной политики основных конкурентов.	

Руководитель практики от ФГБОУ ВО «АлтГУ», кафедра МТРСО

(подпись)

(ФИО)

Задание на практику получил:

обучающийся

(подпись)

(ФИО)

ПРИЛОЖЕНИЕ

Образец отзыва руководителя производственной профессионально-творческой практики от организации

«Согласовано» Руководитель производственной профессионально-творческой практики от профильной организации:	«Утверждаю» Заведующий кафедрой МТРиСО
(должность, ФИО) «__»_____20__г.	_____ «__»20__г.

ОТЗЫВ

руководителя производственной профессионально-творческой практики

от _____

(наименование организации)

о результатах прохождения производственной профессионально-творческой практики

Ивановым Иваном Ивановичем

обучающегося по программе высшего образования

по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью
профиль «Менеджмент стратегических коммуникаций в рекламе и связях

с общественностью»

Период прохождения практики: с «__»_____20__г. по «»

_____20__г.

Выдан студенту курса [фамилия имя отчество] в том, что он (она) прошел производственную профессионально-творческой практики на базе организации [полное наименование организации] в качестве [указать кого, например, специалиста по связям с общественностью, специалиста по рекламе, помощника PR-менеджера, ассистента менеджера по связям с общественностью и т.д.].

В ходе прохождения данной практики студент применил основные теоретические и практические знания, полученные в рамках дисциплин ООП и апробировал их состоятельность в ходе самостоятельной деятельности в организации.

Студент [фамилия имя отчество] в ходе практики продемонстрировал самостоятельность, инициативность, готовность к работе в коллективе и выполнению профессиональных обязанностей в рамках общепрофессиональных компетенций, полученных в ходе учебы в университете и прохождения практики.

Результаты производственной профессионально-творческой практики [фамилия имя отчество] применяются в деятельности организации [полное наименование организации].

В отзыве можно указать и иные сведения на усмотрение руководителя практики от организации.

Руководитель практики от организации _____

(ФИО)

(должность, уч. степень, уч. звание)

«_» _____ 20__ г.

М.П.

ПРИЛОЖЕНИЕ

ПРИЛОЖЕНИЕ

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Алтайский государственный университет»
институт массовых коммуникаций, филологии и политологии
кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью



ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по производственной профессионально-творческой практике


42.04.01 Реклама и связи с общественностью

(код и наименование направления)

«Менеджмент стратегических коммуникаций в связях с общественностью и
рекламе»
(профиль)

Разработчики:
д.социол.н., профессор  А.В.
Ковалева
к.филол.н., доцент  Е.В.
Валюлина

Согласовано:
Представитель организации-
работодателя:

Директор Интернет-агентства
Веб+  /И.А. Василенко

Барнаул 2020

Визирование ФОС для исполнения в текущем учебном году

ФОС обсуждены для исполнения в 2020 - 2021 учебном году на заседании кафедры
медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью
протокол № 8 от «06» 06 ___ 2020г.

Директор института / филиала _____ (ФИО)

Визирование ФОС для исполнения в текущем учебном году

ФОС обсуждены для исполнения в 20__ - 20__ учебном году на заседании кафедры

протокол № ___ от «__» _____ 20__ г.

Директор института / филиала _____ (ФИО)

Визирование ФОС для исполнения в текущем учебном году

ФОС обсуждены для исполнения в 20__ - 20__ учебном году на заседании кафедры

протокол № ___ от «__» _____ 20__ г.

Директор института / филиала _____ (ФИО)

Визирование ФОС для исполнения в текущем учебном году

ФОС обсуждены для исполнения в 20__ - 20__ учебном году на заседании кафедры

протокол № ___ от «__» _____ 20__ г.

1. Перечень компетенций, с указанием этапов их формирования в процессе

освоения образовательной программы

Категория (группа) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональных компетенций (ОПК)	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
Продукт профессиональной деятельности	ОПК-1. Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	ОПК-1.1. Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов ОПК-1.2. Управляет процессом подготовки востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем.
Общество и государство	ОПК-2. Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.	ОПК-2.1. Выявляет причинно- следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов. ОПК-2.2. Анализирует основные тенденции развития общественных и государственных институтов и использует результаты анализа при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
Культура	ОПК-3: Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1. Знает этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса. ОПК-3.2. Анализирует и использует достижения отечественной и мировой культуры при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов.
Аудитория	ОПК-4: Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	ОПК-4.1. Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп. ОПК-4.2. Организует процесс изучения аудиторий и использует его результаты, выявленные данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке /реализации иных коммуникационных продуктов.
Медиакоммуникационная система	ОПК-5. Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития	ОПК-5.1. Выявляет особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях. ОПК-5.2. При принятии профессиональных решений по

	<p>медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.</p>	<p>подготовке текстоврекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов использует выявленные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира. Разрабатывает коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования.</p>
Технологии	<p>ОПК-6. Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.</p>	<p>ОПК-6.1. Отслеживает глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности. ОПК-6.2. Отбирает и внедряет в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение.</p>
Эффекты	<p>ОПК-7. Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности.</p>	<p>ОПК-7.1. Знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности. ОПК-7.2. Осуществляет профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений. Применяет при разработке и реализации коммуникационного продукта принципы социальной ответственности.</p>

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Сопоставление шкал оценивания

4-балльная шкала (уровень освоения)	Отлично (повышенный уровень)	Хорошо (базовый уровень)	Удовлетворительно (пороговый уровень)	Неудовлетворительно (уровень не сформирован)
-------------------------------------	------------------------------	--------------------------	---------------------------------------	--

Оценивание индивидуальных заданий

4-балльная шкала (уровень освоения)	Показатели	Критерии
Отлично (повышенный уровень)	1. Выполнение	Индивидуальное задание выполнено в полном объеме, студент проявил высокий

	индивидуального задания соответствие	уровень самостоятельности и творческий подход к его выполнению.
Хорошо (базовый уровень)	с программой; 2.Проявление самостоятельности при выполнении индивидуального задания;	Индивидуальное задание выполнено в полном объеме, имеются отдельные недостатки в оформлении представленного материала.
Удовлетворительно (пороговый уровень)	3.Грамотное оформление индивидуального задания; 4.Использование теоретических знаний при выполнении задания.	Задание в целом выполнено, однако имеются недостатки при выполнении в ходе практики отдельных разделов (частей) задания, имеются замечания по оформлению собранного материала.
Не удовлетворительно (уровень не сформирован)		Задание выполнено лишь частично, имеются много численные замечания по оформлению собранного материала.

