



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования

**«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)**

Школа искусств и гуманитарных наук

**УТВЕРЖДАЮ**
Директор Школы
искусств и гуманитарных наук
Ф.Е. Ажимов
«18» июня 2019 г.

СБОРНИК ПРОГРАММ ПРАКТИК

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ

42.01.04 Реклама и связи с общественностью

Программа магистратуры

Стратегическое управление коммуникациями
в рекламе и связях с общественностью

Квалификация выпускника – магистр

Форма обучения: *очная*

Нормативный срок освоения программы

(очная форма обучения) *2 года*

Владивосток
2019

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ
Сборник программ практик

По направлению подготовки 42.01.04 Реклама и связи с общественностью
Стратегическое управление коммуникациями
в рекламе и связях с общественностью

Сборник программ практик составлен в соответствии с требованиями Образовательного стандарта высшего образования, самостоятельно устанавливаемым федеральным государственным автономным образовательным учреждением высшего образования «Дальневосточный федеральный университет» для реализуемых основных образовательных программ высшего образования – программ магистратуры (далее – образовательный стандарт ДВФУ) по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью. Принят решением Ученого совета Дальневосточного федерального университета, протокол от 25.02.2016 № 02-16, и введен в действие приказом ректора ДВФУ от 10.03.2016 № 12-13-391.

Сборник программ практик включает в себя:

1. Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков (Учебная практика)
2. Научно-исследовательская работа (Производственная практика)
3. Научно-исследовательский семинар "Стратегическое управление коммуникациями в рекламе и связях с общественностью" (Производственная практика)
4. Практика по получению профессиональных умений и опыта организационно-управленческой деятельности (Производственная практика)
5. Практика по получению профессиональных умений и опыта коммуникационной деятельности (в том числе педагогическая практика) Производственная практика)
6. Преддипломная практика (Производственная практика)

Рассмотрен и утвержден на заседании Ученого совета Школы искусств и гуманитарных наук «18» июня 2019 г. (протокол № 8)

Руководитель образовательной программы
доцент ДКМ



Федорова Е.В.,

подпись

ФИО

Заместитель директора Школы
по учебной и воспитательной работе



Волошина М.А.

подпись

ФИО



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)

ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

«СОГЛАСОВАНО»

Руководитель ОП

Е.В. Федорова

04 июня 2018г.



Руководитель факультета коммуникаций

В.А. Казакова

04 июня 2018 г.

ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
Научно-исследовательская работа

Направление подготовки - 42.04.01. «Реклама и связи с общественностью»
Магистерская программа «Стратегическое управление коммуникациями в рекламе и связях с общественностью»
Форма подготовки очная

Квалификация (степень) выпускника: магистр

Владивосток

2018

1. НОРМАТИВНАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ, РЕГЛАМЕНТИРУЮЩАЯ ПРОЦЕСС ОРГАНИЗАЦИИ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Программа практики разработана в соответствии с требованиями:

- Федерального закона от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации».
- Приказа Министерства образования и науки Российской Федерации от 27.11.2015 г. № 1383 «Об утверждении положения о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования»;
- приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 05.04.2017 N 301 "Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры";
- Устава ДВФУ, утвержденного приказом Минобрнауки РФ от 06 мая 2016 года № 522.
- образовательного стандарта высшего образования, самостоятельно устанавливаемого ДВФУ по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», принят решением Ученого совета Дальневосточного федерального университета, протокол от 25.02.2016 № 02- 16, и введен в действие приказом ректора ДВФУ от 10.03.2016 № 12-13-391.

2. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ РАБОТЫ)

Основной целью научно-исследовательской работы (НИР) является развитие способности самостоятельного осуществления научно-исследовательской работы, связанной с решением сложных профессиональных задач в инновационных условиях.

Научно-исследовательская работа выполняется магистрантом под руководством научного руководителя. Направление научно-исследовательских работ магистранта определяется в соответствии с магистерской программой и темой магистерской диссертации.

Целями практики «Научно-исследовательская работа» являются:

- ознакомление с методиками проведения научно-исследовательских работ в соответствии с тематикой магистерской диссертации, определяемой предметной областью и объектами исследований;
- получение магистрантами практических навыков и компетенций по видам профессиональной деятельности;
- развитие навыков самостоятельного решения производственных проблем и задач;
- адаптация магистрантов к будущим местам профессиональной деятельности;
- выбор или уточнение темы магистерской диссертации, сбор материалов для выполнения исследования, практическая работа совместно с разработчиками-профессионалами;
- повышение конкурентного потенциала обучаемых на основе формирования у них профессиональных навыков.

3. ЗАДАЧИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (НАУЧНО- ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ РАБОТЫ)

Задачи производственной практики (научно-исследовательской работы):

- сформировать навыки выполнения научно-исследовательской работы и развить умения:
 - вести библиографическую работу с привлечением современных информационных технологий;
 - формулировать и разрешать задачи, возникающие в ходе выполнения научно-исследовательской работы;
 - выбирать необходимые методы исследования (модифицировать существующие, разрабатывать новые методы), исходя из задач конкретного исследования (по теме магистерской диссертации или при выполнении заданий научного руководителя в рамках магистерской программы);
- применять современные информационные технологии при проведении научных исследований;

- обрабатывать полученные результаты, анализировать и представлять их в виде законченных научно-исследовательских разработок (отчета по научно-исследовательской работе, тезисов докладов, научной статьи, магистерской диссертации);
- самостоятельно осуществлять научное исследование, разрабатывать и реализовывать методики, технологии и приемы обучения, анализировать результаты в рамках магистерской программы;
- использовать индивидуальные креативные способности для самостоятельного решения исследовательских задач.

4. МЕСТО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

НИР является составной частью основной профессиональной образовательной программы, входит в блок Б2 «Практики, в том числе научно-исследовательская работа (НИР)» учебного плана (индекс Б2.П.1) и является обязательной.

Для успешного прохождения практики у студентов должны быть сформированы следующие предварительные компетенции, полученные на предыдущем уровне образования (бакалавриат):

1) Знать основные структурные элементы науки, особенности осуществления научно-исследовательской работы в области рекламы и связей с общественностью; методы реализации научно-исследовательской работы в области рекламы и связей с общественностью.

2) Уметь отличать научные проблемы от научно-гуманитарных и мировоззренческих вопросов, ориентироваться в структурных элементах научного метода: теория (идея, принцип) – правила – операции, анализировать наиболее важные теории и парадигмы, осуществлять научно-исследовательскую работу; проводить анализ, делать выводы.

3) Иметь навыки и (или) опыт деятельности: работы с нормативными документами, научной литературой и практическими заданиями, умением анализировать и понимать классические научные тексты, знание двойственной роли (отрицательная и положительная) мировоззрения

В науке.

5.ФОРМЫ, МЕСТО И ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ РАБОТЫ)

Вид практики: производственная.

Тип практики: научно-исследовательская работа.

Способ проведения практики: стационарная (возможен выездной способ).

Форма проведения практики: рассредоточенная.

Местом проведения практики (научно-исследовательская работа) являются структурные подразделения ДВФУ (Департамент коммуникаций и медиа, Пресс-центре, Учебный телевизионный центр ШГН ДВФУ).

Производственная практика (научно-исследовательская работа) проводится рассредоточено в 1, 2, 3 и 4 семестрах. Общая трудоемкость освоения практики составляет 16 зачетных единиц, 576 часов.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов выбор мест прохождения практики согласуется с требованием их доступности для данных обучающихся и практика проводится с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

6.КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ РАБОТЫ)

В качестве планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы, обучающиеся должны:

Знать: методологию и методику проведения социологических исследований.

Уметь: руководить подготовкой и проведением количественных и качественных исследований.

Иметь навыки и (или) опыт деятельности: проведения количественных и качественных исследований.

В результате прохождения практики обучающиеся должны овладеть элементами следующих профессиональных компетенций:

(ПК-1) -способностью управлять процессами стратегического

планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность;

(ПК-2) - способностью осуществлять корректировку и контроль коммуникационных программ и мероприятий»;

(ПК-3) - способностью разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью;

(ПК-4) - способностью управлять деятельностью коллектива, планировать его работу, обеспечивать ее эффективность;

(ПК-5) - способностью работать с персоналом, оценивать производительность и качество его труда, устранять конфликты, обеспечивать сплоченность коллектива, толерантность;

(ПК-6) - способностью самостоятельно принимать управленческие решения и нести за них ответственность;

(ПК-7) - способностью разрабатывать эффективную стратегию и формировать политику риск-менеджмента на предприятии, оперативно принимать решения в кризисных ситуациях;

(ПК-8) - способностью оценивать затраты и результаты деятельности организации;

(ПК-9) - способностью к выработке нестандартных решений;

(ПК-10) - способностью применять перспективные теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга;

(ПК-11) - способностью разрабатывать планы и программы инновационной деятельности, технико-экономические обоснования инновационных проектов;

(ПК-13) - способностью определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий;

(ПК-14) - способностью руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации.

7. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (

Общая трудоемкость производственной практики составляет 16 зачетных единиц, 576 часов. Предусмотрен контроль самостоятельной работы студентов – 72 ч.

Таблица 1 - Структура и содержание производственной практики

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды учебной работы на практике, включая самостоятельную работу студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы текущего контроля
1	Организационный	Инструктаж по технике безопасности, получение направления, индивидуального задания, программы и методических указаний. Ознакомительные лекции. Знакомство с местом прохождения практик.	10	Собеседование
2	Основной	осуществление научно-исследовательских работ в рамках госбюджетной научно-исследовательской работы департамента (сбор, анализ научно-теоретического материала, сбор эмпирических данных, интерпретация экспериментальных и эмпирических данных); выполнение научно-исследовательских видов деятельности в рамках грантов, осуществляемых в школе; участие в решение научно- исследовательских работ, выполняемых департаментом в рамках договоров с образовательными учреждениями, исследовательскими коллективами; участие в организации и проведении научных, научно-практических конференций, круглых столах, дискуссиях, организуемых департаментом, школой, университетом; самостоятельное проведение семинаров, мастер-классов, круглых столов по актуальной проблематике; участие в конкурсах научно-исследовательских работ; осуществление самостоятельного исследования по актуальной проблеме в рамках магистерской диссертации; ведение библиографической работы с привлечением современных информационных и коммуникационных технологий	360	Индивидуальное задание
3	Экспериментальный	Изучение, обработка, систематизация, определение достаточности и достоверности результатов научно-исследовательского материала по выбранной теме.	206	Дневник практики
ИТОГО			576	

8.УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ НА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ

Самостоятельная работа студента (СРС) является одной из форм проведения практики и организуется с целью:

- систематизации и закрепления полученных теоретических знаний и практических умений студентов;
- углубления и расширения теоретических знаний;
- формирования умения работать с различными видами информации, умения использовать нормативную, правовую, справочную документацию и специальную литературу;
- развития познавательных способностей студентов;
- формирования таких качеств личности, как ответственность и организованность, самостоятельность мышления, способность к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации.

Учебно-методическим обеспечением самостоятельной работы студентов на научно-исследовательской практике являются:

- учебная литература по освоенным ранее профильным дисциплинам;
- нормативные документы, регламентирующие деятельность предприятия (организации), на котором проходит учебную практику студент;
- методические разработки для студентов, определяющие порядок прохождения и содержание учебной практики;
- формы бухгалтерской, финансовой, статистической, внутренней отчетности, разрабатываемые на предприятии (организации) и инструкции по их заполнению.

Планируемые результаты самостоятельной работы:

- ставить и решать теоретические и практические задачи исследования;
- использовать методологию научного обоснования и решения сложных задач профессиональной деятельности, информационное обеспечение транспортной науки, развития техники и технологий с учетом социальных аспектов;
- использовать методы и средства научных исследований для улучшения производственных процессов на предприятиях отрасли.

В ходе самостоятельной работы происходит не только усвоение

учебного материала, но и его расширение, формирование умения работать с различными видами информации, развитие аналитических способностей, навыков контроля и планирования учебного времени. СРС можно определить, как целенаправленную, внутренне мотивированную, структурированную самим субъектом и корректируемую им по процессу и результату самостоятельную деятельность. Выделяют пять уровней самостоятельной работы: 1. Первый уровень это дословное и преобразующее воспроизведение информации. 2. Второй уровень – это самостоятельные работы по образцу. 3. Третий – реконструктивно-самостоятельные работы. 4. Четвертый – эвристические самостоятельные работы. 5. Пятый – творческие (исследовательские) самостоятельные работы.

Для эффективного выполнения самостоятельной работы необходимо владеть учебными стратегиями – устойчивым комплексом действий, целенаправленно организованным субъектом для решения различных учебных задач.

Учебные стратегии определяют содержание и технологию выполнения самостоятельной работы и состоят из навыков, в состав которых входят сложившиеся способы обработки информации, оценки, контроля и регуляции собственной деятельности.

Основные компоненты учебных стратегий:

долговременные учебные цели (образ результата), определяющие организацию учебной деятельности;

технологии – способы, приемы, методы и формы, с помощью которых реализуется достижение учебных целей; ресурсы, обеспечивающие достижение учебных целей и управление учебной деятельностью;

задания для выполнения студентами различных видов самостоятельных работ: самостоятельная работа по овладению новыми знаниями, закреплению и систематизации полученных знаний (чтение текста учебника, первоисточника, дополнительной литературы; составление плана текста; конспектирование текста; составление библиографии; работа со справочниками; ознакомление с нормативными документами; учебно-исследовательская работа; составление списка основных проблем, связанных с темой индивидуального задания на практику и т.д.).

Примеры заданий:

Систематизируйте основные требования к планированию систематизации научных исследований.

Определите, рациональность порядка планирования и организации научно-исследовательской работы преподавателей и студентов в университете.

Оцените значимость содержания и порядка оформления научного и информационного рефератов, научной статьи и ее тезисов, монографии, диссертации, научного доклада, выпускной квалификационной работы исследовательского характера.

Определите возможные критерии оценки выбора направлений научных исследований.

Предложите оптимальный вариант обоснований к Требованиям по теме научно-исследовательской работы.

Составьте диаграмму (схему) структуры научно-исследовательских, теоретических и экспериментальных работ.

Смоделируйте особенности охраны интеллектуальной собственности, создаваемой при выполнении научных исследований.

Предложите систему работы по оценке методов информационного поиска.

9.ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ПРАКТИКИ

9.1ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРАКТИКЕ

Форма контроля по итогам практики (научно-исследовательская работа) – зачёт с оценкой.

9.1.1Перечень компетенций, описание показателей и критериев их оценивания на различных этапах формирования, шкала оценивания.

При проведении аттестации оценивается уровень сформированности следующих компетенций:

Уровни сформированности компетенций

Код и формулировка компетенций	Этапы формирования компетенций		Критерии	Показатели
ПК-1 способность управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность.	знает (пороговый уровень)	роль и возможности практического использования рекламы PR в различных сферах человеческой деятельности: экономике, политике, культуре и спорте, образовании и др.	знание основных инструментов рекламы и PR, возможности их включения в процесс стратегического планирования	способность перечислить основные инструменты рекламы и PR, произвести отбор наиболее эффективных в определенной ситуации
	умеет (продвинутый уровень)	составлять стратегические планы с использованием инструментов рекламы и PR	умение разработать стратегический план коммуникационной кампании с учетом возможных препятствий	способность представить самостоятельно разработанный план коммуникационной кампании
	владеет (высокий уровень)	творческими технологиями для поиска идеи и планирования эффективной рекламной и PR- кампании; навыком выявления требований целевых групп потребителей, а также методиками оценки эффективности рекламной кампании и мероприятий в сфере СО.	владение навыками поиска нестандартных идей для продвижения организации и ее продукции, реализации этих идей с привлечением единомышленников	способность представить самостоятельно разработанный план коммуникационной кампании, а также реализовать этот план, используя менеджерские способности.
ПК-2 способность осуществлять корректировку и контроль коммуникационных программ и мероприятий.	знает (пороговый уровень)	особенности и структуру коммуникационных кампаний и мероприятий	знание определений и составляющих коммуникационных программ и мероприятий, их характеристики	способность дать определение коммуникационным программам и мероприятиям, перечислить их характеристики и составляющие
	умеет (продви-)	анализировать ситуацию, выявлять	умение осуществлять глубокий анализ	способность провести подробный и

	нужный уровень)	недостатки и возможности их корректировки в коммуникационных кампаниях и мероприятиях с учетом поставленных целей	существующих коммуникационных программ и мероприятий, предложение мер по их корректировке	качественный анализ существующей коммуникационной программы или мероприятия, объяснить слабые стороны и угрозы, предложить алгоритм корректировки программы или мероприятия
	владеет (высокий уровень)	навыками и (или) опытом деятельности: навыками проведения коммуникационных кампаний и мероприятий	владение навыком глубокого анализа существующих коммуникационных программ и предложение собственной разработки, учитывающий опыт проанализированных программ	способность провести подробный и качественный анализ существующей коммуникационной программы или мероприятия и предложить свои идеи для дальнейшего продвижения организации
ПК-3 способность разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью.	знает (пороговый уровень)	методы оценки эффективности кампаний по рекламе и СО; специфику проведения коммуникационных кампаний в ходе проектной деятельности	знание основ проектной деятельности и бизнес-планирования	способность перечислить составляющие бизнес-плана, привести примеры эффективных и неэффективных бизнес-планов организаций
	умеет (продвинутый уровень)	вычленять социальные факторы коммуникации; осуществлять взаимодействие с различными учреждениями, организациями и службами;	умение провести анализ существующих бизнес-планов и предложить варианты их корректировки или реализации в рамках проектной деятельности	способность провести подробный и качественный анализ существующего бизнес-плана и предложить свои идеи для дальнейшего продвижения организации с помощью проектного метода
	владеет	навыками формирования	владение навыком	способность составить

	(высокий уровень)	эффективных внутренних коммуникаций, тактиками личной и коллективной коммуникации; способностью к выработке нестандартных решений;	самостоятельно спланировать и реализовать коммуникационную кампанию, осуществляя руководство проектной деятельностью	эффективный план коммуникационной кампании, презентовать его перед сотрудниками и осуществлять частичное или полное руководство проектной деятельностью по его реализации
ПК-4 способность управлять деятельностью коллектива, планировать его работу, обеспечивать ее эффективность.	знает (пороговый уровень)	принципы создания эффективной команды и подбора специалистов	знание средств активизации и оптимизации деятельности персонала рекламной и PR-службы	способность перечислить приемы оптимизации деятельности персонала рекламной и PR- службы для реализации общей идеи
	умеет (продвинутый уровень)	идентифицировать и формулировать проблемы функционирования организации;	умение синтезировать и критически резюмировать информацию для принятия управленческих решений, в том числе в оперативном режиме в ситуациях риска	способность быстро анализировать проблемы функционирования организацией, нивелировать их и принимать управленческие решения
	владеет (высокий уровень)	умением осуществлять функции руководителя, организатора, инициатора новых идей	владение навыками ведения проектов, управления действиями членов проекта.	способность четко распределять обязанности в трудовом коллективе, владея информацией о возможностях каждого члена команды.
ПК-5 способность работать с персоналом, оценивать производительность и качество его труда, устранять конфликты, обеспечивать сплоченность коллектива, толерантность.	знает (пороговый уровень)	основы социальной психологии, психологии межличностных отношений, психологии больших и малых групп;	знание определений основных понятий предметной области и менеджмента исследования	знает определение информационного обеспечения, виды сбора информации, сущность МИС, может перечислить правила менеджмента в научной сфере
	умеет	управлять процессами,	умение грамотно и	способность объяснить

				причину
	(продвину- тый уровень)	малыми группами, формировать корпоративную культуру в коллективе;	эффективно реализовывать полученные знания в исследовательской деятельности, в том числе устранять возникающие в процессе исследования конфликты	отбора конкретных членов исследовательской группы и вменение им определенных ролей
	владеет (высокий уровень)	навыками ведения проектов; умением осуществлять функции руководителя, организатора, инициатора новых идей;	владение процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечение их качества и эффективности	способность самостоятельно производить поиск информации в новых областях знаний, владеет навыками по получению знаний об исследуемых компаниях, товарах и услугах, может собрать команду для проведения прикладного исследования с четким объяснением цели, задач и распределением ролей в зависимости от навыков исследователей
ПК-6 способность самостоятельно принимать управленческие решения и нести за них ответственность.	знает (пороговый уровень)	принципы формирования рекламной и PR-службы и их отдельных подразделений;	знание технологии управления рекламной и PR-службы, принципов стратегического и тактического планирования	способность перечислить основные приемы управления рекламной и PR- службой
	умеет (продвину- тый уровень)	самостоятельно проводить анализ конкурентной среды рекламной и PR-службы;	умение применять конкретные юридические, этические и управленческие знания и умения в конкретной ситуации;	способность быстро решать критические и кризисные ситуации с помощью управленческих методов
	владеет (высокий уровень)	умением осуществлять функции руководителя, организатора, инициатора	владение навыком эффективной презентации своего проекта и	способность презентовать свой собственный проект, набрать команду для его реализации и

		новых идей;	разрабатываемого под его руководством проекта	управлять командой, осуществляя поддержку в случае возникновения кризисных ситуаций
ПК-7 способность разрабатывать эффективную стратегию и формировать политику риск-менеджмента на предприятии, оперативно принимать решения в кризисных ситуациях.	знает (пороговый уровень)	основы консалтинга, прогнозирования, теории и виды рисков, методы их прогнозирования и обнаружения;	знание определения риск-менеджмента и его основные критерии	способность перечислить особенности и критерии риск-менеджмента, а также его особенности в рекламе и PR
	умеет (продвинутый уровень)	анализировать коммуникационные аспекты и процессы деятельности организации в выбранной сфере;	умение анализировать результаты и давать оценку эффективности кампаний и мероприятий	способность провести подробный анализ результатов собственной коммуникационной кампании и провести оценку ее эффективности
	владеет (высокий уровень)	методами анализа кризисных ситуаций и нестандартных решений;	владение навыком принимать быстрые и нестандартные решения в сфере рекламы и PR в кризисных ситуациях	способность предложить перечень нестандартных решений кризисной ситуации методами рекламы и PR в любой сфере
ПК-8: способность оценивать затраты и результаты деятельности организации.	знает (пороговый уровень)	основные характеристики и специфические отличия методов сбора информации; принципы отбора и упорядочения собранных материалов путем их систематизации	знание алгоритмов оценки деятельности организации	способность перечислить пункты алгоритма оценки деятельности организации, оказать помощь в проведении анализа
	умеет (продвинутый уровень)	задавать параметры наблюдения, опроса и анкетирования; четко	умение оценивать результаты деятельности	способность составить алгоритм исследования и разработать план по

		определять проблему, формировать цели и задачи маркетингового эксперимента, его объект и предмет	организации, опираясь на алгоритмы и предлагая наиболее эффективные методы	оценке затрат и деятельности организации
	владеет (высокий уровень)	средствами, формами и технологиями аналитического исследования и статистической обработки данных; навыками оценки информации и подготовки принятия решений по законам диалектики, формальной логики, с применением общенаучных методов исследования;	владение навыками по оценке деятельности организации с применением собственных идей и предложением наиболее эффективных методов	способность самостоятельно находить новые методы исследования и разрабатывать модификации исследований в соответствии с целями
ПК-9: способность к выработке нестандартных решений.	знает (пороговый уровень)	особенности и виды нестандартных ситуаций; основные теоретические подходы и практические приемы по выработке нестандартных решений;	знание определений основных понятий предметной области, подходы и методы выработки нестандартных решений при необходимости	способность перечислить традиционные и современные стратегии и приемы коммуникаций, а также все изученные на практических занятиях методы выработки нестандартных решений
	умеет (продвинутый уровень)	модифицировать традиционные и разрабатывать новые методы и средства генерации рекламных идей в целях выработки нестандартных решений, развивать собственные креативные способности;	умение планировать и организовывать нестандартные кампании и мероприятия в области рекламы, связей с общественностью	способность разработать план нестандартной коммуникационной кампании в кризисных ситуациях с минимальными затратами

	владеет (высокий уровень)	опытом выработки рекламных идей и нестандартных решений; навыками эскизирования и выработки общей концептуальной основы коммуникационных посланий рекламы и СО.	владение навыком планировать и организовывать нестандартные кампании и мероприятия в области рекламы, связей с общественностью, а также проводить аналитическую и консалтинговую деятельность по разработке нестандартных кампаний	способность самостоятельно разработать нестандартную PR-кампанию с использованием современных приемов и стратегий коммуникации и менеджмента, а также провести анализ существующих кампаний, консалтинг заинтересованных в такой кампании лиц
ПК-10: способность применять перспективные теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга.	знает (порогов ый уровень)	особенности и специфику менеджмента, бизнес- процессов, маркетинга	знание определений основных понятий предметной области и менеджмента организации коммуникационной кампании	способность перечислить приемы и алгоритмы формирования и продвижения бренда в любой сфере
	умеет (продвину тый уровень)	искать, оценивать, отбирать, адаптировать к практике теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга	умение грамотно и эффективно реализовывать полученные знания в области коммуникационного продвижения, конструктивно критиковать существующий опыт, предлагать пути решения проблем	способность провести грамотный анализ существующего опыта рекламного и пиар продвижения, сравнительный анализ компаний

	владеет (высокий уровень)	навыками и (или) опытом деятельности: навыками работы с использованием информационных технологий	владение процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий по формированию и продвижению организации, обеспечение их качества и эффективности	способность самостоятельно предложить способы совершенствования существующих теорий, распределить роли в процессе разработки и продвижения организации.
ПК-11: способность разрабатывать планы и программы инновационной деятельности, технико-экономические обоснования инновационных проектов.	знает (пороговый уровень)	основы, принципы и методики анализа и прогнозирования в профессиональной сфере;	знание основ проектной деятельности, планирования, инновационного проектирования	способность привести примеры эффективных и неэффективных планов и программ организаций с применением инновационных проектов
	умеет (продвинутый уровень)	проводить ситуационный анализ рынка инноваций в сфере коммуникации, рекламы и PR, продукта рекламной деятельности и работы в сфере СО, маркетинговых тенденций профессионального сегмента рынка; прогнозировать последствия процессов и явлений в профессиональной сфере;	умение провести анализ существующих планов и программ организаций и предложить варианты их корректировки или реализации с использованием инновационных проектов	способность провести подробный и качественный анализ существующего плана и предложить свои идеи для дальнейшего продвижения организации с помощью проектного метода и инноваций
	владеет (высокий уровень)	навыками составления аналитической и	владение самостоятельно спланировать и	способность составить эффективный план инновационной

		прогностической документации в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта;	реализовать коммуникационную кампанию с применением инновационных методов	коммуникационной кампании, презентовать его перед сотрудниками и осуществлять частичное или полное руководство проектной деятельностью по его реализации
ПК-13: способность определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий.	знает (пороговый уровень)	принципы формирования рекламной и PR-службы, принципы создания эффективной команды; методы и способы корректировки и видоизменения существующих организационных и коммуникационных структур;	знание определений основных понятий предметной области исследования, понятия коммуникационной кампании	способность назвать составляющие программы исследования, может перечислить виды сбора информации и особенности проведения коммуникационной кампании
	умеет (продвинутый уровень)	ориентироваться в схемах и способах построения внешних и внутренних связей организации; создавать рациональную структуру построения рекламной и PR-службы фирмы (организации), отвечающую характеру современных требований, либо	умение грамотно и эффективно реализовывать полученные знания в практической деятельности по подготовке и реализации коммуникационной кампании или мероприятия	способность составить алгоритм исследования, разработать план и назначать ответственных за реализацию каждого этапа плана коммуникационной кампании

		руководить созданием такой структуры, а также всей коммуникационной инфраструктурой организации;		
	владеет (высокий уровень)	способами и методами руководства созданием рациональной коммуникационной структуры организации с учетом необходимости наличия в ней рекламной и PR-службы с функциями налаживания коммуникаций с заказчиками, целевой аудиторией и партнерами по бизнесу;	владение процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечение их качества и эффективности	способность самостоятельно находить новые методы исследования и разрабатывать модификации исследований в соответствии с целями, внедрять последние достижения науки в процесс исследования, самостоятельно провести коммуникационную кампанию или мероприятие, эффективно управляя исследовательской командой
ПК-14: способность руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации.	знает (пороговый уровень)	принципы, методы, технологии анализа производственно-хозяйственной и финансовой деятельности организации; порядок финансирования капитальных вложений и привлечения инвесторов;	знание определений основных понятий предметной области исследования, понятия коммуникационной инфраструктуры организации	способность назвать составляющие программы исследования, может перечислить виды сбора информации и особенности проведения коммуникационной кампании
	умеет (продвинутый уровень)	анализировать рыночные изменения, события, делать выводы и разрабатывать стратегические планы;	умение грамотно и эффективно реализовывать полученные знания в практической деятельности, в том числе презентовать	способность составить алгоритм исследования, разработать план и назначать ответственных за реализацию каждого этапа плана

			данные, полученные в ходе исследований, сотрудникам организации	коммуникационной кампании
	владеет (высокий уровень)	навыками количественного и качественного анализа для принятия управленческих решений; методикой построения организационно-управленческих моделей; информационными технологиями для прогнозирования и управления бизнес-процессами;	владение процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации исследований, навыками по презентации данных, полученных в ходе исследований, сотрудникам организации	способность самостоятельно находить новые методы исследования и разрабатывать модификации исследований в соответствии с целями, внедрять последние достижения науки в процесс исследования, самостоятельно провести коммуникационную кампанию или мероприятие, эффективно управляя исследовательской командой

9.1.2 Шкала оценивания и критерии оценки результатов защиты отчета по практике

При выставлении оценки «отлично» при защите отчета по практике студент должен демонстрировать высокий уровень, оценки «хорошо» - продвинутый уровень, а оценки «удовлетворительно» - пороговый.

Основные объекты оценивания результатов прохождения практики:

- деловая активность студента в процессе практики;
- производственная дисциплина студента;
- качество выполнения индивидуального задания;
- оформление дневника практики;
- качество выполнения и оформления отчета по практике;
- уровень ответов при сдаче зачета (защите отчета);
- характеристика и оценка работы студента руководителем практики с

места прохождения практики

При выставлении оценки принимаются во внимание следующие показатели:

- глубина раскрытия выбранной темы исследования;
- научная новизна и самостоятельность проведенного исследования;
- соответствие уровня подготовленных магистрантом учебно-методических материалов по теме учебного занятия предъявляемым требованиям;
- оценка методического уровня подготовки, организации и проведения учебного занятия;
- соответствие отчетных документов по практике основным требованиям;
- характеристика с места прохождения практики;
- участие в итоговой конференции;
- мнение научного руководителя.

Критерии выставления оценки студенту на зачете по практике

Оценка	Требования к сформированным компетенциям
«отлично»	Оценка «отлично» выставляется студенту, если он полностью выполнил программу практики, умеет использовать теоретические знания при выполнении задания по практике, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, умеет приводить примеры, ответил на все вопросы во время защиты практики, ответы отличаются логичностью, глубиной и полнотой раскрытия темы

«хорошо»	Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он полностью выполнил программу практики, умеет использовать теоретические знания при выполнении задания по практике, хорошо справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, ответил на основные вопросы во время защиты практики, ответы отличаются логичностью и полнотой раскрытия темы, однако допускается одна - две неточности в ответе.
«удовлетворительно»	Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он выполнил основную часть программы практики, но с трудом умеет использовать теоретические знания при выполнении задания по практике, в целом справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, ответы на вопросы во время защиты практики отличаются недостаточной глубиной и полнотой
«неудовлетворительно»	Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не выполнил программу практики, не умеет использовать теоретические знания при выполнении задания по практике, не справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, не ответил на основные вопросы во время защиты практики

Студент, не выполнивший программу практики по уважительной причине, направляется на практику повторно в свободное от аудиторных занятий время. Студент, не выполнивший программу практики без уважительной причины или получивший неудовлетворительную оценку, считается имеющим академическую задолженность. Ликвидация этой задолженности проводится в соответствии с нормативными документами ДВФУ.

9.1.3 Типовые задания для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности

За время практики студенту необходимо выполнить индивидуальное задание по изучению отдельных направлений работы или видов деятельности организации, решению конкретных задач в интересах базы практики и ДВФУ.

Индивидуальное задание на научно-исследовательскую работу.

Первый этап: знакомство с задачами и организацией практики, с правилами внутреннего трудового распорядка дня, проведение инструктажа по технике безопасности и пожарной безопасности; определение темы научно-исследовательской работы; составление плана НИР; обзор и теоретический анализ научной литературы по теме исследования; подбор методов для проведения научного исследования; согласование и корректировка плана проведения научно-исследовательской работы с руководителем.

Второй этап: проведение эмпирического исследования; обработка полученного материала и формулировка выводов; оформление результатов

НИР; подготовка материалов по теме научно- исследовательской работы для выступления на конференциях, круглых столах; выработка навыка составления тематических списков литературы, каталогов, картотек и других типов описаний, классификаций и типологий; сортировка и оценка изучаемого материала по степени новизны, актуальности, специализированности и другим параметрам; изучение и анализ планирования возможного расширения научно-исследовательской деятельности; анализ и пополнение информационного и методического обеспечения принимающей организацией; сравнительный анализ форм и методов управления предприятием; исследование сравнительной эффективности современных активных и интерактивных методик преподавания; изучение причин и опыта преодоления возникающих в деятельности затруднений и проблем.

Вопросы для защиты отчета по практике:

- Обосновать выбор материала исследования.
- Перечислить освоенные при прохождении НИР методы исследования.
- Обосновать необходимость их применения.

9.1.4 Методические материалы, определяющие процедуру оценивания

Для получения положительной оценки по результатам практики студент должен полностью выполнить программу практики, своевременно оформить и представить все необходимые отчетные документы.

Результаты проделанной работы должны получить отражение в отчёте о практике. Отчет проверяется и подписывается руководителем практики от предприятия, затем представляется руководителю практики от вуза на последней неделе практики в установленный срок. В случае, если местом прохождения практики является департамент ДВФУ, отчет оформляется студентом и сдается руководителю практики от вуза.

Итоговая оценка за практику выставляется на основании всех представленных документов, посредством которых выявляется регулярность посещения места практики, тщательность составления отчета, инициативность студента, проявленная в процессе практики и способность к самостоятельной профессиональной деятельности.

Результаты прохождения практики оцениваются по следующим критериям:

- уровню освоения компетенций;
- отзыву руководителя практики от организации;
- практическим результатам проведенных работ и их значимости;
- качеству ответов студента на вопросы по существу отчета.

По результатам проведения практики и защиты отчетов студентов, преподавателем – руководителем практики составляется сводный отчет.

Зачет по практике приравнивается к оценкам по теоретическому обучению и учитывается при подведении итогов общей успеваемости студентов. Оценка, полученная студентами на зачете, учитывается при назначении стипендии.

Студенты, не выполнившие программу без уважительной причины или получившие отрицательную оценку, могут быть отчислены из высшего учебного заведения как имеющие академическую задолженность в порядке, предусмотренном уставом вуза.

Оформление отчёта по практике

Отчет по производственной практике составляется в соответствии с основным этапом программы практики и отражает выполнение индивидуального задания. Объем отчета должен составлять 15-25 страниц машинописного текста (без учета приложений). Отчет оформляется на бумаге формата А4 (210x297 мм) и брошюруется в единый блок. Текст отчета излагается на одной стороне листа, шрифтом Times New Roman, 14 размером, через 1,5 интервала. Каждая страница работы оформляется со следующими полями: левое - 30 мм; правое - 10 мм; верхнее - 20 мм; нижнее - 20 мм. Абзацный отступ в тексте - 1,5 см. Все страницы работы должны иметь сквозную нумерацию, включая приложения. Нумерация производится арабскими цифрами, при этом порядковый номер страницы ставится в нижнем правом углу, начиная с оглавления после титульного листа. Все структурные элементы отчета о практике брошюруются (сшиваются).

Отчет должен быть иллюстрирован таблицами, графиками, схемами, заполненными бланками, рисунками. Страницы отчета нумеруют арабскими цифрами, с соблюдением сквозной нумерации по всему тексту. Номер

проставляется в центре нижней части листа (выравнивание от центра) без точки в конце номера. Схемы, рисунки, таблицы и другой иллюстративный материал, расположенный на отдельных листах, включаются в общую нумерацию страниц, но не засчитываются в объём работы. Если они не могут быть приведены в варианте компьютерной графики, их следует выполнять черными чернилами или тушью. Титульный лист включается в общую нумерацию страниц, однако номер страницы на титульном листе не проставляется. Цифровой материал должен оформляться в виде таблиц. Таблицу следует располагать в отчете непосредственно после текста, в котором она упоминается впервые, или на следующей странице. На все приводимые таблицы должны быть ссылки в тексте отчета. Таблицы следует нумеровать арабскими цифрами порядковой нумерацией в пределах всего текста отчета. Номер следует размещать над таблицей слева без абзацного отступа после слова «Таблица». Каждая таблица должна иметь заголовок, который помещается в одну строку с её номером через тире. Рисунки (чертежи, графики, схемы, компьютерные распечатки, диаграммы, фотоснимки) следует располагать в работе непосредственно после текста, в котором они упоминаются впервые, или на следующей странице.

Содержание разделов отчёта

Титульный лист (приложение 1) Содержание

Введение Основная часть

- Общая характеристика базы практики
- Описание рабочего места и функциональных обязанностей
- Индивидуальное задание для прохождения практики

(приложение 2)

Заключение о результатах практики

Список использованных источников и литературы Приложения.

Рекомендации по содержанию отчета

Во введении необходимо описать цели и задачи практики, дать краткую характеристику места практики (организации), сформулировать миссию предприятия.

Основная часть должна содержать описание истории создания места практики, организационной структуры предприятия, конкурентной среды предприятия, сферы деятельности объекта практики. Далее описываются

этапы выполнения работ в соответствии с индивидуальным заданием, приводятся предложения по совершенствованию и организации работы предприятия.

Заключение отражает достигнутые результаты, анализ возникших проблем и варианты их устранения, собственную оценку уровня своей профессиональной подготовки по итогам практики. Отчет должен отражать мнение студента к изученным в ходе теоретической подготовки вопросам, их соответствия реальной деятельности, а также какие специальные навыки и знания студент приобрел в ходе практики.

К отчету о прохождении практики прилагаются:

- отзыв руководителя практики от принимающей стороны: характеристика отношения практиканта к работе, дисциплинированность, наличие необходимых навыков работы, общая оценка работы за период практики (в случае если местом прохождения практики является ДВФУ, отзыв руководителя практики не оформляется);

- дневник практики, заверенный руководителем практики от принимающей стороны, включающий перечень и краткое описание ежедневных видов работ, выполненных студентом во время практики в соответствии с календарным планом практики (приложение 2).

10. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ РАБОТЫ)

Основная литература:

1. Кравцова, Е.Д. Логика и методология научных исследований : учеб.пособие / Е.Д. Кравцова, А.Н. Городищева. – Красноярск : Сиб.федер. ун-т, . - 168 с. <http://znanium.com/catalog/product/507377>

2. Пещеров Г.И. Методология научного исследования [Электронный ресурс] : учебное пособие / Г.И. Пещеров, О.Н. Слоботчиков. – М. : Институт мировых цивилизаций, 2017. – 312 с. <http://www.iprbookshop.ru/77633.html>

Дополнительная литература

(печатные и электронные издания)

1. Пономарева, А.М. Коммуникационный маркетинг: креативные средства и инструменты: Учебное пособие / Пономарева А.М. - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 247 с. (Высшее образование: Магистратура) <http://znanium.com/catalog/product/543676>

2. Синяева, И.М. Маркетинг для магистров: Учебник / Под общ. ред. И.М.Синяевой – М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 368 с. – <http://znanium.com/catalog/product/501125>

3. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, публич рилейшнз, брендинг: Учебное пособие / Шарков Ф.И. - М.: Дашков и К, 2018. – 324 с. – <http://znanium.com/catalog/product/342869>

4. Шувалов, И.И. Глобализация и интеграционные процессы в Азиатско-Тихоокеанском регионе (прав. и эконом. исслед.): Моногр. / И.И.Шувалов, А.Я. Капустин; Под ред. Т.Я. Хабриевой - М.: НИЦ ИНФРА-М: ИзиСП, 2014 <http://znanium.com/bookread2.php?book=460543>

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Федеральный портал «Российское образование» <http://www.edu.ru>
2. Российский портал открытого образования <http://window.edu.ru>
3. Правовая информационная система <http://www.consultant.ru>
4. Научная электронная библиотека eLIBRARY проект

РФФИ www.elibrary.ru

Перечень информационных технологий и программного обеспечения


Место расположения компьютерной техники, на котором установлено программное обеспечение	Перечень программного обеспечения
Компьютерный класс Департамент коммуникаций и медиа ШИГН (ауд. F 609)	Microsoft Office Professional Plus 2013 – офисный пакет, включающий программное обеспечение для работы с различными типами документов (текстами, электронными таблицами, базами данных и др.); 7Zip 16.04 - свободный файловый архиватор с высокой степенью сжатия данных; Adobe Acrobat XI Pro – пакет программ для создания и просмотра электронных публикаций в формате PDF.

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (НИР)

Для проведения исследований, связанных с выполнением задания по практике студентам доступно следующие специализированные кабинеты, соответствующие действующим санитарным и противопожарным нормам, а также требованиям техники безопасности при проведении учебных и научно-исследовательских работ:

Наименование оборудованных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень основного оборудования
Компьютерный класс Департамент коммуникаций и медиа ШИГН (ауд. F 609)	Моноблок HP ProOne 400 All-in-One 19,5 (1600x900), Core i3-4150T, 4GB DDR3-1600 (1x4GB), 1TB HDD 7200 SATA, DVD+/-RW, GigEth, Wi-Fi, BT, usb kbd/mse, Win7Pro (64-bit)+Win8.1Pro(64-bit), 1-1-1 Wty
Читальные залы Научной библиотеки ДВФУ с открытым доступом к фонду (корпус А - уровень 10)	Моноблок HP ProOne 400 All-in-One 19,5 (1600x900), Core i3-4150T, 4GB DDR3-1600 (1x4GB), 1TB HDD 7200 SATA, DVD+/-RW, GigEth, Wi-Fi, BT, usb kbd/mse, Win7Pro (64-bit)+Win8.1Pro(64-bit), 1-1-1 Wty Скорость доступа в Интернет 500 Мбит/сек. Рабочие места для людей с ограниченными возможностями здоровья оснащены дисплеями и принтерами Брайля; оборудованы: портативными устройствами для чтения плоскочечатных текстов, сканирующими и читающими машинами видеоувелечителем с возможностью регуляции цветовых спектров; увеличивающими электронными лупами и ультразвуковыми маркировщиками

В целях обеспечения специальных условий обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в ДВФУ все здания оборудованы пандусами, лифтами, подъемниками, специализированными местами, оснащенными туалетными комнатами, табличками информационно-навигационной поддержки.

Составитель: канд. полит. наук, доцент  Е.В. Федорова

Программа практики обсуждена на заседании Департамента коммуникаций и медиа, ШИГН ДВФУ протокол № 10 от 04.06.2018 г.



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)

ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

ОТЧЁТ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ
Научно-исследовательская работа
(Выполнение индивидуального плана-графика НИР за... семестр)

Отчет защищен:	Выполнил студент
с оценкой _____	_____
_____	Руководитель практики
подпись	_____
И.О.Фамилия	ФИО
«____» _____	
2018 г.	
Регистрационный № _____	Практика пройдена в срок
«____» _____ 2018 г.	с «__» _____ 2018 г.
	по «__» _____ 2018 г.
	на
	предприятии _____
_____	_____
подпись	_____
И.О.Фамилия	_____

г. Владивосток

2018 г.

План-график научно-исследовательской работы**1-й семестр обучения**

144 часа самостоятельной работы согласно учебному плану

Научно-исследовательская работа 1 семестра включала:

ТАБЛИЦА 1			
№	Возможные виды работ, выполняемые магистром в течение 1-го семестра магистратуры	Сроки выполнения	Отметка Руководителя
1	Ознакомление с тематикой исследовательских работ в области рекламы и связей с общественностью		
2	Выбор примерной тематики предстоящей научно-исследовательской работы		
3	Формулирование темы магистерской диссертации и согласование ее с руководителем магистратуры		
4	Составление и согласование плана-содержания магистерской диссертации		
5	Составление, обсуждение и утверждение плана выполнения НИР		
6	Обоснование и выбор методов эмпирического исследования		
7	Подбор и формирование выборок испытуемых		
8	Проведение пилотажного исследования		
9	Библиографический поиск		
10	Составление библиографического списка по теме НИР		
11	Анализ литературных данных		

12	Составление литературного обзора		
13	Выступление, защита выбранной тематики НИР и темы магистерской диссертации		
14	Другое		

Выбор примерной темы магистерской диссертации сопровождается письменным обоснованием ее актуальности, постановкой исследовательских целей и задач и формулированием рабочих гипотез.

Объем текста – 2-3 страницы. Шрифт Times New Roman, 14 кегель, межстрочный интервал 1,5.

ТАБЛИЦА 2		
Краткое обоснование актуальности темы магистерской диссертации		
Постановкой исследовательских целей и задач		
Формулирование рабочих гипотез		
<i>Заполняется магистром</i>		
<i>Объем текста – 2-3 страницы. Шрифт Times New Roman, 14 кегель, межстрочный интервал 1,5.</i>		
ТАБЛИЦА 3		
ПРЕДВАРИТЕЛЬНАЯ СХЕМА МАГИСТЕРСКОЙ ДИССЕРТАЦИИ		
Структурно-функциональные компоненты диссертации	<i>Заполняется магистром:</i>	Примечания руководителя
ФИО магистра:		
ФИО руководителя:		
Тема диссертации (предварительная):		
Объект исследования (эмпирический):		
Объект исследования (теоретический):		
Предмет исследования:		
Цель исследования:		
Гипотеза:		
Методы и методики исследования:		

Статус исследования: (описательное, сравнительное или каузальное)		
--	--	--

ТАБЛИЦА 4.	
Примерный план-содержание магистерской диссертации:	
Структурно-содержательный элемент диссертации:	Конкретное наименование исходя из содержания: <i>заполняется магистром</i>
Введение	
Глава 1. Теоретико-методологическая	
Параграф: 1.1.	
Параграф: 1.2.	
Параграф: 1.3.	
Глава 2. Методическая	
Параграф: 2.1.	
Параграф: 2.2.	
Параграф: 2.3.	
Глава 3. Эмпирическая	
Параграф: 3.1.	
Параграф: 3.2.	
Параграф: 3.3.	
Заключение	
Библиографический список	
Приложение	

ТАБЛИЦА 5	
Библиография по теме НИР (литературные источники, с которыми ознакомился магистр за 1-й семестр) <i>заполняется студентом</i> <i>не менее 30, в том числе не менее 3-х на иностранном языке и</i> <i>не менее 5-ти статей в реферируемых изданиях ВАК</i>	
1	
2	
3	
4	

5	
6	
7	
8	
9	
10	

Тема магистерской диссертации, примерный план-содержание магистерской диссертации, план научно-исследовательской работы, библиографический список согласованы.

Научный руководитель _____
(подпись) (ФИО)

Тему магистерской диссертации, примерный план-содержание магистерской диссертации, план научно-исследовательской работы, библиографический список утверждаю.

Руководитель магистратуры _____

(подпись) (ФИО)

Тема магистерской диссертации утверждена на заседании
департамента. (протокол заседания ДКиМ ШГН ДВФУ №_____ от
«___» _____ 20___ г.)

Заслушан отчет о выполнении НИР.

(протокол заседания ДКиМ № _____ от «___»
_____ 20___ г.)

Необходимые коррективы и рекомендации по организации НИР
(заполняется по согласованию с руководителем магистратуры):

План-график научно-исследовательской работы

2-й семестр обучения

144 часов самостоятельной работы согласно учебному плану

Научно-исследовательская работа 2-го семестра включала:

ТАБЛИЦА 6			
№	Возможные виды работ, выполняемые магистром в течение 2-го семестра магистратуры	Сроки выполнения	Отметка руководителя
1	Корректировка схемы диссертационного исследования		
2	Корректировка тематики диссертационного исследования		
3	Корректировка плана-содержания магистерской диссертации		
4	Апробация методов эмпирического исследования в пилотажном исследовании		
5	Подбор и формирование выборок испытуемых		
6	Проведение пилотажного исследования		
7	Проведение части теоретического исследования		
8	Проведение части эмпирического исследования		
9	Сбор эмпирических данных		
10	Составление таблиц первичных данных		
11	Статистическая обработка данных		
12	Библиографический поиск		
13	Составление библиографического списка по теме НИР		
14	Анализ литературных данных		
15	Составление литературного обзора		
16	Подготовка статьи по результатам исследования		
17	Участие в научной конференции		
18	Участие в научно-методическом семинаре департамента		
19	Представление проделанной работы перед		

	департаментом		
20	Другое		

ТАБЛИЦА 7	
Краткое описание выполненного пилотажного исследования	
Тема исследования:	
Актуальность исследования:	
Цель исследования:	
Задачи исследования:	
Объект исследования:	
Предмет исследования:	
Гипотеза исследования:	
Краткая характеристика методолого-теоретической базы и методов исследования	
Характеристика эмпирической базы исследования	
Краткое описание организации исследования	
Основные полученные научные результаты	
Теоретическая значимость исследования	
Практическая ценность полученных научных результатов	
Обоснование достоверности полученных результатов	
Сведения об апробации результатов исследования - форма представления полученных научных результатов:- тезисы; - статья;- доклад на конференции;- другое.	
Сведения о соавторах:	

ТАБЛИЦА 8
Библиография по теме НИР
(литературные источники, с которыми ознакомился магистр за 2-й семестр) <i>заполняется студентом</i>

<i>не менее 30, в том числе не менее 3-х на иностранном языке и не менее 5-ти статей в реферируемых изданиях ВАК</i>	
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	

Выполненный магистрами объем и содержание работы оцениваются комиссионно на заседании департамента по следующим критериям:

- Методологическая корректность (согласованность методологического базиса) исследования;
- Структурированность, логичность статьи (наличие введения, теоретической, эмпирической частей, заключения, пропорциональное соотношение указанных частей, корректность составления библиографического списка);
- Теоретическая обоснованность (объем выполненного теоретического исследования);
- Эмпирическая обоснованность (объем и полнота выполненного эмпирического исследования, его достаточность для проверки гипотез);
- Достижение/не достижение поставленных исследовательских задач и цели исследования.
- Полнота и правильность ответов на вопросы по теме ходе защиты.

Оценка выполнения НИР 2-го семестра магистром 1-го года обучения

Ф И О

Оценка: « ____ »

(должность)

(подпись)

(ФИО)

Уточненная тема магистерской диссертации *(при необходимости)*:

Уточненный план-содержание магистерской диссертации *(при необходимости)*:

Тема магистерской диссертации, примерный план-содержание магистерской диссертации, план научно-исследовательской работы, библиографический список согласованы.

Научный руководитель

(подпись)

(ФИО)

Тему магистерской диссертации, примерный план-содержание магистерской диссертации, план научно-исследовательской работы, библиографический список утверждаю.

Руководитель магистратуры _____

(подпись)

(ФИО)

Заслушан отчет о выполнении научно-исследовательской работы.

(протокол заседания ДКиМ

№ _____ от « _____ » _____ 20 ____ г.)

Тема магистерской диссертации утверждена на заседании

департамента. (протокол заседания ДКиМ

№ _____ от « _____ » _____ 20 ____ г.)

Необходимые коррективы выполнения НИР (заполняется по согласованию с руководителем магистратуры):

План-график научно-исследовательской работы

3-й семестр обучения

Научно-исследовательская работа 3 семестра согласно учебному плану составляет 108 часов самостоятельной работы и включает следующие виды работы:

№	Виды работ ¹ :	Планируемый расход времени (час.)	Фактический расход времени (час.) и сроки выполнения
1	Выполнение теоретического исследования (теоретическая глава диссертации):		

1 Выполнение теоретического исследования (теоретической главы диссертации) является обязательным видом НИР. Дополнительно может быть начато выполнение эмпирической части исследования. Перечень работ может быть дополнен в соответствии с логикой организации НИР.

Заполняется по согласованию с научным руководителем или руководителем магистратуры

1.1	Написание параграфа 1 <u>Тема:</u>		
1.2	Предоставление на рецензию научному руководителю	в срок до «_» _____20__	
1.3	Написание параграфа 2 <u>Тема:</u>		
1.4	Предоставление на рецензию научному руководителю	в срок до «_» _____20__	
1.5	Написание параграфа 3 <u>Тема:</u>		
1.6	Предоставление на рецензию научному руководителю	в срок до «_» _____20__	
2	Выполнение эмпирического исследования (эмпирическая глава диссертации):		
2.1	Написание параграфа 1 <u>Тема:</u>		
2.2	Предоставление на рецензию научному руководителю	в срок до «_» _____20__	
2.3	Написание параграфа 2 <u>Тема:</u>		
2.4	Предоставление на рецензию научному руководителю	в срок до «_» _____20__	
2.5	Написание параграфа 3 <u>Тема:</u>		
2.6	Предоставление на рецензию научному руководителю	в срок до «_» _____20__	

Выполненный студентами-магистрами объем работ оценивается научным руководителем магистра или руководителем магистратуры по следующим критериям:

1. Теоретико-методологическая обоснованность темы магистерской диссертации;
2. Структурированность, логичность главы (наличие выводов в параграфах, пропорциональное соотношения частей текста внутри главы);
3. Логическое соответствие содержания теоретической главы и плана эмпирического исследования.
4. Полнота и правильность ответов на вопросы по теме подготовленной главы.