Оценивание защиты отчета

4-балльная шкала (уровень освоения)	Показатели	Критерии
Отлично (повышенный уровень)	1. Соответствие содержания отчета требованиям программы практики; 2. Структурированность и полнота собранного материала; 3. Полнота устного выступления, правильность ответов на вопросы при защите;	При защите отчета студент продемонстрировал глубокие и системные знания, полученные при прохождении практики, свободно оперировал данными исследования и внес обоснованные предложения. Студент правильно и грамотно ответил на поставленные вопросы. Студент получил положительный отзыв от руководителя.
Хорошо (базовый уровень)	4. Грамотность оформления отчета	При защите отчета студент показал глубокие знания, полученные при прохождении практики, свободно оперировал данными исследования. В отчете были допущены ошибки, которые носят несущественный характер. Студент ответил на поставленные вопросы, но допустил некоторые ошибки, которые при наводящих вопросах были исправлены. Студент получил положительный отзыв от руководителя.
Удовлетворительно (пороговый уровень)		Отчет имеет поверхностный анализ собранного материала, нечеткую последовательность его изложения материала. Студент при защите отчета по практике не дал полных и аргументированных ответов на заданные вопросы. В отзыве руководителя имеются существенные замечания.
Неудовлетворительно		Отчет не имеет детализированного

(уровень не сформирован)		анализа собранного материала и не отвечает установленным требованиям. Студент затрудняется ответить на поставленные вопросы или допускает в ответах принципиальные ошибки. В отзыве руководителя имеются существенные критические замечания.
--------------------------	--	--

3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки планируемых результатов обучения по практике, характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Перечень индивидуальных заданий	
семестр 2-ой	<ol style="list-style-type: none"> 1. Анализ общих сведений об организации – базе практики (организационно-управленческая структура организации (учреждения); нормативно-правовое обеспечение деятельности организации (Устав, лицензии, законодательные акты, регулирующие деятельности организации (учреждения)). Результат: аналитическая записка, в которой характеризуются общие положения функционирования организации. 2. Анализ структуры подразделения, управляющего коммуникациями и особенностей управления им. Результат: аналитическая записка, в которой необходимо отметить сильные и слабые стороны организации работы подразделения или (и) разработать рекомендации по улучшению деятельности. 3. Аудит коммуникационной политики организации. Результат: Аналитическая записка с детализацией коммуникационной, информационной или рекламной политики организации. 4. Анализ плана формирования коммуникационной политики организации. Результат: с согласия руководителя практики от организации представить образец плана формирования коммуникационной, информационной или рекламной политики организации на определенный период времени. При его отсутствии - разработать собственный. 5. Анализ эффективности PR- или рекламной деятельности организации или одного из PR-мероприятий, рекламной кампании, промоакции и т.п. Результат: аналитическая записка с описанием методики расчета эффективности для конкретной организации, представлением результатов анализа и рекомендаций по усилению эффективности PR- или рекламной деятельности. 6. Анализ фирменного стиля организации. Результат: аналитическая записка с описанием методики и результатов анализа. 7. Аудит коммуникационной политики основных конкурентов. Можно использовать следующие методы: контент-анализ, конкурентный анализ, ситуационный анализ, аудит бренда, аудит фирменного стиля и т.п. Результат: аналитическая записка с описанием методики и результатов анализа, а также перечнем рекомендаций по повышению конкурентоспособности своей организации через улучшение коммуникационной политики.
семестр 3-ий, 4-й	<ol style="list-style-type: none"> 1. Подготовка 1-2 текстов, выполненных в разных жанрах PR (на выбор): кейс-история, пресс-релиз, аналитическая публикация в корпоративный журнал или газету, для корпоративного сайта. Результат: тексты должны быть опубликованы и

представлены в оригинале; авторство текстов заверяется руководителем практики от организации. **ИЛИ** подготовить 1-2 текста, выполненных в стилистике спичрайтинга (на выбор): приветствие, доклад, поздравление на мероприятии, выступление по радио или на телевидении, выступление на митинге и т.п. Результат: текст, авторство которого заверяется руководителем практики от организации.

2. Разработка плана рекламной кампании, включая рекламную идею, концепцию, разработанные рекламные продукты, медиа-план, критерии оценки эффективности. Результат: техническое задание на разработку рекламной идеи и концепции. Описание рекламной концепции.
3. Подготовка 1-2 текстов в рамках предложенной рекламной концепции (на выбор): текст для рекламного модуля, текст для стимулирующей рекламы, текст для информационной рекламы. Результат: тексты должны быть представлены в оригинале; авторство текстов должно быть заверено руководителем практики от организации. **ИЛИ:** создание 1-2 рекламных продуктов в рамках предложенной рекламной концепции (на выбор): фирменный стиль, буклет, листовка, флаер, рекламный модуль, макет наружной рекламы, баннер, флеш-баннер, макет для нанесения на сувенирную продукцию и т.п. Результат: макеты рекламного продукта, бренд-бук; авторство заверяется руководителем практики от организации.
4. Организация и проведение мероприятия (на выбор): PR-проект, ИМК-кампания, рекламная кампания (в том числе в Интернет), event-проект, презентация, выставка, промо-акция и др. Результат: описание мероприятия: план или сценарий; смета; список приглашенных журналистов (или других участников); медиа-кит; отчет о проведении мероприятия, в котором определен вклад практиканта в организацию и проведение мероприятия, рекомендации по дальнейшему проведению подобных мероприятий.

ВОПРОСЫ ПРИ ЗАЩИТЕ ОТЧЕТА

Перечень вопросов

1. Нормативные документы, регулирующие рекламную и PR-деятельность.
2. Коммуникативная политика организации и ее составные элементы.
3. Интегрированные коммуникации: понятие, виды.
4. Сущность бренда и технологии его разработки.
5. Рекламная кампания: понятие, цели проведения и классификация рекламных кампаний. Основные принципы и этапы планирования рекламной кампании.
6. PR- кампания: понятие, цели проведения и классификация PR- кампаний. Основные принципы и этапы планирования PR- кампании.
7. Фирменный стиль: понятие, виды, методы формирования.
8. Эффективность рекламы и PR: понятие, показатели, методы оценки.
9. Методы определения эффективности рекламных и PR-кампаний.
10. Методы анализа конкурентов.

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Аттестация по итогам практики проводится на основании оформленного в соответствии с установленными требованиями письменного отчета магистранта и отзыва

руководителя практики от организации. По итогам аттестации выставляется зачет с оценкой.

Порядок оценивания результатов обучения по практике

<i>Оценка руководителя практики от организации</i>	<i>Защита отчета</i>	<i>Итоговая сумма баллов</i>
Выставляется руководителем практики от организации на основании выполнения практикантом поставленных задач.	Оценивается уровень подготовки отчета, аккуратность его заполнения, а также грамотность при защите результатов выполненной практики.	Итоговая оценка складывается из оценок выставленных руководителем практики от организации, а также на основании выполненного и защищенного отчета по итогам практики.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Алтайский государственный университет»
институт массовых коммуникаций, филологии и политологии
кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Утверждено:
решением ученого совета Университета
протокол № 6
от «30» июня 2020 г.

ПРОГРАММА
производственной практики

(тип практики)

преддипломная практика

(тип практики)

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

(код и наименование направления)

**«Менеджмент стратегических коммуникаций
в рекламе и связях с общественностью»**

(профиль)

Форма обучения: очная

Барнаул 2020

1

Составители:

А.В. Ковалева, д.соцпол.н., профессор

Е.В. Валюкина, к.филол.н., доцент

Визирование программы для исполнения в текущем учебном году

Программа практики обсуждена для исполнения в 2020- 2021 учебном году на заседании кафедры_медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью протокол № 8 от « 6 » июня 2020 г.

Директор института / филиала _____  С.А. Мансков

Программа практики обсуждена для исполнения в 20__ - 20__ учебном году на заседании кафедры_медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью протокол № __ от « __ » _____ 20__ г.

Директор института / филиала _____ /

Программа практики обсуждена для исполнения в 20__ - 20__ учебном году на заседании кафедры_медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью протокол № __ от « __ » _____ 20__ г.

Директор института / филиала _____ /

Программа практики обсуждена для исполнения в 20__ - 20__ учебном году на заседании кафедры_медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью протокол № __ от « __ » _____ 20__ г.

Директор института / филиала _____ /

1. Вид практики, способы и формы ее проведения

Вид практики: производственная

Тип практики: преддипломная

Способы проведения(при наличии): стационарный, выездной (практика проводится как в структурных подразделениях АлтГУ или в профильных организациях, расположенных на территории города Барнаула, так и за пределами города Барнаула.

Форма проведения практики – дискретная по видам практик, путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения каждого вида (совокупности видов) практики.

2. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесённых с планируемыми результатами освоения ОПОП

2.1. Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения в области и (или) сфере профессиональной деятельности выпускников

2.1.1. Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения в выбранных типах задач профессиональной деятельности выпускников

Типы задач профессиональной деятельности (указывается выбранная область)	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции
Авторский: Создание рекламного, PR или иного коммуникационного продукта в целях продвижения средствами стратегических коммуникаций.	ПК-1. Способен создавать рекламные, PR или иные коммуникационные продукты в целях продвижения средствами стратегических коммуникаций.	ПК-1.1 Знает: маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента; содержание методов и приемов разработки рекламного, PR или иного коммуникационного продукта; ПК1.2. Умеет: осуществлять выбор эффективных методов и приемов разработки рекламного, PR или иного коммуникационного продукта и применять их в целях продвижения средствами стратегических коммуникаций; ПК-1.3 Владеет: навыками применения эффективных методов и приемов разработки рекламного, PR или иного коммуникационного продукта (в том числе современных информационно-компьютерных и интернет-технологий, специализированных программных продуктов).
Организационно-управленческий: организация и управление маркетинговыми исследованиями с целью продвижения продукции СМИ посредством стратегических	ПК-2: способен осуществлять маркетинговые исследования в области СМИ.	ПК.2.1 Знает: маркетинговые технологии; основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации; ПК-2.2 Умеет: находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа; выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные

коммуникаций.		<p>характеристики целевой аудитории потребителей; составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования.</p> <p>ПК 2.3 Владеет навыками: поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ; анализа имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ; определения целевой аудитории потребителей продукции СМИ; контроля выполнения договора, приемки результатов маркетингового исследования. социологического опроса, иных работ и услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ.</p>
	<p>ПК-3: Способен разрабатывать и представлять маркетинговые стратегии для продвижения продукции в целях продвижения средствами стратегических коммуникаций.</p>	<p>ПК-3.1 Знает: маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента; технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов; организацию системы сбыта и товародвижения, планирования оптовых и розничных продаж;</p> <p>ПК -3.2 Умеет: разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга; интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций; осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение.</p> <p>ПК-3.3 Владеет: навыками разработки концепции продвижения продукции СМИ, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий; выбора маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации.</p>

3. Место практики в структуре образовательной программы

Производственная, преддипломная практика относится к Блоку Б2.О.01.03(Пд) «Практики», Обязательная часть.

Для прохождения практики студенты должны владеть базовыми знаниями по дисциплинам: Методология системного анализа, Основы массовых коммуникаций, Цифровые практики в коммуникационной сфере, Теория современной коммуникативистики, Управление проектами в профессиональной деятельности, Стратегический менеджмент в коммуникационной сфере, Планирование и реализация коммуникационных кампаний, Кросс-культурные коммуникации, Медиакоммуникационные системы, Технологии производства рекламных и PR-продуктов, Аудиовизуальные продукты, Продукты веб –коммуникаций, Современный медиатекст, Правовое регулирование рекламы и PR, Стратегический маркетинг, Бренд-

менеджмент, Социологические и маркетинговые исследования, Социогуманитарная экспертиза рекламных и PR- продуктов, Антикризисные коммуникационные стратегии.

Преддипломная практика проходит в структурных подразделениях АлтГУ и на предприятиях, сотрудничающих с кафедрой медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью АлтГУ. Она предназначена для сбора материала по выпускной квалификационной работе магистранта. Студент направляется на предприятие в соответствии с выбранной темой ВКР. Студенты работают с руководителем практики от организации, включаясь в текущую деятельность предприятия, реализуя конкретные проекты и собирая эмпирический материал для ВКР. Студенты регулярно консультируются с руководителем практики от кафедры и руководителем выпускной квалификационной работы.