Оценка выполнения научно-исследовательской работы 3 семестра:

« _____ »

(должность)

(подпись)

(ФИО)

Необходимые коррективы выполнения НИР (заполняется по согласованию с научным руководителем или руководителем магистратуры):

После выполнения научно-исследовательской работы магистрант может уточнить тему магистерской диссертационной работы, план-содержание и план теоретического и эмпирического исследований.

Уточненная тема магистерской диссертации: _____

Уточненный план-содержание магистерской диссертации:

Тема магистерской диссертации, примерный план-содержание магистерской диссертации, план научно-исследовательской работы, библиографический список согласованы

Научный руководитель _____

(подпись)

(ФИО)

Тему магистерской диссертации, примерный план-содержание магистерской диссертации, план научно-исследовательской работы, библиографический список утверждаю

Руководитель магистратуры _____

(подпись)

(ФИО)

Тема магистерской диссертации утверждена на заседании департамента.

(протокол заседания ДКиМ № _____
от « ____ » _____ 20 ____ г.)

Заслушан отчет о выполнении научно-исследовательской работы.

(протокол заседания ДКиМ № _____
от « ____ » _____ 20 ____ г.)

План-график научно-исследовательской работы

4-й семестр обучения

Научно-исследовательская работа 4 семестра согласно учебному плану составляет 72 часа самостоятельной работы и включает следующие виды работы:

№	Виды работы ²	Планируемый расход времени (час)	Фактический расход времени (час.) и сроки выполнения
1	Выполнение эмпирического исследования(эмпирическая глава диссертации):		
1.1	Написание параграфа 1 <u>Тема:</u>		
	Предоставление на рецензию научному руководителю	в срок до «___» _____ 20__	
1.2	Написание параграфа 2 <u>Тема:</u>		
	Предоставление на рецензию научному руководителю	в срок до «___» _____ 20__	
1.3	Написание параграфа 3 <u>Тема:</u>		
	Предоставление на рецензию научному руководителю	в срок до «___» _____ 20__	
2	Дополнительный логический или математико-статистический анализ:		

² Выполнение эмпирического исследования (эмпирической главы диссертации) является обязательным видом НИР. Перечень работ может быть дополнен в соответствии с логикой организации НИР. Заполняется по согласованию с научным руководителем или руководителем магистратуры.

	Предоставление на рецензию научному руководителю	в срок до « ____ » _____ 20__	
3	Окончательное оформление выпускной квалификационной работы, форматирование и редактирование		
	Предоставление на рецензию научному руководителю	в срок до « ____ » _____ 20__	

В эмпирической главе должно быть представлено:

- краткое описание эмпирической базы
- методологические установки эмпирического исследования
- этапы и описание выполненного эмпирического исследования, примененных методов, стратегии проверки гипотез,
- полученные научные результаты,
- дополнительный качественный (логический) или математический анализ эмпирических данных (в зависимости от выбранной методологии и стратегии исследования) .

В заключении должны быть отражены основные полученные научные результаты эмпирического исследования, их теоретическая значимость и практическая ценность.

**Оценка выполнения научно-исследовательской
работы магистра 4 семестра**

Выполненный студентами-магистрами в 4 семестре объем работ оценивается научным руководителем магистра или руководителем магистратуры по следующим критериям:

1. Эмпирическая обоснованность темы магистерской диссертации;
2. Структурированность, логичность главы (наличие выводов в параграфах, пропорциональное соотношения частей текста внутри главы);
3. Логическое соответствие содержания теоретической главы и эмпирического исследования.
4. Теоретико-методологическая согласованность;
5. Адекватность дополнительной логической или математико-статистической обработки полученных эмпирических данных;
6. Полнота и правильность ответов на вопросы по теме магистерской диссертации.

Оценка за экзамен по научно-исследовательской работе четвертого семестра выставляется научным руководителем на основании полноты и качества выполнения работы (проведения эмпирического исследования, дополнительного логического или математико-статистического анализа полученных эмпирических данных, написания эмпирической главы).

Оценка выполнения научно-исследовательской работы 4 семестра:
« _____ »

(должность)

(подпись)

(ФИО)

Заслушан отчет о выполнении научно-исследовательской работы.

(протокол заседания ДКиМ № _____
от « ____ » _____ 20 ____ г.)

Достиженные результаты научно-исследовательской работы магистра ³ обобщены в подготовленной магистерской диссертации на тему:

_____ объемом _____ страниц машинописного текста, шрифт Times New Roman, кегель 14, полуторный интервал.

Диссертация содержит:

_____ таблиц, _____ графиков (рисунков).

Теоретико-методологическая глава включает _____ листов, эмпирическая глава - _____ листов.

Библиографический список включает _____ источников, из них на иностранном языке _____, а также изданий ВАК _____.

Приложения в количестве _____.

Выполнение магистром индивидуального плана-графика научно-исследовательской работы⁴:

№ п/п	Вид работ	Отметка о выполнении	Примечания
1.	Научно-исследовательская работа 1 семестра		
2.	Научно-исследовательская работа 2 семестра		
3.	Научно-исследовательская работа 3 семестра		

³ Заполняется студентом

⁴ Заполняется научным руководителем не позднее 3 недель до установленной даты защиты ВКР

4.	Научно-исследовательская работа 4 семестра		
5.	Представление полученных результатов научно-исследовательской работы в ходе прохождения научно-педагогической практики		
6.	Сведения о публикации статей		

Научно-исследовательская работа выполнена в полном объеме, за время, отведенное согласно ФГОС на выполнения научно-исследовательской работы и практики подготовлена выпускная магистерская работа на тему:

« _____
_____».

Работа выполнена на хорошем научном уровне и соответствует требованиям, предъявляемым к выпускным магистерским работам.

Работа заслуживает оценки
« _____».

Работа может быть передана на рецензирование (2 преподавателям департамента, имеющим научное звание не ниже кандидата наук и изучающим соответствующую предметную область).

Научный руководитель:

(должность)

(подпись)

(ФИО)

Руководитель магистратуры:

(должность)

(подпись)



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)

ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

«СОГЛАСОВАНО»

Руководитель ОП

 Е.В. Федорова

04 июня 2018г.



В.А. Казакова

В.А. Казакова

04 июня 2018 г.

ПРОГРАММА ПРЕДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

Направление подготовки - 42.04.01. «Реклама и связи с общественностью»
Магистерская программа «Стратегическое управление коммуникациями в рекламе
и связях с общественностью»
Форма подготовки очная

Квалификация (степень) выпускника: магистр

Владивосток

2018

1. НОРМАТИВНАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ, РЕГЛАМЕНТИРУЮЩАЯ ПРОЦЕСС ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Программа разработана в соответствии с требованиями:

- Федерального закона от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

- Приказа Министерства образования и науки Российской Федерации от 05.04.2017 N 301 "Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры";

- Приказа Министерства образования и науки Российской Федерации от 27.11.2015 г. № 1383 «Об утверждении положения о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования»;

- образовательного стандарта высшего образования, самостоятельно устанавливаемого ДВФУ по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», принят решением Ученого совета Дальневосточного федерального университета, протокол от 25.02.2016 № 02-16, и введен в действие приказом ректора ДВФУ от 10.03.2016 № 12-13-391;

- Устава ДВФУ, утвержденного приказом Минобрнауки РФ от 06 мая 2016 года №522.

2. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

Цель преддипломной практики: подготовить магистра к решению практических задач на предприятии (организации) и защите выпускной квалификационной работы.

Преддипломная практика магистров является завершающим этапом обучения и проводится для овладения ими первоначальным профессиональным опытом, проверки профессиональной готовности будущего магистра к самостоятельной трудовой деятельности и сбора материалов выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации).

3. ЗАДАЧИ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

Задачами преддипломной практики являются:

- углубление и закрепление профессиональных знаний и умений, компетенций, полученных студентами в процессе обучения;
- развитие профессиональной культуры;
- формирование практических навыков и творческого мышления, индивидуального стиля профессиональной деятельности для ведения самостоятельной научно-исследовательской работы в сфере рекламы и связей с общественностью;
- сбор материалов к выпускной квалификационной работе (магистерской диссертации);
- совершенствование работы с библиотечными каталогами, электронными базами данных, в том числе с социальными сетями и Интернетом;
- практический анализ и интерпретация различных видов рекламных и PR-текстов;
- разработка самостоятельных, обладающих стратегической ценностью, идей в профессиональной сфере;
- создание, редактирование, систематизация деловой документации в сфере профессиональной деятельности;
- участие в разработке рекламных и PR-проектов.

4. МЕСТО ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Преддипломная практика входит в блок Б2 «Практики, в том числе научно-исследовательская работа (НИР)» учебного плана (индекс Б2.В.02.05(П)) и является обязательной.

Для успешного прохождения практики у студентов должны быть сформированы следующие предварительные компетенции, полученные на предыдущем уровне образования (бакалавриат):

умение работать в проектных междисциплинарных командах, в том числе в качестве руководителя (ОК-3);

умением быстро осваивать новые предметные области, выявлять противоречия, проблемы и выработать альтернативные варианты их решения (ОК-4);

способностью генерировать идеи в научной и профессиональной

деятельности (ОК-5);

способность к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности (ОК-11);

способность планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-2);

способность самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности (ОПК-7);

способность управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность (ПК-1).

Преддипломная практика базируется на освоении как теоретических учебных дисциплин базовой и вариативной частей, так и дисциплин, непосредственно направленных на освоение профессиональной деятельности магистра («Стратегическое планирование и реализация рекламных и информационных кампаний», «Антикризисные коммуникации», «Технологии рекламы и связей с общественностью в бизнесе, политике и социальной сфере»), а также на навыках, усвоенных во время прохождения учебной и производственной практики.

Базовые знания и умения магистранта, приобретенные в результате освоения предшествующих частей ОП и необходимые при освоении данной практики:

знает:

- основные понятия и сущность рекламы и PR;
- основные компьютерные технологии;
- методологию и методы принятия решений.

умеет:

- анализировать собственную профессиональную деятельность;
- анализировать сложившуюся ситуацию;
- проектировать и планировать этапы и средства деятельности по достижению конкретного результата.

владеет:

- методами принятия решений;
- технологиями формирования, позиционирования, контроля и

корректировки проектов в сфере рекламы и PR;

- навыками делового общения.

5. ТИПЫ, СПОСОБЫ, МЕСТО И ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

Вид практики – производственная практика.

Тип практики – преддипломная практика.

Способ проведения – стационарная.

Форма проведения – концентрированная.

В соответствии с графиком учебного процесса практика реализуется в четвертом семестре, в течение 4 недель, 216 час. (6 зачетных единиц).

Местом проведения практики являются структурные подразделения ДВФУ (Департамент коммуникаций и медиа, Учебно-телевизионный Центр ШГН ДВФУ) или сторонние организации в соответствии с заключенными с ДВФУ договорами, такие как рекламные агентства, отделы маркетинга, рекламы и связей с общественностью на предприятиях, в средствах массовой информации (телевидение, радио, журналы, газеты), издательствах, дизайн-студиях и других коммерческих, общественных, государственных и муниципальных организациях. В их число входят:

1) государственные и муниципальные учреждения (УФНС по Приморскому краю, УМВД дел России по Приморскому краю, Администрация Приморского края и г. Владивостока, г. Находки, Уссурийска и т.д.);

2) коммерческие организации (Коммуникационное агентство «АГТ-Дальний Восток», PR-агентство «Бабич и партнеры» и др.);

3) СМИ (РИА «Примамедиа», РИА «Дейта.RU», ГТРК «Владивосток» и др.).

6. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

В качестве планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы, обучающиеся должны:

знать:

- Технологии нахождения информации с помощью современных информационных технологий;
- особенности и структуру коммуникационных кампаний и мероприятий;
- особенности и специфику менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга;

уметь:

- анализировать полученную информацию, ориентироваться в проблематике рекламных и междисциплинарных исследований рынка, применять их ключевые стратегии и методы, адаптировать их и, при необходимости, модифицировать непосредственно для решения задач в профессиональной сфере;
- анализировать ситуацию, выявлять недостатки и возможности их корректировки в коммуникационных кампаниях и мероприятиях с учетом поставленных целей;
- искать, оценивать, отбирать, адаптировать к практике теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга;

владеть:

- культурой теоретической и научно-практической работы в области рекламы и связей с общественностью и междисциплинарных исследований;
- навыками и (или) опытом деятельности: навыки проведения коммуникационных кампаний и мероприятий;
- навыками и (или) опытом деятельности: по проектированию, разработке концептуальных идей, применению стратегий в сфере рекламы и PR, руководству проектами.

В результате прохождения преддипломной практики студенты овладевают следующими компетенциями:

ПК-1: Способность управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность;

ПК-2: Способность осуществлять корректировку и контроль коммуникационных программ и мероприятий;

ПК-3: Способность разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью;

ПК-4: Способность управлять деятельностью коллектива, планировать его работу, обеспечивать ее эффективность;

ПК-5: Способность работать с персоналом, оценивать производительность и качество его труда, устранять конфликты, обеспечивать сплоченность коллектива, толерантность;

ПК-6: Способность самостоятельно принимать управленческие решения и нести за них ответственность;

ПК-7: Способность разрабатывать эффективную стратегию и формировать политику риск-менеджмента на предприятии, оперативно принимать решения в кризисных ситуациях;

ПК-8: Способность оценивать затраты и результаты деятельности;

ПК-9: Способность к выработке нестандартных решений;

ПК-10: Способность применять перспективные теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга;

ПК-11: Способность разрабатывать планы и программы инновационной деятельности, технико-экономические обоснования;

ПК-13: способностью определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий;

ПК-14: способностью руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации.

7. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

Общая трудоемкость преддипломной практики составляет 4 недели, 6 зачетных единиц, 216 час.

N п/п	Разделы (этапы) практики	Виды учебной работы на практике, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)		Форма текущего контроля
1	Организа- ционный	Знакомство с предприятием – базой практики, его деятельностью и структурой организации. Составить список и провести анализ нормативно-правовых документов, которые используются в организации для регулирования деятельности в сфере рекламы и связях с общественностью. Собрать и систематизировать информацию о деятельности организации – базе практики	16	Собеседо- вание
2	Подготови- тельный	Участие в деятельности организации по продвижению товаров или услуг Разработать план своей деятельности в организации на период прохождения практики, - исследовать структуру организации, познакомиться с руководителями отделов; - участие в работе отдела; - выполнять функциональные обязанности специалиста в области рекламы и связей с общественностью; Собрать и систематизировать информацию о конкурентах организации – базе практики; Принять участие в планировании деятельности отделов по связям с общественностью и рекламы	60	Собеседо- вание
3	Основной	Работа по индивидуальному плану прохождения практики Провести исследование целевой аудитории компании; Провести анализ долгосрочных, среднесрочных и краткосрочных планов деятельности отделов по связям с общественностью и рекламы и организации в целом (определить проблему, цели и задачи, методику исследования, выборку, составить рабочие документы исследования, обработать полученные результаты и составить отчет)	98	Индиви- дуальное задание
4	Заключи- тельный	Завершение работы по выполнению индивидуальных заданий Описание выполненных задач. Определение результатов и эффективности профессиональной деятельности в избранной предметной области. Обработка полученных результатов, составление и защита отчета по практике.	42	Отчёт по практике
	Итого		216	

Предусмотрен контроль самостоятельной работы студентов – 18 час.

8.УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ НА ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКЕ

Самостоятельная работа студента (СРС) является одной из форм проведения практики и организуется с целью:

- Систематизации и закрепления полученных теоретических знаний и практических умений студентов;
- углубления и расширения теоретических знаний;
- формирования умения работать с различными видами информации, умения использовать нормативную, правовую, справочную документацию и специальную литературу;
- развития познавательных способностей студентов;
- формирования таких качеств личности, как ответственность и организованность, самостоятельность мышления, способность к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации.

В ходе самостоятельной работы происходит не только усвоение учебного материала, но и его расширение, формирование умения работать с различными видами информации, развитие аналитических способностей, навыков контроля и планирования учебного времени. СРС можно определить как целенаправленную, внутренне мотивированную, структурированную самим субъектом и корректируемую им по процессу и результату самостоятельную деятельность.

Для эффективного выполнения самостоятельной работы необходимо владеть учебными стратегиями – устойчивым комплексом действий, целенаправленно организованным субъектом для решения различных задач. Основные компоненты учебных стратегий:

- долговременные учебные цели (образ результата), определяющие организацию учебной деятельности;
- технологии – способы, приемы, методы и формы, с помощью которых реализуется достижение учебных целей;
- ресурсы, обеспечивающие достижение учебных целей и управление учебной деятельностью.

Руководитель практики от организации курирует деятельность обучающегося в период прохождения практики, консультирует его по выполнению заданий практики и осуществляет текущий контроль. По окончании практики оценивает уровень освоения компетенций, подтверждает записи обучающегося о выполненных работах в дневнике практики, составляет характеристику о работе обучающегося.

Руководитель практики от департамента коммуникаций и медиа до начала практики помогает магистранту заключить договор (соглашение) об организации и проведении практики, проводит установочную конференцию, в ходе которой знакомит обучающегося с программой практики, системой оценки.

Во время практики оказывает магистранту консультационную помощь по выполнению заданий, осуществляет текущий контроль, по возможности посещает базу практики, поддерживает взаимосвязь с обучающимся посредством сети Интернет, телефонной связи, личного общения, а также рекомендует основную и дополнительную литературу, необходимую для выполнения заданий руководителя практики от организации, и принимает меры к устранению недостатков в организации практики.

После завершения практики проводит промежуточную аттестацию, оценивает уровень освоения компетенций обучающегося, проверяет отчеты студентов о практике, дает отзыв и заключение о прохождении практики, заполняет соответствующие разделы дневника практики магистранта.

По итогам практики руководитель от департамента коммуникаций и медиа проводит итоговую конференцию, на которой обсуждает результаты прохождения практики.

Преддипломная практика завершается составлением магистрантом письменного отчета. Отчет по преддипломной практике защищается в департаменте коммуникаций и медиа и коллегиально обсуждается с магистрантами. Аттестация по итогам практики осуществляется в форме зачета с оценкой. Отрицательная аттестация, а также непредставление магистрантом отчета является академической задолженностью.

9.ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ (ПО ИТОГАМ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ)

9.1ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРАКТИКЕ

Форма контроля по итогам производственной практики – зачёт с оценкой с использованием оценочного средства – устный опрос в форме собеседования.

9.1.1Перечень компетенций, описание показателей и критериев их оценивания на различных этапах формирования, шкала оценивания

При проведении аттестации оценивается уровень сформированности следующих компетенций:

Уровень сформированности компетенций

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели
ПК-1: Способность управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность	Знает (пороговый уровень)	роль и возможности практического использования PR в различных сферах человеческой деятельности: в экономике, политике, культуре и спорте и др.;	знание возможностей практического использования PR в различных сферах человеческой деятельности: в экономике, политике, культуре и спорте и др.;	способность использовать на практике PR в различных сферах человеческой деятельности: в экономике, политике, культуре и спорте и др.;
	Умеет (продвинутый уровень)	проводить исследование предпочтений целевых групп потребителей, анализировать результаты исследований;	умение исследовать предпочтения целевых групп потребителей; умение проводить анализ результатов исследования;	способность произвести исследование предпочтений целевой группы потребителей; способность произвести анализ результатов исследования;
	Владеет (высокий уровень)	творческими технологиями для поиска идеи и планирования эффективной PR-кампании; навыком выявления требований целевых групп потребителей, а также методиками оценки эффективности рекламной кампании и мероприятий в сфере СО.	владение творческими технологиями для поиска идеи и планирования эффективной PR-кампании; владение навыком выявления требований целевых групп потребителей, а также методиками оценки эффективности рекламной кампании и мероприятий в сфере СО.	способность использовать творческие технологии для поиска идеи и планирования эффективной PR-кампании; способность выявлять требования целевых групп потребителей, а также применять методики оценки эффективности рекламной кампании и мероприятий в сфере СО.

ПК-2: Способность осуществлять корректировку и контроль коммуникационных программ и мероприятий	Знает (пороговый уровень)	особенности и структуру коммуникационных кампаний и мероприятий;	знание принципов коммуникационных кампаний и мероприятий;	способность определить особенности и структуру коммуникационной кампании и (или) мероприятия;
	Умеет (продвинутый уровень)	анализировать ситуацию, выявлять недостатки и возможности их корректировки в коммуникационных кампаниях и мероприятиях с учетом поставленных целей;	умение осуществлять анализ ситуации; умение определять недостатки и планировать возможности их корректирования в коммуникационных кампаниях и мероприятиях с учетом поставленных целей;	способность исходя из анализа ситуации выявлять недостатки и определять возможности их корректирования в коммуникационных кампаниях и мероприятиях с учетом поставленных целей;
	Владеет (высокий уровень)	навыками и (или) опытом деятельности: навыки проведения коммуникационных кампаний и мероприятий	владение навыками проведения коммуникационных кампаний и мероприятий.	способность проводить коммуникационную кампанию и(или) мероприятие.
ПК-3: Способность разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью	Знает (пороговый уровень)	методы оценки эффективности кампаний по рекламе и СО; специфику проведения коммуникационных кампаний;	знание способов оценки эффективности кампании по рекламе и связям с общественностью; знание специфики проведения коммуникационных кампаний и мероприятий;	способность оценить эффективность кампании по рекламе и СО; способность провести коммуникационную кампанию с учетом специфики проведения таких кампаний;
	Умеет (продвинутый уровень)	вычленять социальные факторы коммуникации; осуществлять взаимодействие с различными учреждениями, организациями и службами;	умение выявлять социальные факторы коммуникации; осуществлять взаимодействие с различными учреждениями, организациями, службами;	способность определять социальные факторы коммуникации; способность взаимодействовать с различными учреждениями, организациями и службами;

	Владеет (высокий уровень)	навыками формирования эффективных внутренних коммуникаций, тактиками личностной и коллективной коммуникации; способностью к выработке нестандартных решений;	владение навыками для формирования эффективных внутренних коммуникаций; владение тактиками личностной и коллективной коммуникации; владение навыками разработки нестандартных решений	способность формировать эффективные внутренние коммуникации; способность применять тактики личностной и коллективной коммуникации; способность выработать нестандартных решений
ПК-4: Способность управлять деятельностью коллектива, планировать его работу, обеспечивать ее эффективность	Знает (пороговый уровень)	принципы создания эффективной команды и подбора специалистов; средства активизации и оптимизации деятельности персонала рекламной и PR-службы;	знание принципов и особенностей создания эффективной команды и подбора специалистов; знание способов активизации и оптимизации деятельности персонала рекламной и PR-службы;	способность назвать и охарактеризовать принципы создания эффективной команды и подбора специалистов; средства активизации и оптимизации деятельности персонала рекламной и PR-службы;
	Умеет (продвинутый уровень)	идентифицировать и формулировать проблемы функционирования организации; синтезировать и критически резюмировать информацию для принятия управленческих решений, в том числе в оперативном режиме в ситуациях риска;	умение определять и формулировать проблемы функционирования организации; умение создавать и резюмировать информацию для принятия управленческих решений, в том числе в оперативном режиме в ситуациях риска;	способность идентифицировать проблему организации; способность грамотно сформулировать проблему; способность синтезировать и критически резюмировать информацию; способность принимать на основе этой информации управленческих решений, в том числе в оперативном режиме в ситуациях риска;

	Владеет (высокий уровень)	умением осуществлять функции руководителя, организатора, инициатора новых идей; навыками ведения проектов, управления действиями членов проекта.	владение навыками руководителя, организатора, инициатора новых идей; владение навыками управления проектами; владение навыками управления действиями членов проекта.	способность осуществлять функции руководителя, организатора, инициатора новых идей; способность вести проект; способность управлять действиями членов проекта.
ПК-5: Способность работать с персоналом, оценивать производительность и качество его труда, устранять конфликты, обеспечивать сплоченность коллектива, толерантность	Знает (пороговый уровень)	основы социальной психологии, психологии межличностных отношений, психологии больших и малых групп;	знание основ социальной психологии; знание особенностей психологии межличностных отношений; знание психологии больших и малых групп;	способность охарактеризовать принципы социальной психологии, способность назвать основы психологии межличностных отношений, психологии больших и малых групп;
	Умеет (продвинутый уровень)	управлять процессами, малыми группами, формировать корпоративную культуру в коллективе;	умение руководить процессами; умения управлять малыми группами; умение формировать корпоративную культуру в коллективе;	способность руководить процессами; способность управлять малыми группами; способность сформировать корпоративную культуру в коллективе;
	Владеет (высокий уровень)	навыками ведения проектов; умением осуществлять функции руководителя, организатора, инициатора новых идей;	владение навыками управления проектами; владение навыками руководителя, организатора, инициатора новых идей;	способность вести проект; способность выполнять функции руководителя, организатора, инициатора новых идей

ПК-6: Способность самостоятельно принимать управленческие решения и нести за них ответственность	Знает (пороговый уровень)	Принципы формирования рекламной и PR-службы и их отдельных подразделений; технологии управления рекламной и PR-службы, принципы стратегического и тактического планирования;	знание порядка формирования рекламной и PR-службы и их отдельных подразделений; знание технологий управления рекламной и PR-службой, знание основ стратегического и тактического планирования;	способность сформировать рекламную и PR-службу и их отдельные подразделения в соответствии с существующими принципами; способность определить технологии управления рекламной и PR- службой, способность охарактеризовать основы стратегического и тактического планирования;
	Умеет (продвинутый уровень)	самостоятельно проводить анализ конкурентной среды рекламной и PR-службы; применять конкретные юридические, этические и управленческие знания и умения в конкретной ситуации;	умение проводить анализ конкурентной среды рекламной и PR-службы; умение использовать конкретные юридические, этические и управленческие знания и умения в конкретной ситуации;	способность анализировать конкурентную среду рекламной и PR-службы; способность применять юридические, этические и управленческие знания и умения в конкретной ситуации;
	Владеет (высокий уровень)	умением осуществлять функции руководителя, организатора, инициатора новых идей; навыком эффективной презентации своего проекта и разрабатываемого под его руководством проекта.	владение навыками руководителя, организатора, инициатора новых идей; владение навыком эффективной презентации своего проекта.	способность осуществлять функцию руководителя, организатора, инициатора новых идей; способность эффективно презентовать свой проект.
ПК-7: Способность разрабатывать эффективную стратегию и формировать	Знает (пороговый уровень)	основы консалтинга, прогнозирования, теорию и виды рисков, методы их прогнозирования и обнаружения;	знание основ прогнозирования, теорию и виды рисков, методы их прогнозирования и обнаружения;	способность охарактеризовать основы прогнозирования, прогнозирования, теорию и виды рисков, методы их прогнозирования и обнаружения;