4. Объем практики

Общая трудоемкость производственной преддипломной практики составляет 9 зачетных единиц, 324 часов.

Данный объем практики составляет 6 недель, которые отражены в графике учебного процесса.

5. Содержание практики

Содержание производственной преддипломной практики определяется требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью и предусматривает: сбор, систематизацию и обобщение эмпирических данных, направленных на решение коммуникативных проблем конкретной организации; разработку целостного коммуникационного проекта, коммуникационных продуктов и т.п..

Индивидуальное задание для прохождения практики формируется руководителем практики от кафедры и основывается на теоретических знаниях, полученных при освоении учебных дисциплин. Собранные в ходе прохождения преддипломной практики материалы организационного, аналитического, обзорного, статистического характера анализируются, структурируются и используются для написания отчета по практике. Отчет является базой для ВКР магистранта или отдельных ее разделов, в которых описывается методология исследования, ход исследования, предполагаемые результаты, а также представляются результаты исследования и формулируются предложения по решению проблемы, выбранной для исследования.

Разделы (этапы) практики	Виды работы на практике, включая самостоятельную работу студентов	Формы текущего контроля
Подготовительный этап	1. Установочная конференция о задачах преддипломной практики: общий инструктаж, инструктаж по использованию форм рабочих и отчетных документов, инструктаж по технике безопасности. 2. Организационная работа по распределению магистрантов по базам практики. 3. Выдача магистрантам форм рабочих и отчетных документов по практике. 4. Встреча магистрантов с руководителями практики от организации.	Отметки в ведомостях о прохождении магистрантами инструктажа, о получении форм рабочих и отчетных документов для преддипломной практики.
Производственный этап	1. Согласование с руководителями практики от кафедры и организации индивидуального задания на период прохождения практики; 2. Разработка плана реализации индивидуального задания; 3. Выполнение индивидуального задания;	Консультации у руководителя практики, анализ и обсуждение подготовленных материалов. Обсуждение индивидуальных заданий с руководителем практики магистранта от организации.
Итоговый этап	1. Самостоятельный анализ итогов работы в ходе преддипломной практики, написание и оформление отчетных материалов. 2. Оформление отчета по практике и его представление руководителю. 3. Защита итогового отчета по практике.	Итоговый отчет по практике: а) аналитические материалы; б) резюме-самоаттестация; в) отзыв руководителя практики от организации; г) совместный рабочий план проведения практики. Оценка: зачет

6. Формы отчетности по практике

По окончании практики студент-практикант составляет письменный отчет (Приложение 1) и сдает его вузовскому руководителю практики одновременно с отзывом, подписанным непосредственным руководителем практики от организации в семидневный срок.

Перечень основных разделов отчета и необходимых документов, предоставляемых для итоговой аттестации:

1. Аналитические материалы, включающие результаты проведенного эмпирического исследования, практические разработки автора.
2. Резюме-самоаттестация.
3. Отзыв руководителя практики от организации.

4. Совместный рабочий план проведения практики.

Аналитические материалы являются развернутой содержательной характеристикой полученных сведений, рефлексией магистранта по поводу полученной информации, иными словами, имеют концептуальный характер, отражают точку зрения наблюдателя, исследователя. В этой части отчета необходимы:

- разработанная программа эмпирического исследования (актуальность темы, исследовательская проблема, объект и предмет исследования, цели, задачи, методы сбора и анализа данных, определение выборочной совокупности, практическая значимость результатов исследования);
- инструментарий исследования (бланк наблюдения, анкета для массового опроса, сценарий фокус-группового интервью, форма SWOT-анализа и пр.)
- описание результатов проведенного исследования;
- выводы и рекомендации по решению коммуникативных и иных задач организации;
- разработки творческого характера, планы предлагаемых мероприятий, заявленные во время практики идеи и проекты с указанием ожидаемых результатов и эффектов.

Резюме-самоаттестация представляет собой результат рефлексии практиканта по поводу собственной деятельности во время практики.

К промежуточной аттестации магистрант в семидневный срок обязан предоставить на профилирующую кафедру отчет о пройденной практике. По итогам практики на кафедре медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью проводится аттестационная конференция, где магистранты и преподаватели совместно обсуждают все организационные и содержательные проблемы пройденной практики, высказывают критические замечания, выступают с предложениями по оптимизации учебно-производственного процесса, знакомятся с лучшими отчетами.

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

По итогам практики студенту выставляется зачет на основании выполненного и защищенного отчета. Фонд оценочных средств представлен в Приложении 2.

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

Учебно-методическим обеспечением самостоятельной работы студентов на

производственной преддипломной практике являются:

- нормативные документы, регламентирующие деятельность предприятия (организации), на котором проходит производственную практику студент;
- методические разработки для студентов, определяющие порядок прохождения и содержание производственной практики;
- формы внутренней отчетности, разрабатываемые на предприятии (организации) и инструкции по их заполнению.

а) основная литература:

5. Федотова Л. Н. Реклама: теория и практика: Учебник/ Федотова Л. Н.- Москва : Издательство Юрайт, 2019.- 391.- (Бакалавр. Академический курс) Режим доступа: <https://www.ura.it.ru>
6. Малькевич А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учебное пособие для академического бакалавриата / А. А. Малькевич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 109 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-09415-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://ura.it.ru/bcode/441313>
7. Скибицкая, И. Ю. Деловое общение : учебник и практикум для академического бакалавриата / И. Ю. Скибицкая, Э. Г. Скибицкий. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 247 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-06495-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://ura.it.ru/bcode/441920>
8. Жильцова О. Н. Рекламная деятельность: Учебник и практикум/ Жильцова О. Н., Синяева И. М., Жильцов Д. А.- Москва : Издательство Юрайт, 2019.- 233.- (Бакалавр и магистр. Академический курс) Режим доступа: <https://www.ura.it.ru>

б) дополнительная литература:

1. Карасев А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 315 с. — (Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-534-05189-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://ura.it.ru/bcode/433126>
2. Синяева И. М. Реклама и связи с общественностью: Учебник для бакалавров/ Синяева И. М., Жильцова О. Н., Жильцов Д. А.- Москва : Издательство Юрайт, 2019.- 552.- (Бакалавр. Академический курс) Режим доступа: <https://www.ura.it.ru>
3. Селезнева Л. В. Подготовка рекламного и рг-текста: Учебное пособие/ Селезнева Л. В.- Москва : Издательство Юрайт, 2018.- 159.- (Университеты России) Режим

доступа: <https://www.urait.ru>

в) Интернет-ресурсы:

12. <http://mon.gov.ru/> - Министерство образования и науки РФ
13. www.edu.ru - портал «Российское образование».
14. www.school.edu.ru - «Российский общеобразовательный портал».
15. www.humanities.edu.ru – портал «Социально-гуманитарное и политологическое образование».
16. <http://school-collection.edu.ru> – единая коллекция цифровых образовательных ресурсов.
17. <http://fcior.edu.ru> – федеральный центр информационно-образовательных ресурсов.
18. www.consultant.ru Справочная правовая система «Консультант Плюс»
19. www.garant.ru Справочная правовая система «Гарант»
20. www.pr-club.com
21. www.marketing.spb.ru (Энциклопедия маркетинга)
22. <http://marketing.rbc.ru> (портал РБК)

9. Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Прохождение производственной преддипломной практики предполагает использование технологий:

- электронно-библиотечных систем для самостоятельного изучения научной и учебно-методической литературы;
- справочно-правовых систем Консультант + и Гарант для формирования правового обеспечения производственной деятельности.

10. Материально-техническая база, необходимая для проведения практики

Материально-техническая база, необходимая для проведения практики, обеспечивается профильными организациями.

№ 307 - лаборатория проектирования интегрированных коммуникаций кафедры медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью - учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации; проведения практик (656049, Алтайский край, г. Барнаул, ул. Димитрова, д. 66).

Учебная мебель на 19 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска меловая 1 шт.; компьютер: марка AquariusIntelCeleron - 1 единица; телевизор: HD Samsung 22"; учебные пособия; плакаты; наглядные пособия; презентационные материалы.

Перечень лицензионного программного обеспечения:

Windows 7 Professional, № 47774402 от 02.12.2010 (бессрочная);

Office 2010 Professional, № 49464762 от 14.12.2011 (бессрочная);

Open Office, <http://www.openoffice.org/license.html>

3D Canvas, <http://amabilis.com/products/>

Blender, <https://www.blender.org/about/license/>

Visual Studio, <https://code.visualstudio.com/license>

Python с расширениями PIL, Py OpenGL, <https://docs.python.org/3/license.html>

FAR, <http://www.farmanager.com/license.php?l=ru>

XnView, <http://xnviewload.ru/>

7-Zip, <http://www.7-zip.org/license.txt>

AcrobatReader,

http://www.images.adobe.com/content/dam/Adobe/en/legal/servicetou/Acrobat_com_Additional_TOU-en_US-20140618_1200.pdf

GIMP, <https://docs.gimp.org/2.8/ru/>

Inkscape, <https://inkscape.org/en/about/license/>

Chrome; <http://www.chromium.org/chromium-os/licenses>

Eclipse (PHP, C++, Phortran), <http://www.eclipse.org/legal/eplfaq.php>

Компас график LT 5.9; http://download.ascon.ru/public/Kompas-3D_LT_V12/License_LT_ru_2012.pdf

DjVu reader, <http://djvureader.org/>

Lazarus, http://wiki.lazarus.freepascal.org/Lazarus_Faq#Licensing

Smart Notebook, <http://www.whiteboardblog.co.uk/2010/12/smart-notebook-licence-and-activation/>

Putty, <https://putty.org.ru/licence.html>

VLC, <http://www.videolan.org/legal.html>

QTEPLOT, <http://www.qtiplot.com/doc/manual-en/index.html>

NETBEANS, <https://netbeans.org/about/legal/index.html>

R STUDIO (open source), <http://www.rstudio.com/>

MingGW, <http://mingw.org/license>

Scilab, <http://www.scilab.org/en/scilab/license>

Audacity, <https://www.audacityteam.org/about/license>

№ 320 – медиатека, читальный зал – помещение для самостоятельной работы (656049, Алтайский край, г. Барнаул, пр-кт Ленина, д. 61).

Учебная мебель на 15 посадочных мест; персональные компьютеры с выходом в информационно-телекоммуникационную сеть Интернет и электронную информационно-образовательную среду;

Перечень лицензионного программного обеспечения:

Windows 7 Professional, № 60357319 от 05.05.2012 (бессрочная);

Office 2010 Professional, № 49464762 от 14.12.2011 (бессрочная);

Open Office, <http://www.openoffice.org/license.html>

3D Canvas, <http://amabilis.com/products/>

Blender, <https://www.blender.org/about/license/>

Visual Studio, <https://code.visualstudio.com/license>

Python с расширениями PIL, Py OpenGL, <https://docs.python.org/3/license.html>

FAR, <http://www.farmanager.com/license.php?l=ru>

XnView, <http://xnviewload.ru/>

7-Zip, <http://www.7-zip.org/license.txt>

AcrobatReader,

http://www.images.adobe.com/content/dam/Adobe/en/legal/servicetou/Acrobat_com_Additional_TOU-en_US-20140618_1200.pdf

GIMP, <https://docs.gimp.org/2.8/ru/>

Inkscape, <https://inkscape.org/en/about/license/>

Chrome; <http://www.chromium.org/chromium-os/licenses>

Eclipse (PHP, C++, Phortran), <http://www.eclipse.org/legal/eplfaq.php>

Компас график LT 5.9; http://download.ascon.ru/public/Kompas-3D_LT_V12/License_LT_ru_2012.pdf

DjVu reader, <http://djvureader.org/>

Lazarus, http://wiki.lazarus.freepascal.org/Lazarus_Faq#Licensing

Smart Notebook, <http://www.whiteboardblog.co.uk/2010/12/smart-notebook-licence-and-activation/>

Putty, <https://putty.org.ru/licence.html>

VLC, <http://www.videolan.org/legal.html>

QTEPLOT, <http://www.qtiplot.com/doc/manual-en/index.html>

NETBEANS, <https://netbeans.org/about/legal/index.html>

R STUDIO (open source), <http://www.rstudio.com/>

MingGW, <http://mingw.org/license>

Scilab, <http://www.scilab.org/en/scilab/license>

Audacity, <https://www.audacityteam.org/about/license>

11. Организация практики для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) и инвалидов

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья форма проведения практики устанавливается с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья. Выбор мест прохождения практики для обучающихся с ОВЗ осуществляется с учетом состояния здоровья и требований по доступности для данной категории обучающихся.