политику риск-менеджмента на предприятии, оперативно принимать решения в кризисных ситуациях	Умеет (продвинутый уровень)	анализировать коммуникационные аспекты и процессы деятельности организации в выбранной сфере, анализировать результаты и давать оценку эффективности кампаний и мероприятий;	Умение проводить анализ коммуникационных аспектов и процессов деятельности организации в выбранной сфере; умение проводить анализ результатов и давать оценку эффективности кампаний и мероприятий;	способность проводить анализ коммуникационных аспектов и процессов деятельности организации в выбранной сфере; способность анализировать результаты и давать оценку эффективности кампаний и мероприятий;
	Владеет (высокий уровень)	методами анализа кризисных ситуаций и нестандартных решений;	владение навыками анализа кризисных ситуаций; владение навыком принятия нестандартных решений;	способность проводить анализ кризисных ситуаций и нестандартных решений;
ПК-8: Способность оценивать затраты и результаты деятельности организации	Знает (пороговый уровень)	основные характеристики и специфические отличия методов сбора информации; принципы отбора и упорядочения собранных материалов путем их систематизации;	знание основ и отличий различных способов сбора информации; знание принципов сбора и упорядочивания собранных материалов путем их систематизации;	способность перечислить основные характеристики и специфические отличия методов сбора информации; способность перечислить принципы отбора и упорядочения собранных материалов путем их систематизации;
	Умеет (продвинутый уровень)	задавать параметры наблюдения, опроса и анкетирования; четко определять проблему, формировать цели и задачи маркетингового эксперимента, его объект и предмет;	умение задавать параметры наблюдения, опроса и анкетирования; умение определять проблему, формировать цели и задачи маркетингового эксперимента, его объект и предмет;	способность задать параметры наблюдения, опроса и анкетирования; способность определить проблему, сформировать цели и задачи маркетингового эксперимента, его объект и предмет;

	Владеет (высокий уровень)	средствами, формами и технологиями аналитического исследования и статистической обработки данных; навыками оценки информации и подготовки принятия решений по законам диалектики, формальной логики, с применением общенаучных методов исследования;	владение технологиями аналитического исследования и статистической обработки данных; владение умениями оценки информации и подготовки принятия решений по законам диалектики, формальной логики, с применением общенаучных методов исследования;	способность проводить аналитические исследования и статистическую обработку данных; способность оценивать информацию и подготавливать решения по законам диалектики, формальной логики, с применением общенаучных методов исследования;
ПК-9: Способность к выработке нестандартных решений	Знает (пороговый уровень)	особенности и виды нестандартных ситуаций; основные теоретические подходы и практические приемы по выработке нестандартных решений;	знание особенностей и видов нестандартных ситуаций; знание основных теоретических подходов и практических приемов по выработке нестандартных решений;	способность определить особенности и виды нестандартных ситуаций; способность перечислить основные теоретические подходы и практические приемы по выработке нестандартных решений;
	Умеет (продвинутый уровень)	модифицировать традиционные и разрабатывать новые методы и средства генерации рекламных идей в целях выработки нестандартных решений, развивать собственные креативные способности;	умение изменять традиционные и создавать новые методы и средства генерации рекламных идей в целях выработки нестандартных решений, развивать собственные креативные способности;	способность модифицировать традиционные и разрабатывать новые методы и средства генерации рекламных идей в целях выработки нестандартных решений, развивать собственные креативные способности;

	Владеет (высокий уровень)	опытом выработки рекламных идей и нестандартных решений; навыками эскизирования и выработки общей концептуальной основы коммуникационных посланий рекламы и СО.	владение навыками разработки рекламных идей и нестандартных решений; владение навыками эскизирования и выработки общей концептуальной основы коммуникационных посланий рекламы и СО.	способность разрабатывать рекламные идеи и нестандартных решений; навыками эскизирования и выработки общей концептуальной основы коммуникационных посланий рекламы и СО.
ПК-10: Способность применять перспективные теории и приемы менеджмента, бизнес- процессов, маркетинга	Знает (пороговый уровень)	особенности и специфику менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга;	знание особенностей и специфики менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга;	способность определить особенности и специфику менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга;
	Умеет (продвинутый уровень)	искать, оценивать, отбирать, адаптировать к практике теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга;	умение осуществлять поиск, оценку, отбор теорий и приемов менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга и адаптировать это к практике;	способность искать, производить оценку, отбор и адаптацию к практике теорий и приемов менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга;
	Владеет (высокий уровень)	навыками и (или) опытом деятельности: по проектированию, разработке концептуальных идей, применению стратегий в сфере рекламы и PR, руководству проектами.	владение умением и(или) опытом деятельности: по проектированию, разработке концептуальных идей, применению стратегий в сфере рекламы и PR, руководству проектами.	способность осуществлять деятельность по проектированию, разработке концептуальных идей, применению стратегий в сфере рекламы и PR, руководству проектами.
ПК-11: Способность разрабатывать планы и	Знает (пороговый уровень)	основы, принципы и методики анализа и прогнозирования в профессиональной сфере; проводить ситуационный анализ	знание основ, принципов и методов анализа и прогнозирования в профессиональной сфере; умение осуществлять ситуационный	способность назвать принципы и методы анализа и прогнозирования в профессиональной сфере;

<p>программы инновационной деятельности, технико-экономические обоснования инновационных проектов</p>	<p>Умеет (продвинутый уровень)</p>	<p>рынка инноваций в сфере коммуникации, рекламы и PR, продукта рекламной деятельности и работы в сфере СО, маркетинговых тенденций профессионального сегмента рынка; прогнозировать последствия процессов и явлений в профессиональной сфере;</p>	<p>анализ рынка инноваций в сфере коммуникации, рекламы и PR; умение осуществлять ситуационный анализ продукта рекламной деятельности и работы в сфере СО, маркетинговых тенденций профессионального сегмента рынка; умение делать прогнозы последствий процессов и явлений в профессиональной сфере;</p>	<p>способность проводить ситуационный анализ рынка инноваций в сфере коммуникации, рекламы и PR, продукта рекламной деятельности и работы в сфере СО, маркетинговых тенденций профессионального сегмента рынка; способность прогнозировать последствия процессов и явлений в профессиональной сфере;</p>
	<p>Владеет (высокий уровень)</p>	<p>навыками составления аналитической и прогностической документации в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта;</p>	<p>владение навыками составления аналитической и прогностической документации в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта;</p>	<p>способность составлять аналитическую и прогностическую документации в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта;</p>

ПК-13: способность ю определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий	Знает (пороговый уровень)	принципы формирования рекламной и PR-службы, принципы создания эффективной команды; методы и способы корректировки и видоизменения существующих организационных и коммуникационных структур;	знание принципов формирования рекламной и PR-службы; знание особенностей создания эффективной команды; знание методик и способов корректировки и видоизменения существующих организационных и коммуникационных структур;	способность назвать принципы формирования рекламной и PR- службы, способность охарактеризовать особенности создания эффективной команды; способность перечислить методы и способы корректировки и видоизменения существующих организационных и коммуникационных структур;
	Умеет (продвинутой уровень)	ориентироваться в схемах и способах построения внешних и внутренних связей организации; создавать рациональную структуру построения рекламной и PR-службы фирмы (организации), отвечающую характеру современных требований, либо руководить созданием такой структуры, а также всей коммуникационной инфраструктурой организации;	умение ориентироваться в схемах и способах построения внешних и внутренних связей организации; умение создавать рациональную структуру построения рекламной и PR-службы фирмы (организации), отвечающую характеру современных требований, либо руководить созданием такой структуры, а также всей коммуникационной инфраструктурой организации;	способность сориентировать в схемах и способах построения внешних и внутренних связей организации; способность создать рациональную структуру построения рекламной и PR-службы фирмы (организации), отвечающую характеру современных требований; способность руководить созданием такой структуры, а также всей коммуникационной инфраструктурой организации;
	Владеет (высокий уровень)	способами и методами руководства, созданием рациональной коммуникационной структуры	владение навыками, способами и методами руководства; владение навыками создания рациональной коммуникационной структуры	способность применять различные способы и методы руководства; способность создавать рациональную

		организации с учетом необходимости наличия в ней рекламной и PR-службы с функциями налаживания коммуникаций с заказчиками, целевой аудиторией и партнерами по бизнесу.	организации с учетом необходимости наличия в ней рекламной и PR-службы с функциями налаживания коммуникаций с заказчиками, целевой аудиторией и партнерами по бизнесу;	коммуникационную структуру организации с учетом необходимости наличия в ней рекламной и PR-службы с функциями налаживания коммуникаций с заказчиками, целевой аудиторией и партнерами по бизнесу;
ПК-14: способность руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации	знает (пороговый уровень)	принципы, методы, технологии анализа производственно-хозяйственной и финансовой деятельности организации; порядок финансирования капитальных вложений и привлечения инвесторов;	знание определений основных понятий предметной области исследования, понятия коммуникационной инфраструктуры организации	способность назвать составляющие программы исследования, может перечислить виды сбора информации
	умеет (продвинутый уровень)	анализировать рыночные изменения, события, делать выводы и разрабатывать стратегические планы;	умение грамотно и эффективно реализовывать полученные знания в практической деятельности, в том числе презентовать данные, полученные в ходе исследований, сотрудникам организации	способность составить алгоритм исследования, разработать план и назначать ответственных за реализацию каждого этапа плана коммуникационной кампании
	владеет (высокий уровень)	навыками количественного и качественного анализа для принятия управленческих решений; методикой построения организационно-управленческих моделей; информационными технологиями для прогнозирования и управления бизнес-процессами;	владение процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации исследований, навыками по презентации данных, полученных в ходе исследований, сотрудникам организации	способность самостоятельно находить новые методы исследования и разрабатывать модификации исследований в соответствии с целями, внедрять последние достижения науки в процесс исследования, самостоятельно провести коммуникационную кампанию или мероприятие, эффективно управляя исследовательской командой

9.1.2 Шкала оценивания и критерии оценки результатов защиты отчета по практике

При выставлении оценки «отлично» при защите отчета по практике студент должен демонстрировать высокий уровень, оценки «хорошо» – продвинутый уровень, а оценки «удовлетворительно» – пороговый.

Основные объекты оценивания результатов прохождения практики:

- деловая активность студента в процессе практики;
- производственная дисциплина студента;
- качество выполнения индивидуального задания;
- оформление дневника практики;
- качество выполнения и оформления отчета по практике;
- уровень ответов при сдаче зачета (защите отчета);
- характеристика и оценка работы студента руководителем практики с места прохождения практики.

При выставлении оценки принимаются во внимание следующие показатели:

- глубина раскрытия выбранной темы исследования;
- научная новизна и самостоятельность проделанного исследования;
- соответствие уровня подготовленных магистрантом учебно-методических материалов по теме учебного занятия предъявляемым требованиям;
- оценка методического уровня подготовки, организации и проведения учебного занятия;
- соответствие отчетных документов по практике основным требованиям;
- характеристика с места прохождения практики;
- мнение научного руководителя.

Критерии выставления оценки студенту на зачете по практике

Оценка	Требования к сформированным компетенциям
<i>«отлично»</i>	Оценка «отлично» выставляется студенту, если он полностью выполнил программу практики, умеет использовать теоретические знания при выполнении задания по практике, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, умеет приводить примеры, ответил на все вопросы во время защиты практики, ответы отличаются логичностью, глубиной и полнотой раскрытия темы
<i>«хорошо»</i>	Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он полностью выполнил программу практики, умеет использовать теоретические знания при выполнении задания по практике, хорошо справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, ответил на основные вопросы во время защиты практики, ответы отличаются логичностью и полнотой раскрытия темы, однако допускается одна - две неточности в ответе.
<i>«удовлетворительно»</i>	Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он выполнил основную часть программы практики, но с трудом умеет использовать теоретические знания при выполнении задания по практике, в целом справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, ответы на вопросы во время защиты практики отличаются недостаточной глубиной и полнотой
<i>«неудовлетворительно»</i>	Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не выполнил программу практики, не умеет использовать теоретические знания при выполнении задания по практике, не справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, не ответил на основные вопросы во время защиты практики

Студент, не выполнивший программу практики по уважительной причине, направляется на практику повторно в свободное от аудиторных занятий время. Студент, не выполнивший программу практики без уважительной причины или получивший неудовлетворительную оценку, считается имеющим академическую задолженность. Ликвидация этой задолженности проводится в соответствии с нормативными документами ДВФУ.

9.1.3 Типовые задания для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности

За время практики студенту необходимо выполнить индивидуальное задание по более углубленному изучению отдельных направлений работы или видов деятельности организации, решению конкретных задач в интересах базы практики и ДВФУ.

Примерные индивидуальные задания на практику:

- провести анализ состояния и динамики показателей эффективности организации с использованием необходимых методов и средств исследований;
- разработать план, программу и методику улучшения PR-деятельности компании;
- составить практические рекомендации по использованию результатов исследований и разработок.

9.1.4 Методические материалы, определяющие процедуру оценивания

Для получения положительной оценки по результатам практики студент должен полностью выполнить программу практики, своевременно оформить и представить в департамент все необходимые отчетные документы.

Результаты проделанной работы должны получить отражение в отчете о практике. Отчет проверяется и подписывается руководителем практики от предприятия, затем представляется руководителю практики от вуза на последней неделе практики в установленный срок. В случае, если местом прохождения практики является департамент ДВФУ, отчет оформляется студентом и сдается руководителю практики от вуза.

Итоговая оценка (зачет с оценкой) за практику выставляется на основании всех представленных документов, посредством которых выявляется регулярность посещения места практики, тщательность составления отчета, инициативность студента, проявленная в процессе практики и способность к самостоятельной профессиональной деятельности.

Результаты прохождения практики оцениваются по следующим критериям:

- уровню освоения компетенций;
- отзыву руководителя практики от организации;
- практическим результатам проведенных работ и их значимости;
- качеству ответов студента на вопросы по существу отчета.

Зачет по практике приравнивается к оценкам по теоретическому обучению и учитывается при подведении итогов общей успеваемости студентов. Оценка, полученная студентами на зачете, учитывается при назначении стипендии.

Студенту, не выполнившему программу практики по уважительной причине, продлевается срок ее прохождения без отрыва от учёбы. В случае невыполнения программы практики, непредставления отчёта о практике, либо получения отрицательного отзыва руководителя практики от предприятия, где практиковался студент, и неудовлетворительной оценки при защите отчёта студент может быть отчислен из университета.

Текст отчёта должен включать следующие структурные элементы:

- титульный лист;
- индивидуальный план прохождения практики;
- отзыв научного руководителя о прохождении практики;
- оглавление;
- введение;
- основную часть;
- заключение;
- список литературы;
- приложения.

Титульный лист отчёта является первым листом отчёта. Переносы слов в надписях титульного листа не допускаются. Форма титульного листа отчета представлена в Приложении 1.

Индивидуальный план прохождения практики располагается сразу после титульного листа. Индивидуальный план прохождения практики содержит наименование Школы, выпускающего департамента, фамилию и инициалы магистра и научного руководителя, наименование магистерской программы, дату выдачи и формулировку задания.

Формулировка задания индивидуального плана содержит цель и содержание практики для конкретного студента, период выполнения и результаты. Задание подписывается научным руководителем и студентом.

Отзыв научного руководителя о прохождении практики располагается сразу после индивидуального плана прохождения практики.

Оглавление – структурный элемент отчёта, кратко описывающий структуру отчёта с номерами и наименованиями разделов, подразделов, а также перечислением всех приложений и указанием соответствующих страниц.

Введение и заключение – структурные элементы отчёта, требования к ним определяются методическими указаниями к выполнению отчёта по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью». Как правило, в ведении указываются: цель, задачи, место, сроки и продолжительность практики, а также дается перечень основных работ и заданий, выполненных в процессе практики. «Введение» и «Заключение» не включаются в общую нумерацию разделов и размещают на отдельных листах. Слова «Введение» и «Заключение» записывают посередине страницы с первой прописной буквы.

Основная часть – структурный элемент отчёта, требования к которому определяются Индивидуальным планом прохождения практики магистра и методическими указаниями к выполнению отчёта для направления подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

Список литературы – структурный элемент отчета, который приводится в конце текста отчета, представляющий список источников (учебников, пособий, документации и др.), использованных при составлении отчета. Источники записываются и нумеруются в алфавитном порядке. Источники должны иметь последовательные номера, отделяемые от текста точкой и пробелом.

Сведения о книгах (монографии, учебники, справочники и т.п.) должны включать: фамилию и инициалы автора (авторов), название книги, город, издательство, год издания, количество страниц. При наличии трех и более авторов допускается указывать фамилию и инициалы только первого из них и слова «и др.».

Наименование места издания необходимо приводить полностью в именительном падеже, допускается сокращение названия только двух городов – Москва (М) и Санкт-Петербург (СПб).

Сведения о статье из периодического издания должны включать: фамилию и инициалы автора, заглавие статьи, наименование издания (журнала), наименование серии, год выпуска, том, номер издания (журнала), страницы, на которых помещена статья.

Приложения оформляют как продолжение работы на последующих листах. Каждое приложение должно начинаться с нового листа с указанием

наверху посередине страницы слова «Приложение» и его обозначения. Приложения нумеруются арабскими цифрами или обозначаются прописными буквами русского алфавита.

Требования к оформлению листов текстовой части отчета.

Текстовая часть отчета выполняется на листах формата А4 (210 x 297 мм) без рамки, соблюдением следующих размеров полей: левое – не менее 30 мм, правое – не менее 10 мм, верхнее – не менее 15 мм, нижнее – не менее 20 мм.

Страницы текста подлежат обязательной нумерации, которая проводится арабскими цифрами с соблюдением сквозной нумерации по всему тексту. Номер страницы проставляют в правом верхнем углу без точки в конце. Первой страницей считается титульный лист, но номер страницы на нем не проставляется.

При выполнении текстовой части работы на компьютере текст должен быть оформлен в текстовом редакторе Word for Windows. Тип шрифта: Times New Roman Cyp. Шрифт основного текста: обычный, размер 14 пт. Шрифт заголовков разделов: полужирный, размер 14 пт. Шрифт заголовков подразделов: полужирный, размер 14 пт. Межсимвольный интервал: обычный. Межстрочный интервал: полуторный.

Все иллюстрации нумеруются в пределах текста арабскими буквами и обозначаются словом «рисунок» (сокращённо – Рис.). Нумерация рисунков может быть как сквозной, например, Рис.1, так и индексационной (по главам отчёта, например, Рис.3.1). В тексте, где идет речь о теме, связанной с иллюстрацией, помещают ссылку, либо в виде заключенного в круглые скобки выражения (рис.3.1).

Цифровой материал принято помещать в таблицы. Таблицы помещают непосредственно после абзацев, содержащих ссылку на них, а если места недостаточно, то в начале следующей страницы. Все таблицы должны быть пронумерованы. Нумерация таблиц может быть как сквозной, так и индексационной арабскими цифрами. При индексационной нумерации, номер таблицы состоит из номера раздела и порядкового номера, разделенного точкой. Например, Таблица 1.1 – пишется над правым верхним углом таблицы без значка № перед цифрой и точки после нее. Таблицы снабжают

тематическими заголовками, которые располагаются посередине страницы и пишут прописным шрифтом без точки на конце. Заголовок и слова таблицы начинают писать с прописной буквы.

Цифры в графах таблиц располагают так, чтобы они следовали одни под другими. При переносе таблицы на другой лист заголовок помещают над первой частью, над последующими пишут надписи «продолжение таблицы 1.2». Единственная таблица не нумеруется. Сноски к таблице печатают непосредственно под ней.

10. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРЕДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

Основная литература:

1. Короткова, Т.Л. Исследования в менеджменте: пособие для магистров: Учебное пособие / Т.Л. Короткова. - М.: КУРС: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 256 с. <http://znanium.com/bookread2.php?book=450948>
2. Марусева И.В. Дипломное проектирование в области PR и рекламы. Часть 1. Теоретические основы дипломного проектирования. Рынок, PR и реклама [Электронный ресурс] : учебное пособие / И.В. Марусева. – Саратов: Вузовское образование, 2016. — 232 с. <http://www.iprbookshop.ru/38998.html>

Дополнительная литература:

1. Пещеров Г.И. Методология научного исследования [Электронный ресурс] : учебное пособие / Г.И. Пещеров, О.Н. Слоботчиков.- М. : Институт мировых цивилизаций, 2017. – 312 с. <http://www.iprbookshop.ru/77633.html>
2. Пономарева, А.М. Коммуникационный маркетинг: креативные средства и инструменты: Учебное пособие / Пономарева А.М. - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 247 с. (Высшее образование: Магистратура) <http://znanium.com/catalog/product/543676>
3. Теория и практика рекламы: Учебное пособие / Н.В. Шишова, А.С. Подопрюга, Т.В. Акулич. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 299 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=362871>
4. Шувалов, И.И. Глобализация и интеграционные процессы в Азиатско-Тихоокеанском регионе (прав. и эконом. исслед.): Моногр. / И.И.Шувалов, А.Я.Капустин; Под ред. Т.Я. Хабриевой - М.: НИЦ ИНФРА-М: ИЗиСП, 2014 <http://znanium.com/bookread2.php?book=460543>

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Федеральный портал «Российское образование» <http://www.edu.ru>
2. Российский портал открытого образования <http://window.edu.ru>
3. Правовая информационная система <http://www.consultant.ru>
4. Научная электронная библиотека eLIBRARY проект РФФИ_ www.elibrary.ru

Перечень информационных технологий и программного обеспечения


Место расположения компьютерной техники, на котором установлено программное обеспечение	Перечень программного обеспечения
Компьютерный класс Департамент коммуникаций и медиа ШИГН (ауд. F 609),	Microsoft Office Professional Plus 2013 – офисный пакет, включающий программное обеспечение для работы с различными типами документов (текстами, электронными таблицами, базами данных и др.); 7Zip 16.04 - свободный файловый архиватор с высокой степенью сжатия данных; Adobe Acrobat XI Pro – пакет программ для создания и просмотра электронных публикаций в формате PDF

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

Для проведения исследований, связанных с выполнением задания по практике студентам доступно следующие специализированные кабинеты, соответствующие действующим санитарным и противопожарным нормам, а также требованиям техники безопасности при проведении учебных и научно-исследовательских работ:

Наименование оборудованных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень основного оборудования
Компьютерный класс Департамент коммуникаций и медиа ШИГН (ауд. F 609)	Моноблок HP ProOne 400 All-in-One 19,5 (1600x900), Core i3-4150T, 4GB DDR3-1600 (1x4GB), 1TB HDD 7200 SATA, DVD+/-RW, GigEth, Wi-Fi, BT, usb kbd/mse, Win7Pro (64-bit)+Win8.1Pro(64-bit), 1-1-1 Wty
Читальные залы Научной библиотеки ДВФУ с открытым доступом к фонду (корпус А - уровень 10)	Моноблок HP ProOne 400 All-in-One 19,5 (1600x900), Core i3-4150T, 4GB DDR3-1600 (1x4GB), 1TB HDD 7200 SATA, DVD+/-RW, GigEth, Wi-Fi, BT, usb kbd/mse, Win7Pro (64-bit)+Win8.1Pro(64-bit), 1-1-1 Wty Скорость доступа в Интернет 500 Мбит/сек. Рабочие места для людей с ограниченными возможностями здоровья оснащены дисплеями и принтерами Брайля; оборудованы: портативными устройствами для чтения плоскочечатных текстов, сканирующими и читающими машинами видеоувелечителем с возможностью регуляции цветовых спектров; увеличивающими электронными лупами и ультразвуковыми маркировщиками

В целях обеспечения специальных условий обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в ДВФУ все здания оборудованы пандусами, лифтами, подъемниками, специализированными местами, оснащенными туалетными комнатами, табличками информационно-навигационной поддержки.

Составитель: канд. полит. наук, доцент  Е.В. Федорова

Программа практики обсуждена на заседании Департамента коммуникаций и медиа, ШИГН ДВФУ протокол № 10 от 04.06.2018 г.



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)

ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

ОТЧЕТ ПО ПРАКТИКЕ
Преддипломная практика

Выполнил студент группы

подпись

И.О.Фамилия

Отчет защищен:
с оценкой _____

И.О.Фамилия

«_____» _____
2016 г.

Регистрационный № _____
«_____» _____ 2016 г.

И.О. Фамилия

Руководитель практики

подпись

И.О.Фамилия

Практика пройдена в срок
с «___» _____ 20__ г.
по «___» _____ 20__ г.
на
предприятии _____

—

г. Владивосток
20__ г.

Индивидуальное задание по практике
Преддипломная практика

Студенту группы М _____

Место прохождения практики _____

Сроки прохождения практики с _____ по _____ 20__ года

Виды работ и требования по их выполнению _____

—

—

—

Руководитель практики от ДВФУ

должность подпись ФИО

«__» _____ 20__ г.



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования
«ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ДВФУ)
ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК
Департамент коммуникаций и медиа

ДНЕВНИК
Прохождения практики
ТИП ПРАКТИКИ

Студент _____

Группа _____

Владивосток

20__

Форма дневника

Дата выполнения работ	Место	Краткое содержание выполняемых работ	Отметка о выполнении работы

Руководитель практики от предприятия (при наличии)

ФИО, должность, подпись

Руководитель практики от университета _____

ФИО, должность, подпись

Рекомендации по ведению дневника практики

Студент проходит практику в соответствии с утвержденным календарным графиком учебного процесса.

Каждый студент в период практики обязан вести дневник о прохождении практики.

Заполнение дневника производится регулярно и аккуратно. В дневнике отражается фактическая работа студента и мероприятия, в которых он принимает участие. Дневник периодически просматривается руководителем практики. Подробное описание всех выполненных работ приводится в отчете по практике.

По окончании практики дневник заверяется руководителем практики.



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)

ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

«СОГЛАСОВАНО»

Руководитель ОП

Е.В. Федорова

04 июня 2018г.



Директор Департамента коммуникаций

и медиа

Для документов

В.А. Казакова

ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Практика по получению первичных профессиональных
умений и навыков

Направление подготовки - 42.04.01. «Реклама и связи с общественностью»

Магистерская программа «Стратегическое управление коммуникациями в рекламе
и связях с общественностью»

Форма подготовки очная

Квалификация (степень) выпускника: магистр

Владивосток

2018

1. НОРМАТИВНАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ, РЕГЛАМЕНТИРУЮЩАЯ ПРОЦЕСС ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Программа учебной практики разработана в соответствии с требованиями: Федерального закона от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

- образовательного стандарта высшего образования, самостоятельно устанавливаемого ДВФУ по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», принят решением Ученого совета Дальневосточного федерального университета, протокол от 25.02.2016 № 02-16, и введен в действие приказом ректора ДВФУ от 10.03.2016 № 12-13-391;

- Приказа Министерства образования и науки Российской Федерации от 05.04.2017 N 301 "Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры";

- Приказа Министерства образования и науки Российской Федерации от 27.11.2015 г. № 1383 «Об утверждении положения о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования»;

- Устава ДВФУ, утвержденного приказом Минобрнауки РФ от 06 мая 2016 года № 522.

2. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Целями учебной практики «Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков» являются:

- приобретение первичных профессиональных навыков в будущей профессиональной деятельности;
- закрепление теоретических знаний, полученных при изучении базовых дисциплин;
- усвоение приемов, методов и способов обработки, представления и интерпретации результатов проведенных практических исследований.