При определении мест производственной преддипломной практики для инвалидов и лиц с ОВЗ учитываются рекомендации медико-социальной экспертизы, отраженные в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда. Студентам из числа лиц указанных категорий, обучающимся по индивидуальному учебному плану, может быть установлен индивидуальный график прохождения практики. Индивидуальная программа практики студента с ОВЗ и инвалида разрабатывается кафедрой медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью, обеспечивающей соответствующий вид практики. Руководитель практики студенту-инвалиду, студенту с ограниченными возможностями здоровья назначается из числа преподавателей, прошедших дополнительную подготовку по осуществлению инклюзивного образовательного процесса. Применяется индивидуальный подход к прохождению практики, индивидуальные задания: рефераты, письменные работы и, наоборот, только устные ответы и диалоги, индивидуальные консультации. По письменному заявлению обучающегося с инвалидностью и ОВЗ может быть предоставлены следующие условия для прохождения практики: 1) увеличена продолжительность практики по отношению к установленной продолжительности; 2) проведение практики для инвалидов в одной аудитории совместно с обучающимися, не имеющим ОВЗ, если это не создает трудностей для обучающихся при прохождении практики, либо разрешение выполнения программы практики в домашних условиях; 3) присутствие по месту прохождения практики ассистента (ассистентов), оказывающего обучающемуся (обучающимся) инвалидам необходимую техническую помощь с учетом их индивидуальных особенностей (занять рабочее место, передвигаться, прочитать, и оформить задание, общаться с руководителями от базы практики); 4) пользование необходимыми обучающимся инвалидам техническими средствами при прохождении

практики с учетом их индивидуальных особенностей. Форма проведения аттестации по итогам практики студента-инвалида, лица с ограниченными возможностями здоровья устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей. При необходимости студенту-инвалиду, лицу с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки отчета по практике. Проведение защиты отчета по практике студентом-инвалидом, студентом с ограниченными возможностями здоровья допускается дистанционно, с использованием on-line или off-line технологий.

12. Методические рекомендации по организации и прохождению практики

В процессе прохождения практики студент развивает профессиональные компетенции, необходимые ему для дальнейшего ведения профессиональной деятельности.

Задачи производственной преддипломной практики студентов:

- развитие умений интегрировать теорию и практику в рекламно-коммуникативной деятельности организации;
- систематизация, углубление и дополнение теоретических знаний, полученных при изучении специальных дисциплин;
- проведение научно-исследовательских работ с целью решения конкретных вопросов в рамках прохождения практики;
- выявление и формулирование актуальных научных проблем на основе опыта, полученного на практике работы в организации;
- разработка методологии проведения эмпирических исследований и анализа их результатов;
- сбор эмпирических данных для выпускной квалификационной работы;
- участие в разработке проектных решений в области профессиональной деятельности, подготовке предложений и мероприятий по реализации разработанных коммуникационных проектов и программ;
- подготовка аналитических материалов по итогам практической работы в организации для включения в ВКР.

Руководство практикой возлагается на преподавателя выпускающей кафедры. Выпускающая кафедра осуществляет общее организационно-методическое руководство практикой: определяет руководителя практики, готовит приказ на проведение практики,

составляет формы отчетной документации по итогам прохождения практики. На протяжении всего периода прохождения практики кафедра осуществляет методическое сопровождение практики в организации. Предприятие (организация), являющееся местом проведения практики: принимает участие в разработке индивидуальных заданий для практиканта; назначает ответственного за практику из числа руководящих работников или высококвалифицированных специалистов; предоставляет студентам рабочие места в соответствии с договором о практике и рабочей программой практики; знакомит студентов с организацией работ на конкретном рабочем месте.

Студенты, отправляясь на практику, должны посетить ознакомительное собрание по практике и познакомиться с целями и задачами практики. Со стороны руководителя практики студенты должны получить разъяснения по организации и проведению практики. При прохождении практики студент обязан пройти вводный и повторный инструктаж. В обязанности студента входит подготовка отчетной документации по итогам прохождения практики. Порядок прохождения практики студентов определяется рабочей программой практики. В целом, практика студентов представляет собой последовательность этапов: прохождение вводного инструктажа, выполнение заданий на практику, подготовка и сдача отчетных материалов. Инструктаж –это важнейшее мероприятие, от качества его проведения во многом зависит качество практики в целом, отношение студентов к практике. В рамках инструктажа студент знакомится с целями и задачами практики, знакомится со сроками практики, а также знакомится с руководителем практики. Во время инструктажа студент получает формы отчетной документации и рекомендации по её заполнению. В инструктаж входит знакомство с правилами техники безопасности и с распорядком и деятельностью подразделения, в котором студент проходит практику. Индивидуальное задание на практику студент выполняет непосредственно под руководством руководителя практики. Студенту следует регулярно в течение всей практики описывать все выполняемые работы и их результаты, а также фиксировать личные наблюдения. По завершении прохождения практики студент готовит отчет о практике.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «Алтайский государственный университет»
институт массовых коммуникаций, филологии и политологии
кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с
общественностью

ОТЧЕТ
о прохождении производственной преддипломной практики

Выполнил(а): студент(ка)
группы _____
ФИО (полностью) _____

(подпись)

Проверил: степень, звание
ФИО (полностью) _____

(оценка)

(подпись)

Барнаул 20____

СОГЛАСОВАНО
Директор института массовых
коммуникаций, филологии и политологии

подпись
« _____ » _____ 20__ год

место печати

СОГЛАСОВАНО
Руководитель предприятия (организации)

наименование предприятия(организации)

подпись / ФИО

« _____ » _____ 20__ год

место печати

Совместный рабочий план проведения практики

ФИО студента _____

ФИО руководителя практики от образовательной организации _____

ФИО руководителя от предприятия (организации) _____

Сроки практики _____

Рабочий план (график) прохождения практики

№	Мероприятия	Сроки
1	Знакомство со структурой предприятия (организации) и Правилами внутреннего распорядка. Проведение инструктажа на рабочем месте по соблюдению техники безопасности.	
2	Прохождение практики в соответствии с заданием.	
3	Подготовка характеристики (отзыва) о прохождении практики.	