3. ЗАДАЧИ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Задачами учебной практики являются:

- приобретение умений и навыков на основе знаний, полученных магистрантами в процессе теоретического обучения;
- осознание мотивов и духовных ценностей в избранной профессии;
- ознакомление с инновационной, маркетинговой и управленческой деятельностью предприятий, организаций и учреждений (баз практик).

4. МЕСТО УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Учебная практика является составной частью основной профессиональной образовательной программы, входит в блок Б2 «Практики, в том числе научно-исследовательская работа (НИР)» учебного плана (индекс Б2.В.01.01(У)) и является обязательной.

Для успешного прохождения учебной практики у студентов должны быть сформированы следующие предварительные компетенции, полученные на предыдущем уровне образования (бакалавриат):

умение работать в проектных междисциплинарных командах, в том числе в качестве руководителя (ОК-3),

умением быстро осваивать новые предметные области, выявлять противоречия, проблемы и выработать альтернативные варианты их решения (ОК-4),

способностью генерировать идеи в научной и профессиональной деятельности (ОК-5),

способностью к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности (ОК-11),

способностью планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-2),

способностью самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности (ОПК-7),

способностью управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность (ПК-1).

Учебная практика базируется на освоенных за первый курс дисциплинах: «Методология научных исследований в сфере коммуникаций», «Управление коммуникативным агентством», «Стратегическое планирование и реализация рекламных и информационных кампаний», «Стратегический консалтинг в рекламе и связях с общественностью», «Технологии рекламы и связей с общественностью в бизнесе, политике и социальной сфере», «Рекламный и PR процесс: поведение потребителей», «Репутационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью», «Современные информационные стратегии в корпоративной политике организации».

5. ФОРМЫ, МЕСТО И ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Вид практики – учебная практика.

Тип практики – Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков.

Способ проведения – стационарная.

Форма проведения практики – концентрированная.

В соответствии с графиком учебного процесса практика реализуется во втором семестре продолжительностью 4 недели. Общая трудоемкость освоения практики составляет 6 зачетных единиц, 216 часов.

Местом проведения практики являются структурные подразделения ДВФУ (Департамент коммуникаций и медиа; Пресс-центр ШИГН ДВФУ; Учебный телевизионный центр ШИГН ДВФУ)

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов выбор мест прохождения практики согласуется с требованием их доступности для данных обучающихся и практика проводится с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

6. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

В качестве планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы, обучающиеся должны:

1) Знать:

- теоретические и методологические основы рекламной и PR-деятельности;
- понятийный аппарат рекламной и PR-деятельности;

- технологии рекламы и связей с общественностью;
- особенности работы отделов по связям с общественностью и рекламе, рекламных, коммуникационных, маркетинговых и PR-агентств, их структуру, функционал и методы работы;

- этапы и технологии производства рекламного и PR-продукта;
- этапы организации рекламных и PR-кампаний;
- свои права и обязанности как гражданина своей страны; действующее законодательство Российской Федерации, правовые документы в своей деятельности.

2) Уметь:

- искать, обрабатывать и систематизировать необходимую информацию;
- реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности;
- работать с информацией в глобальных компьютерных сетях;
- управлять коммуникативными процессами и организовывать корпоративные коммуникации в области своей профессиональной деятельности;
- планировать и организовывать рекламные и PR-кампании;
- анализировать тенденции и вырабатывать рекомендации, касающиеся стратегии развития внешних и внутренних коммуникаций организации.

3) Владеть . Иметь навыки и (или) опыт деятельности :

- навыки общения, умение устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями СМИ, информационными, консалтинговыми, маркетинговыми агентствами;
- навыки получения, хранения, переработки информации, навыки работы с компьютером как средством управления информацией;
- навыки создания текстов и документов, используемых в сфере рекламы и связей с общественностью, владеет навыками литературного редактирования, презентации данных;
- навыки деловых коммуникаций и публичных выступлений;
- навыки выстраивания эффективных коммуникаций с целевыми группами общественности;
- навыки работы в области организации рекламных и PR-процессов;
- навыки разработки и оценки рекламных и PR-продуктов.

В результате прохождения учебной практики студенты овладевают следующими компетенциями (в соответствии с ОС ВО ДВФУ):

ПК-1: способность управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность.

ПК-2: способность осуществлять корректировку и контроль коммуникационных программ и мероприятий.

ПК-3: способность разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью.

ПК-4: способность управлять деятельностью коллектива, планировать его работу, обеспечивать ее эффективность.

ПК-5: способность работать с персоналом, оценивать производительность и качество его труда, устранять конфликты, обеспечивать сплоченность коллектива, толерантность.

ПК-6: способность самостоятельно принимать управленческие решения и нести за них ответственность.

ПК-7: способность разрабатывать эффективную стратегию и формировать политику риск-менеджмента на предприятии, оперативно принимать решения в кризисных ситуациях.

ПК-8: способность оценивать затраты и результаты деятельности организации.

ПК-9: способность к выработке нестандартных решений.

ПК-10: способность применять перспективные теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга.

ПК-11: способность разрабатывать планы и программы инновационной деятельности, технико-экономические обоснования инновационных проектов.

ПК-13: способностью определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий.

ПК-14: способностью руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации.

7. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Общая трудоемкость учебной практики во втором семестре составляет 4 недели, 6 зачетных единиц, 216 часов. Предусмотрен контроль самостоятельной работы студентов – 18 ч.

№ п п	Разделы (этапы) практики	Виды учебной работы на практике, включая самостоятельную работу студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы текущего контроля
1	Организационный	Инструктаж по технике безопасности, получение индивидуального задания, программы и методических указаний. Ознакомительные лекции. Анализ структуры выбранного предприятия.	6	Собеседование
2	Основной	Поисково-исследовательская деятельность: Составить список и провести анализ нормативно-правовых документов, которые используются в организации для регулирования деятельности в сфере рекламы и связях с общественностью и т.п. Провести анализ контента корпоративного интернет-сайта организации – базы практики и ее аккаунтов в социальных сетях, полученную информацию обработать и систематизировать. Провести анализ долгосрочных, среднесрочных и краткосрочных планов деятельности отделов по связям с общественностью и рекламы и организации в целом. Написать заметку о мероприятии, проводимом на предприятии.	150	Индивидуальное задание
3	Экспериментальный этап	Изучение, обработка, систематизация, определение достаточности и достоверности результатов научно-исследовательского материала по выбранной теме.	50	Дневник практики
4	Заключительный	Завершение работы по выполнению индивидуальных заданий; Описание выполненных задач; Определение результатов и эффективности профессиональной деятельности в избранной предметной области; Самоанализ процесса формирования профессиональных компетенций; Создание презентации-доклада по теме практики; Составление и защита отчета по практике.	10	Отчёт по практике
	Итого		216	

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ НА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКЕ

Самостоятельная работа студента (СРС) является одной из форм проведения практики и организуется с целью:

- систематизации и закрепления полученных теоретических знаний и практических умений студентов;
- углубления и расширения теоретических знаний;
- формирования умения работать с различными видами информации, умения использовать нормативную, правовую, справочную документацию и специальную литературу;
- развития познавательных способностей студентов;
- формирования таких качеств личности, как ответственность и организованность, самостоятельность мышления, способность к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации.

Учебно-методическим обеспечением самостоятельной работы студентов на учебной практике являются:

учебная литература по освоенным ранее профильным дисциплинам;
нормативные документы, регламентирующие деятельность предприятия (организации), на котором проходит учебную практику студент;
методические разработки для студентов, определяющие порядок прохождения и содержание учебной практики;
формы бухгалтерской, финансовой, статистической, внутренней отчетности, разрабатываемые на предприятии (организации) и инструкции по их заполнению.

Ответственность за организацию учебной практики возлагается на руководителей практики от кафедры рекламы и связей с общественностью.

Руководитель практики должен:

- своевременно оповестить о сроках прохождения практики;
- провести консультацию перед практикой;
- выдать задания на время прохождения практики;
- консультировать во время прохождения практики;
- поставить перед студентами ряд проблемных вопросов, которые требуется решить в период прохождения практики;
- помочь в подборе и систематизации материала;

проверять качество работы и контролировать выполнение индивидуальных планов;

по окончании оценить работу и завизировать отчет.

В ходе самостоятельной работы происходит не только усвоение учебного материала, но и его расширение, формирование умения работать с различными видами информации, развитие аналитических способностей, навыков контроля и планирования учебного времени. СРС можно определить, как целенаправленную, внутренне мотивированную, структурированную самим субъектом и корректируемую им по процессу и результату самостоятельную деятельность. Выделяют пять уровней самостоятельной работы: 1. Первый уровень – это дословное и преобразующее воспроизведение информации. 2. Второй уровень – это самостоятельные работы по образцу. 3. Третий – реконструктивно-самостоятельные работы. 4. Четвертый – эвристические самостоятельные работы. 5. Пятый – творческие (исследовательские) самостоятельные работы.

Для эффективного выполнения самостоятельной работы необходимо владеть учебными стратегиями – устойчивым комплексом действий, целенаправленно организованным субъектом для решения различных учебных задач. Учебные стратегии определяют содержание и технологию выполнения самостоятельной работы и состоят из навыков, в состав которых входят сложившиеся способы обработки информации, оценки, контроля и регуляции собственной деятельности. Основные компоненты учебных стратегий:

- долговременные учебные цели (образ результата), определяющие организацию учебной деятельности;
- технологии – способы, приемы, методы и формы, с помощью которых реализуется достижение учебных целей;
- ресурсы, обеспечивающие достижение учебных целей и управление учебной деятельностью.

Задания для выполнения студентами различных видов самостоятельных работ:

самостоятельная работа по овладению новыми знаниями, закреплению и систематизации полученных знаний (чтение текста учебника, первоисточника, дополнительной литературы; составление плана текста; конспектирование текста; составление библиографии; работа со справочниками; ознакомление с нормативными документами; учебно-исследовательская работа; составление

списка основных проблем, связанных с темой индивидуального задания на практику и т.д.);

самостоятельная работа обучающихся по формированию практических умений (решение вариативных задач и упражнений; проектирование и моделирование разных видов и компонентов профессиональной деятельности; выполнение расчетно-графических работ; решение ситуационных производственных (профессиональных) задач; разработка проектов; опытно-экспериментальная работа; упражнения на тренажере; анализ результатов выполненных исследований по рассматриваемым проблемам; проведение и представление мини-исследования в виде отчета по теме и т.д.).

Примеры заданий:

1. Составьте список и краткое описание нормативно-правовых документов, которые используются в ДВФУ для регулирования деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.
2. Соберите и систематизируйте информацию о деятельности кафедры рекламы и связей с общественностью ШГН ДВФУ: дата образования, основное направление деятельности, структура, мероприятия, проводимые кафедрой, научная деятельность и т.д. В сборе информации помогут сайт ДВФУ и раздел ШГН на сайте, группы в социальных сетях и публикации в СМИ.
3. Определите и подробно опишите целевую аудиторию кафедры рекламы и связей с общественностью ШГН ДВФУ.
4. Соберите и систематизируйте информацию о конкурентах кафедры рекламы и связей с общественностью в других вузах Дальнего Востока по тому же алгоритму (не менее 3).
5. Проведите SWOT-анализ кафедры рекламы и связей с общественностью ШГН ДВФУ.
6. Проведите SWOT-анализ каждого из описанных конкурентов кафедры рекламы и связей с общественностью в других вузах Дальнего Востока.
7. Проведите поиск аккаунтов кафедры рекламы и связей с общественностью и его конкурентов в социальных сетях. 8. Проанализируйте аккаунты, проведите их ранжирование от наиболее эффективного аккаунта к наименее эффективному. Аргументируйте свою точку зрения.
8. Разработайте бэкграундер кафедры рекламы и связей с общественностью ШГН ДВФУ.

9. Предложите логотип кафедры рекламы и связей с общественностью
Разработайте макет визиток для сотрудников кафедры рекламы и связей с общественностью.
10. Предложите план рекламно-профориентационных мероприятий для кафедры (не менее 5): дата, время, место, ответственные, подробное описание мероприятия, планируемый результат.
11. Напишите PR-материал о деятельности кафедры: заметку, интервью, статью. Тему выберите самостоятельно.
12. Составьте отчет о результатах прохождения учебной практики.
Комплексные задания:
 - исследуйте структуру организации, познакомьтесь с руководителями отделов;
 - участвуйте в работе отдела;
 - выполняйте функциональные обязанности специалиста в области рекламы и связей с общественностью;
 - Проведите исследование целевой аудитории компании (определить проблему, цели и задачи, методику исследования, выборку, составьте рабочие документы исследования, обработайте полученные результаты и составьте отчет);
 - Разработайте проект корпоративного мероприятия для организации;
 - Примите участие в разработке коммуникационной кампании и (или) мероприятия;
 - Составьте отчет о результатах прохождения учебной практики.

9. ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ПРАКТИКИ

9.1 ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРАКТИКЕ

Форма контроля по итогам учебной практики - зачёт с оценкой.

9.1.1. Перечень компетенций, описание показателей и критериев их оценивания на различных этапах формирования, шкала оценивания.

При проведении аттестации оценивается уровень сформированности следующих компетенций:

Уровни сформированности компетенций

Код и формулировка компетенций	Этапы формирования компетенций		Критерии	Показатели
ПК-1: способность управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность.	знает (пороговый уровень)	роль и возможности практического использования рекламы и PR в различных сферах человеческой деятельности: в экономике, политике, культуре и спорте, образовании и др.	Знание основных инструментов рекламы и PR, возможности их включения в процесс стратегического планирования	Способность перечислить основные инструменты рекламы и PR, произвести отбор наиболее эффективных в определенной ситуации
	умеет (продвинутый уровень)	составлять стратегические планы с использованием инструментов рекламы и PR	Умение разработать стратегический план коммуникационной кампании с учетом возможных препятствий	Способность представить самостоятельно разработанный план коммуникационной кампании
	владеет (высокий уровень)	творческими технологиями для поиска идеи и планирования эффективной рекламной и PR-кампании; навыком выявления требований целевых групп потребителей, а также методиками оценки эффективности рекламной кампании и мероприятий в сфере СО.	Навыки поиска нестандартных идей для продвижения организации и ее продукции, реализация этих идей с привлечением единомышленников	Способность представить самостоятельно разработанный план коммуникационной кампании, а также реализовать этот план, используя менеджерские способности.
ПК-2 способность осуществлять корректировку и контроль коммуникационных программ и мероприятий.	знает (пороговый уровень)	особенности и структуру коммуникационных кампаний и мероприятий	Определение и составляющие коммуникационных программ и мероприятий, их характеристики	Способность дать определение коммуникационным программам и мероприятиям, перечислить их характеристики и составляющие
	умеет (продвину-	анализировать ситуацию,	Осуществление глубокого	Способность провести

	нутый уровень)	выявлять недостатки и возможности их корректировки в коммуникационных кампаниях и мероприятиях с учетом поставленных целей	анализа существующих коммуникационных программ и мероприятий, предложение мер по их корректировке	подробный и качественный анализ существующей коммуникационной программы или мероприятия, объяснить слабые стороны и угрозы, предложить алгоритм корректировки программы или мероприятия
	владеет (высокий уровень)	навыками и (или) опытом деятельности: навыками проведения коммуникационных кампаний и мероприятий	Осуществление глубокого анализа существующих коммуникационных программ и предложение собственной разработки, учитывающий опыт проанализированных программ	Способность провести подробный и качественный анализ существующей коммуникационной программы или мероприятия и предложить свои идеи для дальнейшего продвижения организации
ПК-3: способность разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью.	знает (пороговый уровень)	методы оценки эффективности кампаний по рекламе и СО; специфику проведения коммуникационных кампаний в ходе проектной деятельности	Знание основ проектной деятельности и бизнес-планирования	Способность перечислить составляющие бизнес-плана, привести примеры эффективных и неэффективных бизнес-планов организаций
	умеет (продвинутый уровень)	вычленять социальные факторы коммуникации; осуществлять взаимодействие с различными учреждениями, организациями и службами;	Умение провести анализ существующих бизнес-планов и предложить варианты их корректировки или реализации в рамках проектной деятельности	Способность провести подробный и качественный анализ существующего бизнес-плана и предложить свои идеи для дальнейшего продвижения организации с помощью

				проектного метода
	владеет (высокий уровень)	навыками формирования эффективных внутренних коммуникаций, тактиками личностной и коллективной коммуникации; способностью к выработке нестандартных решений;	Умение самостоятельно спланировать и реализовать коммуникационную кампанию, осуществляя руководство проектной деятельностью	Способность составить эффективный план коммуникационной кампании, презентовать его перед сотрудниками и осуществлять частичное или полное руководство проектной деятельностью по его реализации
ПК-4: способность управлять деятельностью коллектива, планировать его работу, обеспечивать ее эффективность.	знает (пороговый уровень)	принципы создания эффективной команды и подбора специалистов	Знание средств активизации и оптимизации деятельности персонала рекламной и PR-службы	Способность перечислить приемы оптимизации деятельности персонала рекламной и PR-службы для реализации общей идеи
	умеет (продвинутый уровень)	идентифицировать и формулировать проблемы функционирования организации;	Умение синтезировать и критически резюмировать информацию для принятия управленческих решений, в том числе в оперативном режиме в ситуациях риска	Способность быстро анализировать проблемы функционирования организацией, нивелировать их и принимать управленческие решения
	владеет (высокий уровень)	умением осуществлять функции руководителя, организатора, инициатора новых идей	Владение навыками ведения проектов, управления действиями членов проекта.	Способность четко распределять обязанности в трудовом коллективе, владея информацией о возможностях каждого члена команды.
ПК-5: способность работать с	знает (пороговый уровень)	основы социальной психологии, психологии	знание определений основных понятий	Способность перечислить правила

<p>персоналом, оценивать производительность и качество его труда, устранять конфликты, обеспечивать сплоченность коллектива, толерантность.</p>		<p>межличностных отношений, психологии больших и малых групп;</p>	<p>предметной области и менеджмента исследования</p>	<p>менеджмента в научной сфере</p>
	<p>умеет (продвинутый уровень)</p>	<p>управлять процессами, малыми группами, формировать корпоративную культуру в коллективе;</p>	<p>умение грамотно и эффективно реализовывать полученные знания в исследовательской деятельности, в том числе устранять возникающие в процессе исследования конфликты</p>	<p>Способность объяснить причину отбора конкретных членов исследовательской группы и вменение им определенных ролей</p>
	<p>владеет (высокий уровень)</p>	<p>навыками ведения проектов; умением осуществлять функции руководителя, организатора, инициатора новых идей;</p>	<p>владение процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечение их качества и эффективности</p>	<p>Способность самостоятельно производить поиск информации в новых областях знаний, владеет навыками по получению знаний об исследуемых компаниях, товарах и услугах, может собрать команду для проведения прикладного исследования с четким объяснением цели, задач и распределением ролей в зависимости от навыков исследователей</p>
<p>ПК-6: способность самостоятельно принимать управленческие решения и нести за них ответственность.</p>	<p>знает (пороговый уровень)</p>	<p>принципы формирования рекламной и PR-службы и их отдельных подразделений;</p>	<p>Знание технологии управления рекламной и PR-службы, принципы стратегического и тактического планирования;</p>	<p>Способность перечислить основные приемы управления рекламной и PR-службой</p>

	умеет (продвинутый уровень)	самостоятельно проводить анализ конкурентной среды рекламной и PR-службы;	Применение конкретных юридических, этических и управленческих знаний и умений в конкретной ситуации;	Способность быстро решать критические и кризисные ситуации с помощью управленческих методов
	владеет (высокий уровень)	умением осуществлять функции руководителя, организатора, инициатора новых идей;	Владение навыком эффективной презентации своего проекта и разрабатываемого под его руководством проекта	Способность презентовать Свой собственный проект, набрать команду для его реализации и управлять командой, осуществляя поддержку в случае возникновения кризисных ситуаций
ПК-7: способность разрабатывать эффективную стратегию и формировать политику риск-менеджмента на предприятии, оперативно принимать решения в кризисных ситуациях.	знает (пороговый уровень)	основы консалтинга, прогнозирования, теории и виды рисков, методы их прогнозирования и обнаружения;	Знание определения риск-менеджмента и его основные критерии	Способность перечислить особенности и критерии риск-менеджмента, а также его особенности в рекламе и PR
	умеет (продвинутый уровень)	анализировать коммуникационные аспекты и процессы деятельности организации в выбранной сфере;	Умение анализировать результаты и давать оценку эффективности кампаний и мероприятий	Способность провести подробный анализ результатов собственной коммуникационной кампании и провести оценку ее эффективности
	владеет (высокий уровень)	методами анализа кризисных ситуаций и нестандартных решений;	Умение принимать быстрые и нестандартные решения в сфере рекламы и PR в кризисных ситуациях	Способность предложить перечень нестандартных решений кризисной ситуации методами рекламы и PR в любой сфере
ПК-8: способность	знает (пороговый)	основные характеристики и	знание алгоритмов	Способность перечислить

оценивать затраты и результаты деятельности организации.	уровень)	специфические отличия методов сбора информации; принципы отбора и упорядочения собранных материалов путем их систематизации;	оценки деятельности организации	пункты алгоритма оценки деятельности организации, оказать помощь в проведении анализа
	умеет (продвинутый уровень)	задавать параметры наблюдения, опроса и анкетирования; четко определять проблему, формировать цели и задачи маркетингового эксперимента, его объект и предмет;	умение оценивать результаты деятельности организации, опираясь на алгоритмы и предлагая наиболее эффективные методы	Способность составить алгоритм исследования и разработать план по оценке затрат и деятельности организации
	владеет (высокий уровень)	средствами, формами и технологиями аналитического исследования и статистической обработки данных; навыками оценки информации и подготовки принятия решений по законам диалектики, формальной логики, с применением общенаучных методов исследования;	владение навыками по оценке деятельности организации с применением собственных идей и предложением наиболее эффективных методов	Способность самостоятельно находить новые методы исследования и разрабатывать модификации исследований в соответствии с целями
ПК-9: способность к выработке нестандартных решений.	знает (пороговый уровень)	особенности и виды нестандартных ситуаций; основные теоретические подходы и практические приемы по выработке нестандартных решений;	знание определений основных понятий предметной области, подходы и методы выработки нестандартных решений при необходимости	Способность перечислить традиционные и современные стратегии и приемы коммуникаций, а также все изученные на практических занятиях методы выработки нестандартных решений
	умеет (продвинутый уровень)	модифицировать традиционные и разрабатывать новые методы и	способность планировать и организовывать нестандартные	Способность разработать план нестандартной

		средства генерации рекламных идей в целях выработки нестандартных решений, развивать собственные креативные способности;	кампании и мероприятия в области рекламы, связей с общественностью	коммуникационной кампании в кризисных ситуациях с минимальными затратами
	владеет (высокий уровень)	опытом выработки рекламных идей и нестандартных решений; навыками эскизирования и выработки общей концептуальной основы коммуникационных посланий рекламы и СО.	способность планировать и организовывать нестандартные кампании и мероприятия в области рекламы, связей с общественностью, а также проводить аналитическую и консалтинговую деятельность по разработке нестандартных кампаний	Способность самостоятельно разработать нестандартную PR-кампанию с использованием современных приемов и стратегий коммуникации и менеджмента, а также провести анализ существующих кампаний, консалтинг заинтересованных в такой кампании лиц
ПК-10: способность применять перспективные теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга.	знает (пороговый уровень)	особенности и специфику менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга	знание определений основных понятий предметной области и менеджмента организации коммуникационной кампании	Способность перечислить приемы и алгоритмы формирования и продвижения бренда в любой сфере
	умеет (продвинутый уровень)	искать, оценивать, отбирать, адаптировать к практике теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга	умение грамотно и эффективно реализовывать полученные знания в области коммуникационного продвижения, конструктивно критиковать существующий опыт, предлагать пути решения проблем	Способность провести грамотный анализ существующего опыта рекламного и пиар продвижения, сравнительный анализ компаний
	владеет (высокий уровень)	навыками и (или) опытом деятельности:	владение процессами стратегического	Способность самостоятельно предложить

		навыками работы с использованием информационных технологий	планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий по формированию и продвижению организации, обеспечение их качества и эффективности	способы совершенствования существующих теорий, распределить роли в процессе разработки и продвижения организации.
ПК-11: способность разрабатывать планы и программы инновационной деятельности, технико-экономические обоснования инновационных проектов.	знает (пороговый уровень)	основы, принципы и методики анализа и прогнозирования в профессиональной сфере;	Знание основ проектной деятельности, планирования, инновационного проектирования	Способность привести примеры эффективных и неэффективных планов и программ организаций с применением инновационных проектов
	умеет (продвинутый уровень)	проводить ситуационный анализ рынка инноваций в сфере коммуникации, рекламы и PR, продукта рекламной деятельности и работы в сфере СО, маркетинговых тенденций профессионального сегмента рынка; прогнозировать последствия процессов и явлений в профессиональной сфере;	Умение провести анализ существующих планов и программ организаций и предложить варианты их корректировки или реализации с использованием инновационных проектов	Способность провести подробный и качественный анализ существующего плана и предложить свои идеи для дальнейшего продвижения организации с помощью проектного метода и инноваций
	владеет (высокий уровень)	навыками составления аналитической и прогностической документации в области рекламы и	Умение самостоятельно спланировать и реализовать коммуникационную кампанию с применением	Способность составить эффективный план инновационной коммуникационной кампании, презентовать

		связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта;	инновационных методов	его перед сотрудниками и осуществлять частичное или полное руководство проектной деятельностью по его реализации
ПК-13: способность определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий.	знает (пороговый уровень)	принципы формирования рекламной и PR-службы, принципы создания эффективной команды; методы и способы корректировки и видоизменения существующих организационных и коммуникационных структур;	знание определений основных понятий предметной области исследования, понятия коммуникационной кампании	Способность назвать составляющие программы исследования, может перечислить виды сбора информации и особенности проведения коммуникационной кампании
	умеет (продвинутый уровень)	ориентироваться в схемах и способах построения внешних и внутренних связей организации; создавать рациональную структуру построения рекламной и PR-службы фирмы (организации), отвечающую характеру современных требований, либо руководить созданием такой структуры, а	умение грамотно и эффективно реализовывать полученные знания в практической деятельности по подготовке и реализации коммуникационной кампании или мероприятия	Способность составить алгоритм исследования, разработать план и назначать ответственных за реализацию каждого этапа плана коммуникационной кампании

		также всей коммуникационной инфраструктурой организации;		
	владеет (высокий уровень)	способами и методами руководства созданием рациональной коммуникационной структуры организации с учетом необходимости и наличия в ней рекламной и PR-службы с функциями налаживания коммуникаций с заказчиками, целевой аудиторией и партнерами по бизнесу;	владение процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечение их качества и эффективности	Способность самостоятельно находить новые методы исследования и разрабатывать модификации исследований в соответствии с целями, внедрять последние достижения науки в процесс исследования, самостоятельно провести коммуникационную кампанию или мероприятие, эффективно управляя исследовательской командой
ПК-14: способность руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации.	знает (пороговый уровень)	принципы, методы, технологии анализа производственной и финансовой деятельности организации; порядок финансирования капитальных вложений и привлечения инвесторов;	знание определений основных понятий предметной области исследования, понятия коммуникационной инфраструктуры организации	Способность назвать составляющие программы исследования, может перечислить виды сбора информации и особенности проведения коммуникационной кампании
	умеет (продвинутый уровень)	анализировать рыночные изменения, события, делать выводы и разрабатывать стратегические планы;	умение грамотно и эффективно реализовывать полученные знания в практической деятельности, в том числе	Способность составить алгоритм исследования, разработать план и назначать ответственных за реализацию

			презентовать данные, полученные в ходе исследований, сотрудникам организации	каждого этапа плана коммуникационной кампании
	владеет (высокий уровень)	навыками количественного и качественного анализа для принятия управленческих решений; методикой построения организационно-управленческих моделей; информационными технологиями для прогнозирования и управления бизнес-процессами;	владение процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации исследований, навыками по презентации данных, полученных в ходе исследований, сотрудникам организации	Способность самостоятельно находить новые методы исследования и разрабатывать модификации исследований в соответствии с целями, внедрять последние достижения науки в процесс исследования, самостоятельно провести коммуникационную кампанию или мероприятие, эффективно управляя исследовательской командой

9.1.2. Шкала оценивания и критерии оценки результатов защиты отчета по практике

При выставлении оценки «отлично» при защите отчета по практике студент должен демонстрировать высокий уровень, оценки «хорошо» - продвинутый уровень, а оценки «удовлетворительно» - пороговый.