Утверждено:

Руководитель практики
от образовательной организации

ФИО

Руководитель практики от
(предприятия) организации

ФИО

Образец индивидуального задания на производственную преддипломную практику

«Согласовано»	«Утверждаю»
Руководитель производственной преддипломной практики от профильной организации:	Заведующий кафедрой МТРиСО
_____	_____
(должность, ФИО) «__»_____20__г.	«__»20__г.

ФГБОУ ВО «Алтайский государственный университет»
институт массовых коммуникаций, филологии и политологии
кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

**ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ
прохождения производственной преддипломной практики**

в _____

(наименование организации)

Ивановым Иваном Ивановичем,

обучающегося по направлению подготовки

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

профиль программы «Менеджмент стратегических коммуникаций в
рекламе и связях с общественностью»

Период прохождения практики: с «__»_____20__г. по «»_____20__г.

№ п/п	Наименование работы	Отметка о выполнении
		Руководитель практики от организации
1.	Уточнение соотношения темы ВКР с решением коммуникативных задач организации.	
2.	Разработка программы эмпирического исследования, направленного на сбор, анализ и интерпретацию данных по теме ВКР (актуальность темы, исследовательская проблема, объект и предмет исследования, цели, задачи, методы сбора и анализа данных, определение выборочной совокупности, практическая значимость результатов исследования).	
3.	Реализация эмпирического исследования,	

	направленного на сбор, анализ и интерпретацию данных по теме ВКР.	
4.	Разработка проектных решений в области профессиональной деятельности, подготовка предложений и мероприятий по реализации разработанных коммуникативных проектов и программ.	
5.	Оформление результатов исследования, проектных решений, включаемых в отчетные материалы по практике.	

Руководитель практики от ФГБОУ ВО «АлтГУ», кафедра МТРСО

(подпись)

(ФИО)

Задание на практику получил:
обучающийся

(подпись)

(ФИО
)

Образец отзыва руководителя производственной преддипломной практики от организации

«Согласовано» Руководитель производственной преддипломной практики от профильной организации:	«Утверждаю» Заведующий кафедрой МТРСО
_____ (должность, ФИО) «__»_____20_г.	— «__»20_г.

ОТЗЫВ

руководителя производственной преддипломной практики от _____

(наименование организации)

о результатах прохождения производственной преддипломной практики
Ивановым Иваном Ивановичем
обучающегося по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с
общественностью
профиль программы «Менеджмент стратегических коммуникаций в рекламе и
связях с общественностью»

Период прохождения практики: с «__»_____20_г. по «»
_____20_г.

Выдан студенту курса [фамилия имя отчество] в том, что он (она) прошел производственную преддипломную практику на базе организации [полное наименование организации] в качестве [указать кого, например, специалиста по связям с общественностью, специалиста по рекламе, помощника PR-менеджера, ассистента менеджера по связям с общественностью и т.д.]

В ходе прохождения данной практики студент применил основные теоретические и практические знания, полученные в рамках дисциплин ОПОП и апробировал их состоятельность в ходе самостоятельной деятельности в организации.

Студент [фамилия имя отчество] в ходе практики продемонстрировал самостоятельность, инициативность, готовность к работе в коллективе и выполнению профессиональных обязанностей в рамках профессиональных компетенций, полученных в ходе учебы в университете и прохождения практики.

Результаты производственной преддипломной практики [фамилия имя отчество] применяются в деятельности организации [полное наименование организации].

В отзыве можно указать и иные сведения на усмотрение руководителя практики от организации.

Руководитель практики от организации _____

(ФИО)

«__» _____ 20__ г.

(должность, уч. степень, уч. звание)

М.П.

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Алтайский государственный университет»

институт массовых коммуникаций, филологии и политологии
кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

**ФОНД
ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

по производственной преддипломной практике

(тип практики)

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

(направление подготовки)

«Менеджмент стратегических коммуникаций в связях с общественностью и

рекламе»

(профиль)

Разработчики:

д.социол.н., профессор Т./А.В.

Ковалева

к.филол.н., доцент Е./Е.В.

Валулина

Согласовано:

Представитель организации-
работодателя:

Директор Интернет-агентства

Веб+ И.А.

Василенко И.А.

Барнаул 2020

Визирование ФОС для исполнения в текущем учебном году

ФОС обсуждены для исполнения в 2020 - 2021 учебном году на заседании кафедры
медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью
протокол № 8 от «06» 06 ___ 2020г.

Директор института / филиала _____ (ФИО)

Визирование ФОС для исполнения в текущем учебном году

ФОС обсуждены для исполнения в 20__ - 20__ учебном году на заседании кафедры

протокол № ___ от «__» _____ 20__ г.

Директор института / филиала _____ (ФИО)

Визирование ФОС для исполнения в текущем учебном году

ФОС обсуждены для исполнения в 20__ - 20__ учебном году на заседании кафедры

протокол № ___ от «__» _____ 20__ г.

Директор института / филиала _____ (ФИО)

Визирование ФОС для исполнения в текущем учебном году

ФОС обсуждены для исполнения в 20__ - 20__ учебном году на заседании кафедры

протокол № ___ от «__» _____ 20__ г.

5. Перечень компетенций, с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Компетенция/контролируемые этапы	Показатели	Наименование оценочного средства
Заключительный этап формирования компетенций		
<p>ПК-1. Способен создавать рекламные, PR или иные коммуникационные продукты в целях продвижения средствами стратегических коммуникаций.</p>	<p>ПК-1.1 Знает: маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента; содержание методов и приемов разработки рекламного, PR или иного коммуникационного продукта;</p> <p>ПК-1.2. Умеет: осуществлять выбор эффективных методов и приемов разработки рекламного, PR или иного коммуникационного продукта и применять их в целях продвижения средствами стратегических коммуникаций;</p> <p>ПК-1.3 Владеет: навыками применения эффективных методов и приемов разработки рекламного, PR или иного коммуникационного продукта (в том числе современных информационно-компьютерных и интернет-технологий, специализированных программных продуктов).</p>	<p align="center"><i>Индивидуальные задания Отчет</i></p>
<p>ПК-2: способен осуществлять маркетинговые исследования в области СМИ.</p>	<p>ПК-2.1 Знает: маркетинговые технологии; основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации;</p> <p>ПК-2.2 Умеет: находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа; выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей; составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования.</p> <p>ПК 2.3 Владеет навыками: поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ; анализа имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ; определения целевой аудитории потребителей продукции СМИ; контроля выполнения договора, приемки результатов маркетингового исследования. социологического опроса, иных работ и услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ.</p>	<p align="center"><i>Индивидуальные задания Отчет</i></p>

<p>ПК-3: Способен разрабатывать и представлять маркетинговые стратегии для продвижения продукции в целях продвижения средствами стратегических коммуникаций.</p>	<p>ПК-3.1 Знает: маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента; технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов; организацию системы сбыта и товародвижения, планирования оптовых и розничных продаж;</p> <p>ПК -3.2 Умеет: разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга; интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций; осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение.</p> <p>ПК-3.3 Владеет: навыками разработки концепции продвижения продукции СМИ, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий; выбора маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации.</p>	<p><i>Индивидуальные задания Отчет</i></p>
--	--	--

6. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Сопоставление шкал оценивания

4-балльная шкала (уровень освоения)	Отлично (повышенный уровень)	Хорошо (базовый уровень)	Удовлетворительно (пороговый уровень)	Неудовлетворительно (уровень не сформирован)
Бинарная шкала	Зачтено			Не зачтено

Оценивание индивидуальных заданий

4-балльная шкала (уровень освоения)	Показатели	Критерии
Отлично (повышенный уровень)	Выполнение индивидуального задания в соответствии с программой; 2.Проявление самостоятельности при выполнении индивидуального задания;	Индивидуальное задание выполнено в полном объеме, студент проявил высокий уровень самостоятельности и творческий подход к его выполнению.
Хорошо (базовый уровень)	3.Грамотное оформление индивидуального задания в	Индивидуальное задание выполнено в полном объеме, имеются отдельные недостатки в оформлении представленного материала.

удовлетворительно (пороговый уровень)	отчете; 4.Использование теоретических знаний при выполнении задания.	Задание в целом выполнено, однако имеются недостатки при выполнении в ходе практики отдельных разделов (частей) задания, имеются замечания по оформлению собранного материала.
Не удовлетворительно (уровень не сформирован)		Задание выполнено лишь частично, имеются много численные замечания по оформлению собранного материала.

Оценивание защиты отчета

4-балльная шкала (уровень освоения)	Показатели	Критерии
Зачтено (повышенный уровень)	5. Соответствие содержания отчета требованиям программы практики; 6. Структурированность и полнота собранного материала; 7. Полнота устного выступления, правильность ответов на вопросы при защите;	При защите отчета студент продемонстрировал глубокие и системные знания, полученные при прохождении практики, свободно оперировал данными исследования и внес обоснованные предложения. Студент правильно и грамотно ответил на поставленные вопросы. Студент получил положительный отзыв от руководителя.
Зачтено (базовый уровень)	8. Грамотность оформления отчета.	При защите отчета студент показал глубокие знания, полученные при прохождении практики, свободно оперировал данными исследования. В отчете были допущены ошибки, которые носят несущественный характер. Студент ответил на поставленные вопросы, но допустил некоторые ошибки, которые при наводящих вопросах были исправлены. Студент получил положительный отзыв от руководителя.
Зачтено (пороговый уровень)		Отчет имеет поверхностный анализ собранного материала, нечеткую последовательность его изложения материала. Студент при защите отчета по практике не дал полных и аргументированных ответов на заданные вопросы. В отзыве руководителя имеются существенные замечания.
Не зачтено (уровень не сформирован)		Отчет не имеет детализированного анализа собранного материала и не отвечает установленным требованиям. Студент затрудняется ответить на поставленные вопросы или допускает в ответах принципиальные ошибки. В отзыве руководителя имеются существенные критические замечания.

7. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки планируемых результатов обучения по практике, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Перечень заданий
<ol style="list-style-type: none">1. Уточнение соотношения темы ВКР с решением коммуникативных задач организации.2. Разработка программы эмпирического исследования, направленного на сбор, анализ и интерпретацию данных по теме ВКР (актуальность темы, исследовательская проблема, объект и предмет исследования, цели, задачи, методы сбора и анализа данных, определение выборочной совокупности, практическая значимость результатов исследования).3. Реализация эмпирического исследования, направленного на сбор, анализ и интерпретацию данных по теме ВКР.4. Разработка проектных решений в области профессиональной деятельности, подготовка предложений и мероприятий по реализации разработанных коммуникативных проектов и программ.5. Оформление результатов исследования, проектных решений, включаемых в отчетные материалы по практике.

ВОПРОСЫ ПРИ ЗАЩИТЕ ОТЧЕТА

Перечень вопросов
<ul style="list-style-type: none">• Коммуникативная деятельность: субъект, мотив, целеполагание, содержание, средства, язык.• Организация маркетинговых коммуникаций.• Особенности структуры управления агентства рекламы и СО и службы рекламы и СО в организации.• Основные этапы планирования рекламной и PR - кампании: определение целей кампании; разработка идеи и стратегии рекламной и PR- кампании; исследование рынка; разработка бюджета кампании; выбор средств распространения рекламной информации; выбор графика проведения рекламной и р г- кампании; составление медиаплана рекламной и PR- кампании; оценка эффективности рекламной и PR - кампании.• Пресс-служба как ключевое звено организации и управления информационным пространством организации.• Репутация в системе стратегических коммуникаций компании• Анализ и оценка эффективности современных медиатехнологий и рекламных носителей; методы и средства стратегического и тактического медиапланирования; методы оценки эффективности медиаплана и его реализации.• Методология и методика социологических и маркетинговых исследований.• Стратегический и тактический менеджмент. Основные этапы стратегического менеджмента.

8. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Аттестация по итогам практики проводится на основании оформленного в соответствии с установленными требованиями письменного отчета магистранта и отзыва руководителя практики от организации. По итогам аттестации выставляется зачет.

Порядок оценивания результатов обучения по практике

<i>Оценка руководителя практики от организации</i>	<i>Защита отчета</i>	<i>Итоговая сумма баллов</i>
Выставляется руководителем практики от организации на основании выполнения практикантом поставленных задач.	Оценивается уровень подготовки отчета, аккуратность его заполнения, а также грамотность при защите результатов выполненной практики.	Итоговая оценка складывается из оценок выставленных руководителем практики от организации, а также на основании выполненного и защищенного отчета по итогам практики.