Основные объекты оценивания результатов прохождения практики:

- деловая активность студента в процессе практики;
- производственная дисциплина студента;
- качество выполнения индивидуального задания;
- качество выполнения и оформления отчета по практике;
- уровень ответов при сдаче зачета (защите отчета).

При выставлении оценки принимаются во внимание следующие показатели:

- глубина раскрытия выбранной темы исследования;
- научная новизна и самостоятельность проведенного исследования;
- соответствие уровня подготовленных магистрантом учебно - методических материалов по теме учебного занятия предъявляемым требованиям;
- оценка методического уровня подготовки, организации и проведения учебного занятия;
- соответствие отчетных документов по практике основным требованиям;
- характеристика с места прохождения практики;
- участие в итоговой конференции;
- мнение научного руководителя.

Критерии выставления оценки студенту на зачете по практике

Оценка	Требования к сформированным компетенциям
<i>«отлично»</i>	Оценка «отлично» выставляется студенту, если он полностью выполнил программу практики, умеет использовать теоретические знания при выполнении задания по практике, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, умеет приводить примеры, ответил на все вопросы во время защиты практики, ответы отличаются логичностью, глубиной и полнотой раскрытия темы
<i>«хорошо»</i>	Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он полностью выполнил программу практики, умеет использовать теоретические знания при выполнении задания по практике, хорошо справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, ответил на основные вопросы во время защиты практики, ответы отличаются логичностью и полнотой раскрытия темы, однако допускается одна - две неточности в ответе.
<i>«удовлетворительно»</i>	Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он выполнил основную часть программы практики, но с трудом умеет использовать теоретические знания при выполнении задания по практике, в целом справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, ответы на вопросы во время защиты практики отличаются недостаточной глубиной и полнотой

«неудовлетворительно»	Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не выполнил программу практики, не умеет использовать теоретические знания при выполнении задания по практике, не справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, не ответил на основные вопросы во время защиты практики
-----------------------	---

Студент, не выполнивший программу практики по уважительной причине, направляется на практику повторно в свободное от аудиторных занятий время. Студент, не выполнивший программу практики без уважительной причины или получивший неудовлетворительную оценку, считается имеющим академическую задолженность. Ликвидация этой задолженности проводится в соответствии с нормативными документами ДВФУ.

9.1.3 Типовые задания для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности

За время практики студенту необходимо выполнить индивидуальное задание по более углубленному изучению отдельных направлений работы или видов деятельности организации, решению конкретных задач в интересах базы практики и ДВФУ.

Пример индивидуального задания на учебную практику

1. Составить список и краткое описание нормативно-правовых документов, которые используются на предприятии для регулирования деятельности в сфере рекламы и связях с общественностью.

2. Собрать и систематизировать информацию о деятельности предприятия: дата образования, основное направление деятельности, структура, мероприятия, проводимые компанией. В сборе информации помогут сайт предприятия и публикации в СМИ.

3. Определить и подробно описать целевую аудиторию компании.

4. Собрать и систематизировать информацию о конкурентах компании в регионе (Дальний Восток). по тому же алгоритму (не менее 3).

5. Провести SWOT-анализ компании.

6. Провести SWOT-анализ каждого из описанных конкурентов компании на Дальнем Востоке.

7. Разработать бэкграундер компании
8. Предложить логотип компании/отдела компании.
9. Разработать макет визиток для сотрудников компании/отдела компании
10. Предложить план рекламных мероприятий для предприятия: дата, время, место, ответственные, подробное описание мероприятия, планируемый результат.
11. Написать PR-материал о деятельности компании: заметку, интервью, статью. Тему выбрать самостоятельно.
12. Составить отчет о результатах прохождения учебной практики.

9.1.4. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания

Для получения зачёта с оценкой по результатам практики студент должен полностью выполнить программу практики, своевременно оформить и представить на кафедру все необходимые отчетные документы.

Результаты проделанной работы должны получить отражение в отчёте о практике. Отчет проверяется и подписывается руководителем практики от предприятия, затем представляется руководителю практики от вуза на последней неделе практики в установленный срок. В случае, если местом прохождения практики является кафедра ДВФУ, отчет оформляется студентом и сдается руководителю практики от вуза. 19

Итоговая оценка за практику выставляется на основании всех представленных документов, посредством которых выявляется регулярность посещения места практики, тщательность составления отчета, инициативность студента, проявленная в процессе практики и способность к самостоятельной профессиональной деятельности.

Результаты прохождения практики оцениваются по следующим критериям:

- уровню освоения компетенций;
- отзыву руководителя практики от организации;

- практическим результатам проведенных работ и их значимости;
- качеству ответов студента на вопросы по существу отчета.

По результатам проведения практики и защиты отчетов студентов, преподавателем – руководителем практики составляется сводный отчет. Зачет по практике приравнивается к оценкам по теоретическому обучению и учитывается при подведении итогов общей успеваемости студентов. Оценка, полученная студентами на зачете, учитывается при назначении стипендии.

Оформление отчёта по практике

Отчет по учебной практике составляется в соответствии с основным этапом программы практики и отражает выполнение индивидуального задания. Объем отчета должен составлять 15-25 страниц машинописного текста (без учета приложений). Отчет оформляется на бумаге формата А4 (210x297 мм) и брошюруется в единый блок. Текст отчета излагается на одной стороне листа, шрифтом Times New Roman, 14 размером, через 1,5 интервала. Каждая страница работы оформляется со следующими полями: левое - 30 мм; правое - 10 мм; верхнее - 20 мм; нижнее - 20 мм. Абзацный отступ в тексте - 1,5 см. Все страницы работы должны иметь сквозную нумерацию, включая приложения. Нумерация производится арабскими цифрами, при этом порядковый номер страницы ставится в нижнем правом углу, начиная с оглавления после титульного листа.

Отчет может быть иллюстрирован таблицами, графиками, схемами, заполненными бланками, рисунками. Страницы отчета нумеруют арабскими цифрами, с соблюдением сквозной нумерации по всему тексту. Номер проставляется в центре нижней части листа (выравнивание от центра) без точки в конце номера. Схемы, рисунки, таблицы и другой иллюстративный материал, расположенный на отдельных листах, включаются в общую нумерацию страниц, но не засчитываются в объём работы. Если они не могут быть приведены в варианте компьютерной графики, их следует выполнять черными чернилами или тушью.

Титульный лист включается в общую нумерацию страниц, однако номер страницы на титульном листе не проставляется. Цифровой материал должен оформляться в виде таблиц. Таблицу следует располагать в отчете непосредственно после текста, в котором она упоминается впервые, или на следующей странице. На все приводимые таблицы должны быть ссылки в тексте отчета. Таблицы следует нумеровать арабскими цифрами порядковой нумерацией в пределах всего текста отчета. Номер следует размещать над таблицей слева без абзачного отступа после слова «Таблица». Каждая таблица должна иметь заголовок, который помещается в одну строку с её номером через тире. Рисунки (чертежи, графики, схемы, компьютерные распечатки, диаграммы, фотоснимки) следует располагать в работе непосредственно после текста, в котором они упоминаются впервые, или на следующей странице.

Содержание разделов отчёта:

Титульный лист (приложение 1)

Содержание

Введение

Основная часть

- Общая характеристика базы практики
- Описание рабочего места и функциональных обязанностей
- Индивидуальное задание для прохождения практики (приложение 2)

Заключение о результатах практики

Список использованных источников и литературы

Приложения.

Рекомендации по содержанию отчета

Во введении необходимо описать цели и задачи практики, дать краткую характеристику места практики (организации), сформулировать миссию предприятия.

Основная часть должна содержать описание истории создания места практики, организационной структуры предприятия, конкурентной среды предприятия, сферы деятельности объекта практики.

Далее описываются этапы выполнения работ в соответствии с индивидуальным заданием, приводятся предложения по совершенствованию и организации работы предприятия.

Заключение отражает достигнутые результаты, анализ возникших проблем и варианты их устранения, собственную оценку уровня своей профессиональной подготовки по итогам практики. Отчет должен отражать мнение студента к изученным в ходе теоретической подготовки вопросам, их соответствия реальной деятельности, а также какие специальные навыки и знания студент приобрел в ходе практики.

К отчету о прохождении практики прилагаются:

- отзыв руководителя практики от принимающей стороны: характеристика отношения практиканта к работе, дисциплинированность, наличие необходимых навыков работы, проявленных деловых и моральных качеств, общая оценка всей работы практиканта за период практики, в произвольной форме (в случае если местом прохождения практики является ДВФУ, отзыв руководителя практики не оформляется);
- дневник практики, заверенный руководителем практики от принимающей стороны, включающий перечень и краткое описание ежедневных видов работ, выполненных студентом во время практики в соответствии с календарным планом прохождения практики (приложение 3).

10. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Основная литература

1. Короткова, Т.Л. Исследования в менеджменте: пособие для магистров: Учебное пособие / Т.Л. Короткова. - М.: КУРС: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 256 с. <http://znanium.com/bookread2.php?book=450948>
2. Теория и практика рекламы: Учебное пособие / Н.В. Шишова, А.С. Подопригора, Т.В. Акулич. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 299 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=362871>

Дополнительная литература

(печатные и электронные издания)

1. Коммуникология: коммуникационный консалтинг: Учебное пособие / Шарков Ф.И. - М.: Дашков и К, 2016. - 408 с. <http://znanium.com/catalog/product/291622>
2. Кравцова, Е.Д. Логика и методология научных исследований : учеб.пособие / Е.Д. Кравцова, А.Н. Городищева. – Красноярск : Сиб.федер. ун-т, . - 168 с. <http://znanium.com/catalog/product/507377>
3. Шарков, Ф. И. Интерактивные электронные коммуникации (возникновение “Четвертой волны”) [Электронный ресурс] : Учебное пособие / Ф. И. Шарков. - 2-е изд. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. - 260 с. <http://znanium.com/bookread2.php?book=415250>
4. Шарков, Ф. И. Интерактивные электронные коммуникации (возникновение “Четвертой волны”) [Электронный ресурс] : Учебное пособие / Ф. И. Шарков. - 2-е изд. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2012. - 260 с. – <http://znanium.com/bookread2.php?book=415250>
5. Шувалов, И.И. Глобализация и интеграционные процессы в Азиатско-Тихоокеанском регионе (прав. и эконом. исслед.): Моногр. / И.И.Шувалов, А.Я.Капустин; Под ред. Т.Я. Хабриевой - М.: НИЦ ИНФРА-М: ИЗиСП, 2014 <http://znanium.com/bookread2.php?book=460543>

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети

«Интернет»

Федеральный портал «Российское образование» <http://www.edu.ru>

Российский портал открытого образования <http://window.edu.ru> Правовая информационная система <http://www.consultant.ru/>

Научная электронная библиотека eLIBRARY проект РФФИ www.elibrary.ru

Перечень информационных технологий и программного обеспечения


Место расположения компьютерной техники, на котором установлено программное обеспечение	Перечень программного обеспечения
Компьютерный класс Департамент коммуникаций и медиа ШИГН (ауд. F 609),	Microsoft Office Professional Plus 2013 – офисный пакет, включающий программное обеспечение для работы с различными типами документов (текстами, электронными таблицами, базами данных и др.); 7Zip 16.04 - свободный файловый архиватор с высокой степенью сжатия данных; Adobe Acrobat XI Pro – пакет программ для создания и просмотра электронных публикаций в формате PDF.

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Для проведения исследований, связанных с выполнением задания по практике студентам доступно следующие специализированные кабинеты, соответствующие действующим санитарным и противопожарным нормам, а также требованиям техники безопасности при проведении учебных и научно-исследовательских работ:

Наименование оборудованных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень основного оборудования
Компьютерный класс Департамент коммуникаций и медиа ШИГН (ауд. F 609)	Моноблок HP ProOne 400 All-in-One 19,5 (1600x900), Core i3-4150T, 4GB DDR3-1600 (1x4GB), 1TB HDD 7200 SATA, DVD+/-RW, GigEth, Wi-Fi, BT, usb kbd/mse, Win7Pro (64-bit)+Win8.1Pro(64-bit), 1-1-1 Wty
Читальные залы Научной библиотеки ДВФУ с открытым доступом к фонду (корпус А - уровень 10)	Моноблок HP ProOne 400 All-in-One 19,5 (1600x900), Core i3-4150T, 4GB DDR3-1600 (1x4GB), 1TB HDD 7200 SATA, DVD+/-RW, GigEth, Wi-Fi, BT, usb kbd/mse, Win7Pro (64-bit)+Win8.1Pro(64-bit), 1-1-1 Wty Скорость доступа в Интернет 500 Мбит/сек. Рабочие места для людей с ограниченными возможностями здоровья оснащены дисплеями и принтерами Брайля; оборудованы: портативными устройствами для чтения плоскочечатных текстов, сканирующими и читающими машинами видеоувелечителем с возможностью регуляции цветовых спектров; увеличивающими электронными лупами и ультразвуковыми маркировщиками

В целях обеспечения специальных условий обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в ДВФУ все здания оборудованы пандусами, лифтами, подъемниками, специализированными местами, оснащенными туалетными комнатами, табличками информационно-навигационной поддержки.

Составитель: канд. полит. наук, доцент  Е.В. Федорова

Программа практики обсуждена на заседании Департамента коммуникаций и медиа, ШИГН ДВФУ протокол № 10 от 04.06.2018 г.



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)

ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

О Т Ч Е Т ПО УЧЕБНОЙ ПРАКТИКЕ
Практика по получению первичных профессиональных
умений и навыков

	Выполнил	студент
	_____	_____
Отчет защищен:	Руководитель практики	
с оценкой _____	_____	
_____		ФИО
подпись		И.О.Фамилия
« ____ » _____		
2017 г.		
Регистрационный № _____	Практика пройдена в срок	
« ____ » _____ 2017 г.	с « ____ » _____ 2017 г.	
	по « ____ » _____ 2017 г.	
	на	
_____	предприятии _____	
подпись	_____	

г. Владивосток

2017 г.

Пример индивидуального задания для прохождения практики



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)

ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

Индивидуальное задание по практике
Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков

Студенту группы М _____

Сроки прохождения практики с _____ по _____ 20__ года

Виды работ и требования по их выполнению

Руководитель практики от ДВФУ

должность

подпись

ФИО

« ____ » _____ 20__ г.



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)

ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

ДНЕВНИК УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

**Практика по получению первичных профессиональных
умений и навыков**

Студента группы _____ направления подготовки
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

_____ Ф.И.О. студента

Место прохождения практики: _____

Адрес организации: _____

Контактный телефон: _____

Время прохождения практики: _____

Руководитель практики от организации: _____

Руководитель практики от ДФУ: _____

г. Владивосток
2017 г.



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)

ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

«СОГЛАСОВАНО»

Руководитель ОП

Е.В. Федорова

04 июня 2018г.

«УТВЕРЖДАЮ»

Для
Директор Педагогического центра коммуникаций
и медиа

В.А. Казакова

04 июня 2018 г.

ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
Практика по получению профессиональных умений и опыта
организационно-управленческой деятельности

Направление подготовки - 42.04.01. «Реклама и связи с общественностью»
Магистерская программа «Стратегическое управление коммуникациями в рекламе
и связях с общественностью»
Форма подготовки очная

Квалификация (степень) выпускника: магистр

Владивосток

2018

1. НОРМАТИВНАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ, РЕГЛАМЕНТИРУЮЩАЯ ПРОЦЕСС ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Программа разработана в соответствии с требованиями:

- Федерального закона от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Приказа Министерства образования и науки Российской Федерации от 05.04.2017 N 301 "Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры";
- Приказа Министерства образования и науки Российской Федерации от 27.11.2015 г. № 1383 «Об утверждении положения о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования»;
- образовательного стандарта высшего образования, самостоятельно устанавливаемого ДВФУ по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», принят решением Ученого совета Дальневосточного федерального университета, протокол от 25.02.2016 № 02-16, и введен в действие приказом ректора ДВФУ от 10.03.2016 № 12-13-391;
- Устава ДВФУ, утвержденного приказом Минобрнауки РФ от 06 мая 2016 года №522.

2. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Целью производственной практики (практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной организационно-управленческой деятельности являются:

- систематизация, расширение и закрепление профессиональных знаний, формирование у студентов навыков ведения самостоятельной научной работы;
- закрепление теоретических знаний, полученных при изучении базовых дисциплин;
- усвоение приемов, методов и способов обработки, представления и интерпретации результатов проведенных практических исследований.

3. ЗАДАЧИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Задачами производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной организационно-управленческой деятельности являются:

- закрепление теоретических знаний и получение навыков их практического применения;
- обучение навыкам решения практических задач;
- формирование профессиональной позиции и мировоззрения специалиста по связям с общественностью, освоение профессиональной этики;
- знакомство со спецификой будущей специальности в учреждениях различного профиля.
- формирование у магистрантов практических навыков и компетенций в сфере профессиональной деятельности;
- закрепление теоретических знаний, полученных при изучении дисциплин;
- получение дополнительной мотивации на активную деятельность по развитию своего общего культурного и профессионального уровня;
- приобретение опыта самостоятельной профессиональной деятельности;
- участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных, рекламных и PR-кампаний и отдельных мероприятий.

4. МЕСТО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Практика по получению профессиональных умений и опыта организационно-управленческой деятельности входит в блок Б2 «Практики» учебного плана по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» (индекс Б2.В.02.03(П)).

Для успешного прохождения практики у студентов должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности (ОПК-7);
- способность нести персональную ответственность за результаты своей профессиональной деятельности (ОПК-9);
- способность разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью (ПК-3).

Производственная практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной организационно-управленческой деятельности является обязательным этапом обучения в магистратуре по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» и предусматривается учебным планом. Ей предшествуют дисциплины: «Методология научных исследований в сфере коммуникаций», «Управление коммуникативным агентством», «Стратегическое планирование и реализация рекламных и информационных кампаний», «Антикризисные коммуникации», «Технологии рекламы и связей с общественностью в бизнесе, политике и социальной сфере», «Рекламный и PR-процесс: поведение потребителей», учебная практика (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков).

Базовые знания и умения магистранта, приобретенные в результате освоения предшествующих частей ОП и необходимые при освоении данной практики:

знает:

- основные понятия и сущность рекламы и PR;
- основные компьютерные технологии;
- методологию и методы принятия решений.

умеет:

- анализировать собственную профессиональную деятельность;
- анализировать сложившуюся ситуацию;
- проектировать и планировать этапы и средства деятельности по достижению конкретного результата.

владеет:

- методами принятия решений;
- технологиями формирования, позиционирования, контроля и корректировки проектов в сфере рекламы и PR;
- навыками делового общения.

5. ТИПЫ, СПОСОБЫ, МЕСТО И ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Вид практики – производственная практика.

Тип практики – практика по получению профессиональных умений и опыта организационно-управленческой деятельности.

Способ проведения – стационарная.

Форма проведения – концентрированная.

В соответствии с графиком учебного процесса практика реализуется в третьем семестре, в течение 2 недель, 108 часов (3 зачетные единицы).

Местом проведения практики являются структурные подразделения ДВФУ (Департамент коммуникаций и медиа, Учебно-телевизионный Центр ШИГН ДВФУ) или сторонние организации в соответствии с заключенными с ДВФУ договорами, такие как рекламные агентства, отделы маркетинга, рекламы и связей с общественностью на предприятиях, в средствах массовой информации (телевидение, радио, журналы, газеты), издательствах, дизайн-студиях и других коммерческих, общественных, государственных и муниципальных организациях. В их число входят:

1) государственные и муниципальные учреждения (УФНС по Приморскому краю, УМВД дел России по Приморскому краю, Администрация Приморского края и г. Владивостока, г. Находки, Уссурийска и т.д.);

2) коммерческие организации (Коммуникационное агентство «АГТ-Дальний Восток», PR-агентство «Бабич и партнеры» и др.);

3) СМИ (РИА «Примамедиа», РИА «Дейта.RU», ГТРК «Владивосток» и др.)

6. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

В качестве планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотносенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы, обучающиеся должны:

знать:

- основы стратегического планирования, особенности реализации коммуникационных программ и мероприятий и методы определения их эффективности;

- особенности и организационную структуру коммуникационных программ и мероприятий;

- стратегические концепции и технологии составления бизнес-плана, основные структурные элементы проектной деятельности;

- особенности коммуникативной культуры и организационную структуру предприятия;

- основы управленческого менеджмента, корпоративной культуры, HR-менеджмента, виды конфликтов и технологии их разрешения;

- основы менеджмента в сфере управленческих решений;

уметь:

- осуществлять планирование коммуникационных программ и мероприятий в сфере рекламы и PR, реализовывать и получать конкретные результаты;

- применять методы и стратегии корректировки и контроля коммуникационных программ и мероприятий;

- применять методы и стратегии корректировки и контроля коммуникационных программ и мероприятий;

- применять методы и стратегии управленческого менеджмента;

- работать с группой лиц, коллективом, анализировать его качество работы;

- : анализировать ситуацию и собирать необходимые данные для принятия решения;

владеть:

- технологиями планирования и реализации коммуникационных программ и мероприятий в сфере рекламы и PR с учетом поставленных целей и задач, а также средствами по определению эффективности по окончании мероприятий;

- основными навыками по сбору и анализу информации, принятию решений и контролю за их выполнение;

- основными навыками по разработке стратегических концепций и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью;

- основными навыками оформления документов и отчетов, навыками делового общения, принятия управленческих решений;

- навыками и (или) опытом деятельности: управленческой деятельности, работы с персоналом организации и по формированию корпоративной культуры, анализа производительности труд;

- навыками и (или) опытом деятельности: руководящей работы по реализации проектов.

В результате прохождения производственной практики студенты овладевают следующими компетенциями (в соответствии с ОС ВО ДВФУ и согласно учебному плану):

ПК-1: Способность управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность

ПК-2: Способность осуществлять корректировку и контроль коммуникационных программ и мероприятий

ПК-3: Способность разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью

ПК-4: Способность управлять деятельностью коллектива, планировать его работу, обеспечивать ее эффективность

ПК-5: Способность работать с персоналом, оценивать производительность и качество его труда, устранять конфликты, обеспечивать сплоченность коллектива, толерантность

ПК-6: Способность самостоятельно принимать управленческие решения и нести за них ответственность

ПК-7: Способность разрабатывать эффективную стратегию и формировать политику риск-менеджмента на предприятии, оперативно принимать решения в кризисных ситуациях

ПК-8: Способность оценивать затраты и результаты деятельности

ПК-9: Способность к выработке нестандартных решений

ПК-10: Способность применять перспективные теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга

ПК-11: Способность разрабатывать планы и программы инновационной деятельности, технико-экономические обоснования инновационных проектов

ПК-12: способность овладевать современными практиками стратегического управления средствами массовой коммуникации и средствами массовой информации, их использования в рекламной и PR-деятельности, включая сетевые издания и on-line средства коммуникаций, с учетом региональной специфики российского Дальнего Востока и в условиях мультикультурного контекста Азиатско-Тихоокеанского региона.

7. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Общая трудоемкость производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной организационно-управленческой деятельности составляет 2 недели, 3 зачетных единиц, 108 часов.

N п/п	Разделы (этапы) практики	Виды учебной работы на практике, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)		Форма текущего контроля
1	Организационный	<p>Знакомство с предприятием – базой практики, его деятельностью и структурой организации. Составить список и провести анализ нормативно-правовых документов, которые используются в организации для регулирования деятельности в сфере рекламы и связях с общественностью</p>	8	Собеседование
2	Подготовительный	<p>Участие в деятельности организации по продвижению товаров или услуг Разработать план своей деятельности в организации на период прохождения практики, - исследовать структуру организации, познакомиться с руководителями отделов; - участие в работе отдела; - выполнять функциональные обязанности специалиста в области рекламы и связей с общественностью</p>	40	Собеседование
3.	Основной	<p>Работа по индивидуальному плану прохождения производственной практики Провести исследование целевой аудитории компании (определить проблему, цели и задачи, методику исследования, выборку, составить рабочие документы исследования, обработать полученные результаты и составить отчет) Составить и обосновать схему коммуникационной инфраструктуры организации (внутренние и внешние информационные потоки) (определить проблему, цели и задачи, методику исследования, выборку, составить рабочие документы исследования, обработать полученные результаты и составить отчет)</p>	50	Индивидуальное задание

4.	Заключительный	Составить отчет о результатах	10	Отчёт по практике
5	Итого		108	

Предусмотрен контроль самостоятельной работы студентов – 18 час.

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ НА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ

Самостоятельная работа студента (СРС) является одной из форм проведения практики и организуется с целью:

- систематизации и закрепления полученных теоретических знаний и практических умений студентов;
- углубления и расширения теоретических знаний;
- формирования умения работать с различными видами информации, умения использовать нормативную, правовую, справочную документацию и специальную литературу;
- развития познавательных способностей студентов;
- формирования таких качеств личности, как ответственность и организованность, самостоятельность мышления, способность к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации.

В ходе самостоятельной работы происходит не только усвоение учебного материала, но и его расширение, формирование умения работать с различными видами информации, развитие аналитических способностей, навыков контроля и планирования учебного времени. СРС можно определить как целенаправленную, внутренне мотивированную, структурированную самим субъектом и корректируемую им по процессу и результату самостоятельную деятельность.

Для эффективного выполнения самостоятельной работы необходимо владеть учебными стратегиями – устойчивым комплексом действий, целенаправленно организованным субъектом для решения различных задач. Основные компоненты учебных стратегий:

- долговременные учебные цели (образ результата), определяющие организацию учебной деятельности;
- технологии – способы, приемы, методы и формы, с помощью которых реализуется достижение учебных целей;
- ресурсы, обеспечивающие достижение учебных целей и управление учебной деятельностью.

Руководитель практики от организации курирует деятельность обучающегося в период прохождения практики, консультирует его по выполнению заданий практики и осуществляет текущий контроль. По окончании практики оценивает уровень освоения компетенций, подтверждает записи обучающегося о выполненных работах в дневнике практики, составляет характеристику о работе обучающегося.

Руководитель практики от департамента коммуникаций и медиа до начала практики помогает магистранту заключить договор (соглашение) об организации и проведении практики, проводит установочную конференцию, в ходе которой знакомит обучающегося с программой практики, системой оценки.

Во время практики оказывает магистранту консультационную помощь по выполнению заданий, осуществляет текущий контроль, по возможности посещает базу практики, поддерживает взаимосвязь с обучающимся посредством сети Интернет, телефонной связи, личного общения, а также рекомендует основную и дополнительную литературу, необходимую для выполнения заданий руководителя практики от организации, и принимает меры к устранению недостатков в организации практики.

После завершения практики проводит промежуточную аттестацию, оценивает уровень освоения компетенций обучающегося, проверяет отчеты студентов о практике, дает отзыв и заключение о прохождении практики, заполняет соответствующие разделы дневника практики магистранта.

По итогам практики руководитель от департамента коммуникаций и медиа проводит итоговую конференцию, на которой обсуждает результаты прохождения практики.

Практика по получению профессиональных умений и опыта организационно-управленческой деятельности завершается составлением магистрантом письменного отчета. Отчет по производственной практике защищается в департаменте коммуникаций и медиа и коллегиально обсуждается с магистрантами. Аттестация по итогам практики осуществляется в форме зачета с оценкой. Отрицательная аттестация, а также непредставление магистрантом отчета является академической задолженностью.

9. ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ПРАКТИКИ

9.1 ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРАКТИКЕ

Форма контроля по итогам производственной практики – зачёт с оценкой с использованием оценочного средства – устный опрос в форме собеседования.

9.1.1 Перечень компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в результате освоения образовательной программы, описание показателей и критериев их оценивания на различных этапах формирования, шкала оценивания

При проведении аттестации оценивается уровень сформированности следующих компетенций:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели
ПК-1: Способность управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность	Знает (пороговый уровень)	роль и возможности практического использования PR в различных сферах человеческой деятельности: в экономике, политике, культуре и спорте и др.;	знание возможностей практического использования PR в различных сферах человеческой деятельности: в экономике, политике, культуре и спорте и др.;	способность использовать на практике PR в различных сферах человеческой деятельности: в экономике, политике, культуре и спорте и др.;
	Умеет (продвинутый уровень)	проводить исследование предпочтений целевых групп потребителей, анализировать результаты исследований;	умение исследовать предпочтения целевых групп потребителей; умение проводить анализ результатов исследования;	способность произвести исследование предпочтений целевой группы потребителей; способность произвести анализ результатов исследования;
	Владеет (высокий уровень)	творческими технологиями для поиска идеи и планирования эффективной PR-кампании; навыком выявления требований целевых групп потребителей, а также методиками оценки эффективности рекламной кампании и мероприятий в сфере СО.	владение творческими технологиями для поиска идеи и планирования эффективной PR-кампании; владение навыком выявления требований целевых групп потребителей, а также методиками оценки эффективности рекламной кампании и мероприятий в сфере СО.	способность использовать творческие технологии для поиска идеи и планирования эффективной PR-кампании; способность выявлять требования целевых групп потребителей, а также применять методики оценки эффективности рекламной кампании и мероприятий в сфере СО.
ПК-2: Способность осуществлять корректировку и контроль коммуникационных программ и мероприятий	Знает (пороговый уровень)	особенности и структуру коммуникационных кампаний и мероприятий;	знание принципов коммуникационных кампаний и мероприятий;	способность определить особенности и структуру коммуникационной кампании и (или) мероприятия;
	Умеет (продвинутый уровень)	анализировать ситуацию, выявлять недостатки и возможности их корректировки в коммуникационных кампаниях и мероприятиях с учетом поставленных целей;	умение осуществлять анализ ситуации; умение определять недостатки и планировать возможности их корректирования в коммуникационных кампаниях и мероприятиях с учетом	способность, исходя из анализа ситуации, выявлять недостатки и определять возможности их корректирования в коммуникационных кампаниях и мероприятиях с учетом поставленных целей;

			поставленных целей;	
	Владеет (высокий уровень)	навыками и (или) опытом деятельности: навыки проведения коммуникационных кампаний и мероприятий	владение навыками проведения коммуникационных кампаний и мероприятий.	способность проводить коммуникационную кампанию и (или) мероприятие.
ПК-3: Способность разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью	Знает (пороговый уровень)	методы оценки эффективности кампаний по рекламе и СО; специфику проведения коммуникационных кампаний;	знание способов оценки эффективности кампании по рекламе и связям с общественностью; знание специфики проведения коммуникационных кампаний и мероприятий;	способность оценить эффективность кампании по рекламе и СО; способность провести коммуникационную кампанию с учетом специфики проведения таких кампаний;
	Умеет (продвинутый уровень)	вычленять социальные факторы коммуникации; осуществлять взаимодействие с различными учреждениями, организациями и службами;	умение выявлять социальные факторы коммуникации; осуществлять взаимодействие с различными учреждениями, организациями, службами;	способность определять социальные факторы коммуникации; способность взаимодействовать с различными учреждениями, организациями и службами;
	Владеет (высокий уровень)	навыками формирования эффективных внутренних коммуникаций, тактиками личностной и коллективной коммуникации; способностью к выработке нестандартных решений;	владение навыками для формирования эффективных внутренних коммуникаций; владение тактиками личностной и коллективной коммуникации; владение навыками разработки нестандартных решений	способность формировать эффективные внутренние коммуникации; способность применять тактики личностной и коллективной коммуникации; способность вырабатывать нестандартных решений
ПК-4: Способность управлять деятельностью коллектива, планировать его работу, обеспечивать ее эффективность	Знает (пороговый уровень)	принципы создания эффективной команды и подбора специалистов; средства активизации и оптимизации деятельности персонала рекламной и PR-службы;	знание принципов и особенностей создания эффективной команды и подбора специалистов; знание способов активизации и оптимизации деятельности персонала рекламной и PR-службы;	способность назвать и охарактеризовать принципы создания эффективной команды и подбора специалистов; средства активизации и оптимизации деятельности персонала рекламной и PR-службы;

	Умеет (продвинутый уровень)	идентифицировать и формулировать проблемы функционирования организации; синтезировать и критически резюмировать информацию для принятия управленческих решений, в том числе в оперативном режиме в ситуациях риска;	умение определять и формулировать проблемы функционирования организации; умение создавать и резюмировать информацию для принятия управленческих решений, в том числе в оперативном режиме в ситуациях риска;	способность идентифицировать проблему организации; способность грамотно сформулировать проблему; способность синтезировать и критически резюмировать информацию; способность принимать на основе этой информации управленческих решений, в том числе в оперативном режиме в ситуациях риска;
	Владеет (высокий уровень)	умением осуществлять функции руководителя, организатора, инициатора новых идей; навыками ведения проектов, управления действиями членов проекта.	владение навыками руководителя, организатора, инициатора новых идей; владение навыками управления проектами; владение навыками управления действиями членов проекта.	способность осуществлять функции руководителя, организатора, инициатора новых идей; способность вести проект; способность управлять действиями членов проекта.
ПК-5: Способность работать с персоналом, оценивать производительность и качество его труда, устранять конфликты, обеспечивать сплоченность коллектива, толерантность	Знает (пороговый уровень)	основы социальной психологии, психологии межличностных отношений, психологии больших и малых групп;	знание основ социальной психологии; знание особенностей психологии межличностных отношений; знание психологии больших и малых групп;	способность охарактеризовать принципы социальной психологии, способность назвать основы психологии межличностных отношений, психологии больших и малых групп;
	Умеет (продвинутый уровень)	управлять процессами, малыми группами, формировать корпоративную культуру в коллективе;	умение руководить процессами; умения управлять малыми группами; умение формировать корпоративную культуру в коллективе;	способность руководить процессами; способность управлять малыми группами; способность сформировать корпоративную культуру в коллективе;

	Владеет (высокий уровень)	навыками ведения проектов; умением осуществлять функции руководителя, организатора, инициатора новых идей;	владение навыками управления проектами; владение навыками руководителя, организатора, инициатора новых идей;	способность вести проект; способность выполнять функции руководителя, организатора, инициатора новых идей
ПК-6: Способность самостоятельно принимать управленческие решения и нести за них ответственность	Знает (пороговый уровень)	принципы формирования рекламной и PR-службы и их отдельных подразделений; технологии управления рекламной и PR-службы, принципы стратегического и тактического планирования;	знание порядка формирования рекламной и PR-службы и их отдельных подразделений; знание технологий управления рекламной и PR-службой, знание основ стратегического и тактического планирования;	способность сформировать рекламную и PR-службу и их отдельные подразделения в соответствии с существующими принципами; способность определить технологии управления рекламной и PR-службой, способность охарактеризовать основы стратегического и тактического планирования;
	Умеет (продвинутый уровень)	самостоятельно проводить анализ конкурентной среды рекламной и PR-службы; применять конкретные юридические, этические и управленческие знания и умения в конкретной ситуации;	умение проводить анализ конкурентной среды рекламной и PR-службы; умение использовать конкретные юридические, этические и управленческие знания и умения в конкретной ситуации;	способность анализировать конкурентную среду рекламной и PR-службы; способность применять юридические, этические и управленческие знания и умения в конкретной ситуации;
	Владеет (высокий уровень)	умением осуществлять функции руководителя, организатора, инициатора новых идей; навыком эффективной презентации своего проекта и разрабатываемого под его руководством проекта.	владение навыками руководителя, организатора, инициатора новых идей; владение навыком эффективной презентации своего проекта.	способность осуществлять функцию руководителя, организатора, инициатора новых идей; способность эффективно презентовать свой проект.
ПК-7: Способность разрабатывать эффективную стратегию и	Знает (пороговый уровень)	основы консалтинга, прогнозирования, теорию и виды рисков, методы их прогнозирования и обнаружения;	знание основ прогнозирования, теорию и виды рисков, методы их прогнозирования и обнаружения;	способность охарактеризовать основы прогнозирования, прогнозирования, теорию и виды рисков, методы их

формировать политику риск-менеджмента на предприятии, оперативно принимать решения в кризисных ситуациях	Умеет (продвинутый уровень)	анализировать коммуникационные аспекты и процессы деятельности организации в выбранной сфере; анализировать результаты и давать оценку эффективности кампаний и мероприятий;	умение проводить анализ коммуникационных аспектов и процессов деятельности организации в выбранной сфере; умение проводить анализ результатов и давать оценку эффективности кампаний и мероприятий;	прогнозирование и обнаружения; способность проводить анализ коммуникационных аспектов и процессов деятельности организации в выбранной сфере; способность анализировать результаты и давать оценку эффективности кампаний и мероприятий;
	Владеет (высокий уровень)	методами анализа кризисных ситуаций и нестандартных решений;	владение навыками анализа кризисных ситуаций; владение навыком принятия нестандартных решений;	способность проводить анализ кризисных ситуаций и нестандартных решений;
ПК-8: Способность оценивать затраты и результаты деятельности	Знает (пороговый уровень)	основные характеристики и специфические отличия методов сбора информации; принципы отбора и упорядочения собранных материалов путем их систематизации;	знание основ и отличий различных способов сбора информации; знание принципов сбора и упорядочивания собранных материалов путем их систематизации;	способность перечислить основные характеристики и специфические отличия методов сбора информации; способность перечислить принципы отбора и упорядочения собранных материалов путем их систематизации;
	Умеет (продвинутый уровень)	задавать параметры наблюдения, опроса и анкетирования; четко определять проблему, формировать цели и задачи маркетингового эксперимента, его объект и предмет;	умение задавать параметры наблюдения, опроса и анкетирования; умение определять проблему, формировать цели и задачи маркетингового эксперимента, его объект и предмет;	способность задать параметры наблюдения, опроса и анкетирования; способность определить проблему, сформировать цели и задачи маркетингового эксперимента, его объект и предмет;
	Владеет (высокий уровень)	средствами, формами и технологиями аналитического исследования и статистической обработки данных;	владение технологиями аналитического исследования и статистической обработки	способность проводить аналитические исследования и статистическую обработку

		навыками оценки информации и подготовки принятия решений по законам диалектики, формальной логики, с применением общенаучных методов исследования;	данных; владение умениями оценки информации и подготовки принятия решений по законам диалектики, формальной логики, с применением общенаучных методов исследования;	данных; способность оценивать информацию и подготавливать решения по законам диалектики, формальной логики, с применением общенаучных методов исследования;
ПК-9: Способность к выработке нестандартных решений	Знает (пороговый уровень)	особенности и виды нестандартных ситуаций; основные теоретические подходы и практические приемы по выработке нестандартных решений;	знание особенностей и видов нестандартных ситуаций; знание основных теоретических подходов и практических приемов по выработке нестандартных решений;	способность определить особенности и виды нестандартных ситуаций; способность перечислить основные теоретические подходы и практические приемы по выработке нестандартных решений;
	Умеет (продвинутый уровень)	модифицировать традиционные и разрабатывать новые методы и средства генерации рекламных идей в целях выработки нестандартных решений, развивать собственные креативные способности;	умение изменять традиционные и создавать новые методы и средства генерации рекламных идей в целях выработки нестандартных решений, развивать собственные креативные способности;	способность модифицировать традиционные и разрабатывать новые методы и средства генерации рекламных идей в целях выработки нестандартных решений, развивать собственные креативные способности;
	Владеет (высокий уровень)	опытом выработки рекламных идей и нестандартных решений; навыками эскизирования и выработки общей концептуальной основы коммуникационных посланий рекламы и СО.	владение навыками разработки рекламных идей и нестандартных решений; владение навыками эскизирования и выработки общей концептуальной основы коммуникационных посланий рекламы и СО.	способность разрабатывать рекламные идеи и нестандартных решений; навыками эскизирования и выработки общей концептуальной основы коммуникационных посланий рекламы и СО.
ПК-10: Способность применять перспективные теории	Знает (пороговый уровень)	особенности и специфику менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга;	знание особенностей и специфики менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга;	способность определить особенности и специфику менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга;

и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга	Умеет (продвинутый уровень)	искать, оценивать, отбирать, адаптировать к практике теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга;	умение осуществлять поиск, оценку, отбор теорий и приемов менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга и адаптировать это к практике;	способность производить оценку, отбор и адаптацию к практике теорий и приемов менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга;
	Владеет (высокий уровень)	навыками и (или) опытом деятельности: по проектированию, разработке концептуальных идей, применению стратегий в сфере рекламы и PR, руководству проектами.	владение умением и(или) опытом деятельности: по проектированию, разработке концептуальных идей, применению стратегий в сфере рекламы и PR, руководству проектами.	способность осуществлять деятельность по проектированию, разработке концептуальных идей, применению стратегий в сфере рекламы и PR, руководству проектами.
ПК-11: Способность разрабатывать планы и программы инновационной деятельности, технико-экономические обоснования инновационных проектов	Знает (пороговый уровень)	основы, принципы и методики анализа и прогнозирования в профессиональной сфере;	знание основ, принципов и методов анализа и прогнозирования в профессиональной сфере;	способность назвать принципы и методы анализа и прогнозирования в профессиональной сфере;
	Умеет (продвинутый уровень)	проводить ситуационный анализ рынка инноваций в сфере коммуникации, рекламы и PR, продукта рекламной деятельности и работы в сфере СО, маркетинговых тенденций профессионального сегмента рынка; прогнозировать последствия процессов и явлений в профессиональной сфере;	умение осуществлять ситуационный анализ рынка инноваций в сфере коммуникации, рекламы и PR; умение осуществлять ситуационный анализ продукта рекламной деятельности и работы в сфере СО, маркетинговых тенденций профессионального сегмента рынка; умение делать прогнозы последствий процессов и явлений в профессиональной сфере;	способность проводить ситуационный анализ рынка инноваций в сфере коммуникации, рекламы и PR, продукта рекламной деятельности и работы в сфере СО, маркетинговых тенденций профессионального сегмента рынка; способность прогнозировать последствия процессов и явлений в профессиональной сфере;
	Владеет (высокий уровень)	навыками составления аналитической и прогностической документации в	владение навыками составления аналитической и	способность составлять аналитическую и

	уровень)	области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта;	прогностической документации в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта;	прогностическую документации в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта;
ПК-12: способность овладевать современными практиками стратегического управления средствами массовой коммуникации и средствами массовой информации, их использования в рекламной и PR-деятельности, включая сетевые издания и on-line средства коммуникаций, с учетом региональной специфики российского Дальнего Востока и в условиях мультикультурного контекста	Знает (пороговый уровень)	современные практики стратегического управления средствами массовой коммуникации и средствами массовой информации, их использования в рекламной и PR-деятельности, включая сетевые издания и on-line средства коммуникаций, с учетом региональной специфики российского Дальнего Востока и в условиях мультикультурного контекста Азиатско-Тихоокеанского региона	Знаком с особенностями использования современных практик стратегического управления средствами массовой коммуникации в рекламной и PR-деятельности, в условиях мультикультурного контекста Азиатско-Тихоокеанского региона	способность использовать знания о современных практиках управления СМИ для проведения мероприятий рекламного характера и/или PR деятельности. Может привести примеры эффективных и неэффективных планов и программ с учетом мультикультурного контекста АТР
	Умеет (продвинутый уровень)	овладевать современными практиками стратегического управления средствами массовой коммуникации и средствами массовой информации, их использования в рекламной и PR-деятельности, включая сетевые издания и on-line средства коммуникаций, с учетом региональной специфики	Умеет использовать современные практики стратегического управления средствами массовой коммуникации и средствами массовой информации, в рекламной и PR-деятельности, с учетом региональной специфики	способность составить алгоритм разработки за рекламной и/или PR кампании с учетом специфики региона и учетом мультикультурного контекста АТР.

		специфики российского Дальнего Востока и в условиях мультикультурного контекста Азиатско-Тихоокеанского региона	российского Дальнего Востока	
	Владеет (высокий уровень)	современными практиками стратегического управления средствами массовой коммуникации и средствами массовой информации, их использования в рекламной и PR-деятельности, включая сетевые издания и on-line средства коммуникаций, с учетом региональной специфики российского Дальнего Востока и в условиях мультикультурного контекста Азиатско-Тихоокеанского региона	Владеет современными практиками стратегического управления в рекламной и PR-деятельности, в условиях мультикультурного контекста Азиатско-Тихоокеанского региона	способность самостоятельно использовать современные практики СМИ в рекламной и PR-деятельности региона; самостоятельно и эффективно провести мероприятие, э рекламного характера с учетом специфики региона.

9.1.2 Шкала оценивания и критерии оценки результатов защиты отчета по практике

При выставлении оценки «отлично» при защите отчета по практике студент должен демонстрировать высокий уровень, оценки «хорошо» – продвинутый уровень, а оценки «удовлетворительно» – пороговый.

Основные объекты оценивания результатов прохождения практики:

- деловая активность студента в процессе практики;
- производственная дисциплина студента;
- качество выполнения индивидуального задания;
- оформление дневника практики;
- качество выполнения и оформления отчета по практике;
- уровень ответов при сдаче зачета (защите отчета);
- характеристика и оценка работы студента руководителем практики с места прохождения практики.

При выставлении оценки принимаются во внимание следующие показатели:

- глубина раскрытия выбранной темы исследования;
- научная новизна и самостоятельность проделанного исследования;
- соответствие уровня подготовленных магистрантом учебно-методических материалов по теме учебного занятия предъявляемым требованиям;
- оценка методического уровня подготовки, организации и проведения учебного занятия;
- соответствие отчетных документов по практик основным требованиям;
- характеристика с места прохождения практики;
- мнение научного руководителя.

Критерии выставления оценки студенту на зачете по практике

Оценка	Требования к сформированным компетенциям
<i>«отлично»</i>	Оценка «отлично» выставляется студенту, если он полностью выполнил программу практики, умеет использовать теоретические знания при выполнении задания по практике, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, умеет приводить примеры, ответил на все вопросы во время защиты практики, ответы отличаются логичностью, глубиной и полнотой раскрытия темы
<i>«хорошо»</i>	Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он полностью выполнил программу практики, умеет использовать теоретические знания при выполнении задания по практике, хорошо справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, ответил на основные вопросы во время защиты практики, ответы отличаются логичностью и полнотой раскрытия темы, однако допускается одна - две неточности в ответе.
<i>«удовлетворительно»</i>	Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он выполнил основную часть программы практики, но с трудом умеет использовать теоретические знания при выполнении задания по практике, в целом справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, ответы на вопросы во время защиты практики отличаются недостаточной глубиной и полнотой
<i>«неудовлетворительно»</i>	Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не выполнил программу практики, не умеет использовать теоретические знания при выполнении задания по практике, не справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, не ответил на основные вопросы во время защиты практики

Студент, не выполнивший программу практики по уважительной причине, направляется на практику повторно в свободное от аудиторных занятий время. Студент, не выполнивший программу практики без уважительной причины или получивший неудовлетворительную оценку, считается имеющим академическую задолженность. Ликвидация этой задолженности проводится в соответствии с нормативными документами ДВФУ.

9.1.3 Типовые задания для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности

За время практики студенту необходимо выполнить индивидуальное задание по более углубленному изучению отдельных направлений работы или видов деятельности организации, решению конкретных задач в интересах базы практики и ДВФУ.

Примерные индивидуальные задания на практику:

- провести анализ состояния и динамики показателей эффективности организации с использованием необходимых методов и средств исследований;
- разработать план, программу и методику улучшения PR-деятельности компании;
- составить практические рекомендации по использованию результатов исследований и разработок.

9.1.4 Методические материалы, определяющие процедуру оценивания

Для получения положительной оценки по результатам практики студент должен полностью выполнить программу практики, своевременно оформить и представить в департамент все необходимые отчетные документы.

Результаты проделанной работы должны получить отражение в отчете о практике. Отчет проверяется и подписывается руководителем практики от предприятия, затем представляется руководителю практики от вуза на последней неделе практики в установленный срок. В случае, если местом прохождения практики является департамент ДВФУ, отчет оформляется студентом и сдается руководителю практики от вуза.

Итоговая оценка (зачет с оценкой) за практику выставляется на основании всех представленных документов, посредством которых выявляется регулярность посещения места практики, тщательность составления отчета, инициативность студента, проявленная в процессе практики и способность к самостоятельной профессиональной деятельности.

Результаты прохождения практики оцениваются по следующим критериям:

- уровню освоения компетенций;
- отзыву руководителя практики от организации;
- практическим результатам проведенных работ и их значимости;
- качеству ответов студента на вопросы по существу отчета.

Зачет по практике приравнивается к оценкам по теоретическому обучению и учитывается при подведении итогов общей успеваемости студентов. Оценка, полученная студентами на зачете, учитывается при назначении стипендии.

Студенту, не выполнившему программу практики по уважительной причине, продлевается срок ее прохождения без отрыва от учёбы. В случае невыполнения программы практики, непредставления отчёта о практике, либо получения отрицательного отзыва руководителя практики от предприятия, где практиковался студент, и неудовлетворительной оценки при защите отчёта студент может быть отчислен из университета.

Текст отчёта должен включать следующие структурные элементы:

- титульный лист;
- индивидуальный план прохождения практики;
- отзыв научного руководителя о прохождении практики;
- оглавление;
- введение;
- основную часть;
- заключение;
- список литературы;
- приложения.

Титульный лист отчёта является первым листом отчёта. Переносы слов в надписях титульного листа не допускаются. Форма титульного листа отчета представлена в Приложении 1.

Индивидуальный план прохождения практики располагается сразу после титульного листа. Индивидуальный план прохождения практики содержит наименование Школы, выпускающего департамента, фамилию и инициалы магистра и научного руководителя, наименование магистерской программы, дату выдачи и формулировку задания.

Формулировка задания индивидуального плана содержит цель и содержание практики для конкретного студента, период выполнения и результаты. Задание подписывается научным руководителем и студентом.

Отзыв научного руководителя о прохождении практики располагается сразу после индивидуального плана прохождения практики.

Оглавление – структурный элемент отчёта, кратко описывающий структуру отчёта с номерами и наименованиями разделов, подразделов, а также перечислением всех приложений и указанием соответствующих страниц.

Введение и заключение – структурные элементы отчёта, требования к ним определяются методическими указаниями к выполнению отчёта по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью». Как правило, в введении указываются: цель, задачи, место, сроки и продолжительность практики, а также дается перечень основных работ и заданий, выполненных в процессе практики. «Введение» и «Заключение» не включаются в общую нумерацию разделов и размещают на отдельных листах. Слова «Введение» и «Заключение» записывают посередине страницы с первой прописной буквы.

Основная часть – структурный элемент отчёта, требования к которому определяются Индивидуальным планом прохождения практики магистра и методическими указаниями к выполнению отчёта для направления подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

Список литературы – структурный элемент отчета, который приводится в конце текста отчета, представляющий список источников (учебников, пособий, документации и др.), использованных при составлении

отчета. Источники записываются и нумеруются в алфавитном порядке. Источники должны иметь последовательные номера, отделяемые от текста точкой и пробелом.

Сведения о книгах (монографии, учебники, справочники и т.п.) должны включать: фамилию и инициалы автора (авторов), название книги, город, издательство, год издания, количество страниц. При наличии трех и более авторов допускается указывать фамилию и инициалы только первого из них и слова «и др.».

Наименование места издания необходимо приводить полностью в именительном падеже, допускается сокращение названия только двух городов – Москва (М) и Санкт-Петербург (СПб).

Сведения о статье из периодического издания должны включать: фамилию и инициалы автора, заглавие статьи, наименование издания (журнала), наименование серии, год выпуска, том, номер издания (журнала), страницы, на которых помещена статья.

Приложения оформляют как продолжение работы на последующих листах. Каждое приложение должно начинаться с нового листа с указанием наверху посередине страницы слова «Приложение» и его обозначения. Приложения нумеруются арабскими цифрами или обозначаются прописными буквами русского алфавита.

Требования к оформлению листов текстовой части отчета.

Текстовая часть отчета выполняется на листах формата А4 (210 x 297 мм) без рамки, соблюдением следующих размеров полей: левое – не менее 30 мм, правое – не менее 10 мм, верхнее – не менее 15 мм, нижнее – не менее 20 мм.

Страницы текста подлежат обязательной нумерации, которая проводится арабскими цифрами с соблюдением сквозной нумерации по всему тексту. Номер страницы проставляют в правом верхнем углу без точки в конце. Первой страницей считается титульный лист, но номер страницы на нем не проставляется.

При выполнении текстовой части работы на компьютере текст должен быть оформлен в текстовом редакторе Word for Windows. Тип шрифта: Times New Roman Cyr. Шрифт основного текста: обычный, размер 14 пт. Шрифт заголовков разделов: полужирный, размер 14 пт. Шрифт заголовков подразделов: полужирный, размер 14 пт. Межсимвольный интервал: обычный. Межстрочный интервал: полуторный.

Все иллюстрации нумеруются в пределах текста арабскими буквами и обозначаются словом «рисунок» (сокращённо – Рис.). Нумерация рисунков может быть как сквозной, например, Рис.1, так и индексационной (по главам отчёта, например, Рис.3.1). В тексте, где идет речь о теме, связанной с иллюстрацией, помещают ссылку, либо в виде заключенного в круглые скобки выражения (рис.3.1).

Цифровой материал принято помещать в таблицы. Таблицы помещают непосредственно после абзацев, содержащих ссылку на них, а если места недостаточно, то в начале следующей страницы. Все таблицы должны быть пронумерованы. Нумерация таблиц может быть как сквозной, так и индексационной арабскими цифрами. При индексационной нумерации, номер таблицы состоит из номера раздела и порядкового номера, разделенного точкой. Например, Таблица 1.1 – пишется над правым верхним углом таблицы без значка № перед цифрой и точки после нее. Таблицы снабжают тематическими заголовками, которые располагаются посередине страницы и пишут прописным шрифтом без точки на конце. Заголовок и слова таблица начинают писать с прописной буквы.

Цифры в графах таблиц располагают так, чтобы они следовали одни под другими. При переносе таблицы на другой лист заголовок помещают над первой частью, над последующими пишут надписи «продолжение таблицы 1.2». Единственная таблица не нумеруется. Сноски к таблице печатают непосредственно под ней.

10. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Основная литература:

1. Пономарева, А.М. Коммуникационный маркетинг: креативные средства и инструменты: Учебное пособие / Пономарева А.М. - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 247 с. (Высшее образование: Магистратура) <http://znanium.com/catalog/product/543676>
2. Романенкова, О.Н. Поведение потребителей: Учебник / О.Н. Романенкова – М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 320 с. – <http://znanium.com/catalog/product/485432>
3. Теория и практика рекламы: Учебное пособие / Н.В. Шишова, А.С. Подопригора, Т.В. Акулич. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 299 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=362871>

Дополнительная литература:

1. Короткова, Т.Л. Исследования в менеджменте: пособие для магистров: Учебное пособие / Т.Л. Короткова. - М.: КУРС: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 256 с. <http://znanium.com/bookread2.php?book=450948>
2. Пещеров Г.И. Методология научного исследования [Электронный ресурс] : учебное пособие / Г.И. Пещеров, О.Н. Слоботчиков.- М. : Институт мировых цивилизаций, 2017. – 312 с. <http://www.iprbookshop.ru/77633.html>
3. Шарков, Ф. И. Интерактивные электронные коммуникации (возникновение “Четвертой волны”) [Электронный ресурс] : Учебное пособие / Ф. И. Шарков. - 2-е изд. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. - 260 с. <http://znanium.com/bookread2.php?book=415250>
4. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: Учебное пособие / Шарков Ф.И. - М.: Дашков и К, 2018. – 324 с. – <http://znanium.com/catalog/product/342869>
5. Шувалов, И.И. Глобализация и интеграционные процессы в Азиатско-Тихоокеанском регионе (прав. и эконом. исслед.): Моногр. / И.И.Шувалов, А.Я.Капустин; Под ред. Т.Я. Хабриевой - М.: НИЦ ИНФРА-М: ИЗиСП, 2014 <http://znanium.com/bookread2.php?book=460543>

Интернет-ресурсы:

1. Федеральный портал «Российское образование» <http://www.edu.ru>
2. Российский портал открытого образования <http://window.edu.ru>
3. Правовая информационная система <http://www.consultant.ru>
4. Научная электронная библиотека eLIBRARY проект РФФИ_ www.elibrary.ru

Перечень информационных технологий и программного обеспечения


Место расположения компьютерной техники, на котором установлено программное обеспечение	Перечень программного обеспечения
Компьютерный класс Департамент коммуникаций и медиа ШИГН (ауд. F 609)	Microsoft Office Professional Plus 2013 – офисный пакет, включающий программное обеспечение для работы с различными типами документов (текстами, электронными таблицами, базами данных и др.); 7Zip 16.04 - свободный файловый архиватор с высокой степенью сжатия данных; Adobe Acrobat XI Pro – пакет программ для создания и просмотра электронных публикаций в формате PDF

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Для проведения исследований, связанных с выполнением задания по практике студентам доступно следующие специализированные кабинеты, соответствующие действующим санитарным и противопожарным нормам, а также требованиям техники безопасности при проведении учебных и научно-исследовательских работ:

Наименование оборудованных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень основного оборудования
Компьютерный класс Департамент коммуникаций и медиа ШИГН (ауд. F 609)	Моноблок HP ProOne 400 All-in-One 19,5 (1600x900), Core i3-4150T, 4GB DDR3-1600 (1x4GB), 1TB HDD 7200 SATA, DVD+/-RW, GigEth, Wi-Fi, BT, usb kbd/mse, Win7Pro (64-bit)+Win8.1Pro(64-bit), 1-1-1 Wty
Читальные залы Научной библиотеки ДВФУ с открытым доступом к фонду (корпус А - уровень 10)	Моноблок HP ProOne 400 All-in-One 19,5 (1600x900), Core i3-4150T, 4GB DDR3-1600 (1x4GB), 1TB HDD 7200 SATA, DVD+/-RW, GigEth, Wi-Fi, BT, usb kbd/mse, Win7Pro (64-bit)+Win8.1Pro(64-bit), 1-1-1 Wty Скорость доступа в Интернет 500 Мбит/сек. Рабочие места для людей с ограниченными возможностями здоровья оснащены дисплеями и принтерами Брайля; оборудованы: портативными устройствами для чтения плоскочечатных текстов, сканирующими и читающими машинами видеомувелечителем с возможностью регуляции цветовых спектров; увеличивающими электронными лупами и ультразвуковыми маркировщиками

В целях обеспечения специальных условий обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в ДВФУ все здания оборудованы пандусами, лифтами, подъемниками, специализированными местами, оснащенными туалетными комнатами, табличками информационно-навигационной поддержки.

Составитель: канд. полит. наук, доцент  Е.В. Федорова

Программа практики обсуждена на заседании Департамента коммуникаций и медиа, ШИГН ДВФУ протокол № 10 от 04.06.2018 г.



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)

ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

Департамент коммуникаций и медиа

ОТЧЕТ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ

**Практика по получению профессиональных умений и опыта
профессиональной организационно-управленческой деятельности**

Отчет защищен:
с оценкой _____

Выполнил студент _____
Руководитель практики

подпись И.О.Фамилия

ФИО

« ____ » _____ 2017 г.

Регистрационный № _____
« ____ » _____ 2017 г.

подпись И.О. Фамилия

Практика пройдена в срок
с « ____ » _____ 2017 г.
по « ____ » _____ 2017 г.
на предприятии _____

г. Владивосток

201_ г.

Индивидуальное задание по практике
Производственная практика

Студенту группы М _____

Место прохождения практики _____

Сроки прохождения практики с _____ по _____ 20__ года

Виды работ и требования по их выполнению _____

Руководитель практики от ДВФУ

должность подпись ФИО

« ____ » _____ 20__ г.



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)

ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

Департамент коммуникаций и медиа

ДНЕВНИК

Прохождения практики

ТИП ПРАКТИКИ

Студент _____

Группа _____

Владивосток

20__

Форма дневника

Дата выполнения работ	Место	Краткое содержание выполняемых работ	Отметка о выполнении работы

Руководитель практики от предприятия (при наличии) _____
ФИО, должность, подпись

Руководитель практики от университета _____
ФИО, должность, подпись

Рекомендации по ведению дневника практики

Студент проходит практику в соответствии с утвержденным календарным графиком учебного процесса.

Каждый студент в период практики обязан вести дневник о прохождении практики.

Заполнение дневника производится регулярно и аккуратно. В дневнике отражается фактическая работа студента и мероприятия, в которых он принимает участие. Дневник периодически просматривается руководителем практики. Подробное описание всех выполненных работ приводится в отчете по практике.

По окончании практики дневник заверяется руководителем практики.



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)

ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

«СОГЛАСОВАНО»

Руководитель ОП

Е.В. Федорова



Директор Департамента коммуникаций

и медиа

Для

ДОКУМЕНТОВ

В.А. Казакова

04 июня 2018г.

ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
Практика по получению профессиональных умений и опыта
коммуникационной деятельности
(в том числе педагогическая)

Направление подготовки - 42.04.01. «Реклама и связи с общественностью»
Магистерская программа «Стратегическое управление коммуникациями в рекламе
и связях с общественностью»
Форма подготовки очная

Квалификация (степень) выпускника: магистр

Владивосток

2018

1. НОРМАТИВНАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ, РЕГЛАМЕНТИРУЮЩАЯ ПРОЦЕСС ОРГАНИЗАЦИИ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Программа разработана в соответствии с требованиями:

- Федерального закона от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Приказа Министерства образования и науки Российской Федерации от 05.04.2017 N 301 "Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры";
- Приказа Министерства образования и науки Российской Федерации от 27.11.2015 г. № 1383 «Об утверждении положения о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования»;
- образовательного стандарта высшего образования, самостоятельно устанавливаемого ДВФУ по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», принят решением Ученого совета Дальневосточного федерального университета, протокол от 25.02.2016 № 02-16, и введен в действие приказом ректора ДВФУ от 10.03.2016 № 12-13-391;
- Устава ДВФУ, утвержденного приказом Минобрнауки РФ от 06 мая 2016 года №522.

2. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Целью производственной практики (практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной коммуникативной деятельности (в том числе педагогической)) являются:

- закрепление теоретических знаний, полученных студентами в ходе изучения профессиональных дисциплин, предусмотренных учебным планом;
- получение профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности;

- приобретение умений формулировать цели и задачи индивидуальной и совместной деятельности, вырабатывать стратегию их реализации в рамках профессиональной области;

- приобретение навыков коммуникационной деятельности в производственном коллективе.

3. ЗАДАЧИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Задачами производственной практики являются:

- получение навыков практического применения знаний, полученных магистрантами в процессе теоретического обучения;

- обучение навыкам решения практических задач;

- формирование профессиональной позиции и мировоззрения специалиста по связям с общественностью, освоение профессиональной этики;

- знакомство со спецификой будущей специальности в учреждениях различного профиля.

- формирование у магистрантов практических навыков и компетенций в сфере профессиональной деятельности;

- закрепление теоретических знаний, полученных при изучении дисциплин;

- получение дополнительной мотивации на активную деятельность по развитию своего общего культурного и профессионального уровня;

- приобретение опыта самостоятельной профессиональной деятельности;

- участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных, рекламных и PR-кампаний и отдельных мероприятий.

4. МЕСТО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Производственная практика входит в блок Б2 «Практики» учебного плана по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» (индекс Б2.В.02.04(П)).

Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной коммуникативной деятельности является обязательным этапом обучения в магистратуре по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» и предусматривается учебным планом.

Для успешного прохождения производственной практики у студентов должны быть сформулированы следующие предварительные компетенции бакалавриата:

- способность самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности (ОПК-7);
- способность нести персональную ответственность за результаты своей профессиональной деятельности (ОПК-9);
- способность разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью (ПК-3).

Производственная практика базируется на знаниях и умениях, выработанных при изучении всех предшествующих дисциплин учебного плана: «Методология научных исследований в сфере коммуникаций», «Стратегическое информационное управление кризисными ситуациями», «Стратегический консалтинг в рекламе и связях с общественностью», «Стратегическое планирование и реализация рекламных и информационных кампаний», «Управление коммуникативным агентством», «Технологии рекламы и связей с общественностью в бизнесе, политике и социальной сфере».

5. ТИПЫ, СПОСОБЫ, МЕСТО И ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Вид практики – производственная практика.

Тип практики – практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной коммуникативной деятельности (в том числе педагогическая практика).

Способ проведения – стационарная.

Форма проведения – концентрированная.

В соответствии с графиком учебного процесса реализуется в третьем семестре, в течение 2 недель, 108 часов (3 зачетные единицы).

Местом проведения практики являются структурные подразделения ДВФУ (Департамент коммуникаций и медиа, Учебно-телевизионный Центр ШГН ДВФУ) или сторонние организации в соответствии с заключенными с ДВФУ договорами, такие как рекламные агентства, отделы маркетинга, рекламы и связей с общественностью на предприятиях, в средствах массовой информации (телевидение, радио, журналы, газеты), издательствах, дизайн-студиях и других коммерческих, общественных, государственных и муниципальных организациях. В их число входят:

1) государственные и муниципальные учреждения (УФНС по Приморскому краю, УМВД дел России по Приморскому краю, Администрация Приморского края и г. Владивостока, г. Находки, Уссурийска и т.д.);

2) коммерческие организации (Коммуникационное агентство «АГТ-Дальний Восток», PR-агентство «Бабич и партнеры» и др.);

3) СМИ (РИА «Примамедиа», РИА «Дейта.RU», ГТРК "Владивосток" и др.)

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов выбор мест прохождения практики согласуется с требованием их доступности для данных обучающихся и практика проводится с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

6. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

В качестве планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы, обучающиеся должны:

знать:

– технологии нахождения информации с помощью современных информационных технологий;

– особенности и структуру коммуникационных кампаний и мероприятий;

– особенности и специфику менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга;

уметь:

– анализировать полученную информацию, ориентироваться в проблематике рекламных и междисциплинарных исследований рынка, применять их ключевые стратегии и методы, адаптировать их и, при необходимости, модифицировать непосредственно для решения задач в профессиональной сфере;

– анализировать ситуацию, выявлять недостатки и возможности их корректировки в коммуникационных кампаниях и мероприятиях с учетом поставленных целей;

– искать, оценивать, отбирать, адаптировать к практике теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга;

владеть:

– культурой теоретической и научно-практической работы в области рекламы и связей с общественностью и междисциплинарных исследований;

– навыками и (или) опытом деятельности: навыки проведения коммуникационных кампаний и мероприятий;

– навыками и (или) опытом деятельности: по проектированию, разработке концептуальных идей, применению стратегий в сфере рекламы и PR, руководству проектами.

В результате прохождения производственной практики (практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной коммуникативной деятельности (в том числе педагогическая практика) студенты овладевают следующими компетенциями:

ПК-13: способностью определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий;

ПК-14: способностью руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации.

7. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

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

N п/п	Разделы (этапы) практики	Виды учебной работы на практике, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)	Форма текущего контроля	
1.	Организационный	Знакомство с предприятием – базой практики. Анализ нормативно-правовых документов, которые используются в организации для регулирования деятельности в сфере рекламы и связях с общественностью. Получение индивидуального задания и методических указаний.	6	Собеседование
2.	Подготовительный	Участие в деятельности организации по продвижению товаров или услуг Разработка плана своей деятельности в организации на период прохождения практики, исследовать структуру организации, знакомство с руководителями отделов, участие в работе отдела, выполнение функциональных обязанностей специалиста в области рекламы и связей с общественностью	30	Собеседование
3.	Основной	Работа по индивидуальному плану прохождения производственной практики Провести исследование целевой аудитории компании (определить проблему, цели и задачи, методику исследования, выборку, составить рабочие документы исследования)	54	Индивидуальное задание
4	Заключительный	Завершение работы по выполнению индивидуальных заданий Описание выполненных задач. Определение результатов и эффективности профессиональной деятельности в избранной предметной области. Обработка полученных результатов, составление и защита отчета по практике.	18	Отчёт по практике
Итого			108	

Предусмотрен контроль самостоятельной работы студентов – 18 час.

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ НА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ

Самостоятельная работа студента (СРС) является одной из форм проведения практики и организуется с целью:

- систематизации и закрепления полученных теоретических знаний и практических умений студентов;
- углубления и расширения теоретических знаний;
- формирования умения работать с различными видами информации, умения использовать нормативную, правовую, справочную документацию и специальную литературу;
- развития познавательных способностей студентов;
- формирования таких качеств личности, как ответственность и организованность, самостоятельность мышления, способность к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации.

В ходе самостоятельной работы происходит не только усвоение учебного материала, но и его расширение, формирование умения работать с различными видами информации, развитие аналитических способностей, навыков контроля и планирования учебного времени. СРС можно определить как целенаправленную, внутренне мотивированную, структурированную самим субъектом и корректируемую им по процессу и результату самостоятельную деятельность.

Для эффективного выполнения самостоятельной работы необходимо владеть учебными стратегиями – устойчивым комплексом действий, целенаправленно организованным субъектом для решения различных задач. Основные компоненты учебных стратегий:

- долговременные учебные цели (образ результата), определяющие организацию учебной деятельности;

- технологии – способы, приемы, методы и формы, с помощью которых реализуется достижение учебных целей;

- ресурсы, обеспечивающие достижение учебных целей и управление учебной деятельностью.

Руководитель практики от организации курирует деятельность обучающегося в период прохождения практики, дает задания, консультирует его по выполнению заданий практики и осуществляет текущий контроль. По окончании практики оценивает уровень освоения компетенций, подтверждает записи обучающегося о выполненных работах в дневнике практики, составляет отзыв о работе обучающегося.

Руководитель практики от Департамента коммуникаций и медиа до начала практики помогает магистранту заключить срочный договор (дополнительное соглашение) об организации и проведении практики, проводит установочную конференцию, в ходе которой знакомит обучающегося с программой практики, системой оценки.

Во время практики руководитель оказывает магистранту консультационную помощь по выполнению заданий, осуществляет текущий контроль, по возможности посещает базу практики, поддерживает взаимосвязь с обучающимся посредством сети Интернет, телефонной связи, личного общения, а также рекомендует основную и дополнительную литературу, необходимую для выполнения заданий руководителя практики от организации, и принимает меры к устранению недостатков в организации практики.

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

- учебная литература по освоенным ранее профильным дисциплинам;

- нормативные документы, регламентирующие деятельность предприятия (организации), на котором студент проходит учебную практику;

– методические разработки для студентов, определяющих порядок прохождения и содержания учебной практики.

После завершения практики руководитель проводит промежуточную аттестацию, оценивает уровень освоения компетенций обучающегося, проверяет отчеты студентов о практике, дает отзыв и заключение о прохождении практики, заполняет соответствующие разделы дневника практики магистранта.

По итогам практики руководитель от департамента проводит итоговую конференцию, на которой обсуждает результаты прохождения практики.

9. ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ (ПО ИТОГАМ ПРАКТИКИ)

9.1 ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРАКТИКЕ

Форма контроля по итогам производственной практики – зачёт с оценкой с использованием оценочного средства – устный опрос в форме собеседования.

9.1.1 Перечень компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в результате освоения образовательной программы, описание показателе и критериев их оценивания на различных этапах формирования, шкала оценивания

Уровень сформированности компетенций

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели
ПК-13: способность определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий	Знает (пороговый уровень)	принципы формирования рекламной и PR-службы, принципы создания эффективной команды; методы и способы корректировки и видоизменения существующих организационных и коммуникационных структур;	знание принципов формирования рекламной и PR-службы; знание особенностей создания эффективной команды; знание методик и способов корректировки и видоизменения существующих организационных и коммуникационных структур;	способность назвать принципы формирования рекламной и PR-службы, способность охарактеризовать особенности создания эффективной команды; способность перечислить методы и способы корректировки и видоизменения существующих организационных и коммуникационных структур;
	Умеет (продвинутый уровень)	ориентироваться в схемах и способах построения внешних и внутренних связей организации; создавать рациональную структуру построения рекламной и PR-службы фирмы (организации), отвечающую характеру современных требований, либо руководить созданием такой структуры, а также всей коммуникационной инфраструктурой организации;	умение ориентироваться в схемах и способах построения внешних и внутренних связей организации; умение создавать рациональную структуру построения рекламной и PR-службы фирмы, отвечающую характеру современных требований, либо руководить созданием такой структуры, а также всей коммуникационной инфраструктурой организации;	способность сориентировать в схемах и способах построения внешних и внутренних связей организации; способность создать рациональную структуру построения рекламной и PR-службы фирмы, отвечающую характеру современных требований; способность руководить созданием такой структуры, а также всей коммуникационной инфраструктурой организации;
	Владеет (высокий уровень)	способами и методами руководства, созданием рациональной коммуникационной структуры организации с учетом необходимости наличия в ней рекламной и PR-службы с функциями налаживания коммуникаций с заказчиками, целевой аудиторией и партнерами по бизнесу.	владение навыками, способами и методами руководства; владение навыками создания рациональной коммуникационной структуры организации с учетом необходимости наличия в ней рекламной и PR-службы с функциями налаживания коммуникаций с заказчиками,	способность применять различные способы и методы руководства; способность создавать рациональную коммуникационную структуру организации с учетом необходимости наличия в ней рекламной и PR-службы с функциями налаживания коммуникаций с заказчиками,

			целевой аудиторией и партнерами по бизнесу;	целевой аудиторией и партнерами по бизнесу;
ПК-14: способность руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации	знает (пороговый уровень)	принципы, методы, технологии анализа производственно-хозяйственной и финансовой деятельности организации; порядок финансирования капитальных вложений и привлечения инвесторов;	знание определений основных понятий предметной области исследования, понятия коммуникационной инфраструктуры организации	способность назвать составляющие программы исследования, может перечислить виды сбора информации и особенности проведения коммуникационной кампании
	умеет (продвинутый уровень)	анализировать рыночные изменения, события, делать выводы и разрабатывать стратегические планы;	умение грамотно и эффективно реализовывать полученные знания в практической деятельности, в том числе презентовать данные, полученные в ходе исследований, сотрудникам организации	способность составить алгоритм исследования, разработать план и назначать ответственных за реализацию каждого этапа плана коммуникационной кампании
	владеет (высокий уровень)	навыками количественного и качественного анализа для принятия управленческих решений; методикой построения организационно-управленческих моделей; информационными технологиями для прогнозирования и управления бизнес-процессами;	владение процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации исследований, навыками по презентации данных, полученных в ходе исследований, сотрудникам организации	способность самостоятельно находить новые методы исследования и разрабатывать модификации исследований в соответствии с целями, внедрять последние достижения науки в процесс исследования, самостоятельно провести коммуникационную кампанию или мероприятие, эффективно управляя исследовательской командой

9.1.2 Шкала оценивания и критерии оценки результатов защиты отчета по практике

При выставлении оценки «отлично» при защите отчета по практике студент должен демонстрировать высокий уровень, оценки «хорошо» – продвинутый уровень, а оценки «удовлетворительно» – пороговый.

Основные объекты оценивания результатов прохождения практики:

- деловая активность студента в процессе практики;
- производственная дисциплина студента;
- качество выполнения индивидуального задания;
- оформление дневника практики;
- качество выполнения и оформления отчета по практике;
- уровень ответов при сдаче зачета (защите отчета);
- характеристика и оценка работы студента руководителем практики с места прохождения практики.

При выставлении оценки принимаются во внимание следующие показатели:

- глубина раскрытия выбранной темы исследования;
- научная новизна и самостоятельность проделанного исследования;
- соответствие уровня подготовленных магистрантом учебно-методических материалов по теме учебного занятия предъявляемым требованиям;
- оценка методического уровня подготовки, организации и проведения учебного занятия;
- соответствие отчетных документов по практик основным требованиям;
- характеристика с места прохождения практики;
- мнение научного руководителя.

Критерии выставления оценки студенту на зачете по практике

Оценка	Требования к сформированным компетенциям
«отлично»	Оценка «отлично» выставляется студенту, если он полностью выполнил программу практики, умеет использовать теоретические знания при выполнении задания по практике, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, умеет приводить примеры, ответил на все вопросы во время защиты практики, ответы отличаются логичностью, глубиной и полнотой раскрытия темы
«хорошо»	Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он полностью выполнил программу практики, умеет использовать теоретические знания при выполнении задания по практике, хорошо справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, ответил на основные вопросы во время защиты практики, ответы отличаются логичностью и полнотой раскрытия темы, однако допускается одна - две неточности в ответе.
«удовлетворительно»	Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он выполнил основную часть программы практики, но с трудом умеет использовать теоретические знания при выполнении задания по практике, в целом справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, ответы на вопросы во время защиты практики отличаются недостаточной глубиной и полнотой
«неудовлетворительно»	Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не выполнил программу практики, не умеет использовать теоретические знания при выполнении задания по практике, не справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, не ответил на основные вопросы во время защиты практики

Студент, не выполнивший программу практики по уважительной причине, направляется на практику повторно в свободное от аудиторных занятий время. Студент, не выполнивший программу практики без уважительной причины или получивший неудовлетворительную оценку, считается имеющим академическую задолженность. Ликвидация этой задолженности проводится в соответствии с нормативными документами ДВФУ.

9.1.3 Типовые задания для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности

За время практики студенту необходимо выполнить индивидуальное задание по более углубленному изучению отдельных направлений работы или видов деятельности организации, решению конкретных задач в интересах базы практики и ДВФУ.

Примерные индивидуальные задания на практику:

- провести анализ состояния и динамики показателей эффективности организации с использованием необходимых методов и средств исследований;
- разработать план, программу и методику улучшения PR-деятельности компании;
- составить практические рекомендации по использованию результатов исследований и разработок.

9.1.4 Методические материалы, определяющие процедуру оценивания

Для получения положительной оценки по результатам практики студент должен полностью выполнить программу практики, своевременно оформить и представить на кафедру все необходимые отчетные документы.

Результаты проделанной работы должны получить отражение в отчёте о практике. Отчет проверяется и подписывается руководителем практики от предприятия, затем представляется руководителю практики от вуза на последней неделе практики в установленный срок. В случае, если местом прохождения практики является кафедра ДВФУ, отчет оформляется студентом и сдается руководителю практики от вуза.

Итоговая оценка (зачет с оценкой) за практику выставляется на основании всех представленных документов, посредством которых выявляется регулярность посещения места практики, тщательность составления отчета, инициативность студента, проявленная в процессе практики и способность к самостоятельной профессиональной деятельности.

Результаты прохождения практики оцениваются по следующим критериям:

- уровню освоения компетенций;
- отзыву руководителя практики от организации;
- практическим результатам проведенных работ и их значимости;
- качеству ответов студента на вопросы по существу отчета.

Зачет по практике приравнивается к оценкам по теоретическому обучению и учитывается при подведении итогов общей успеваемости студентов. Оценка, полученная студентами на зачете, учитывается при назначении стипендии.

Студенту, не выполнившему программу практики по уважительной причине, продлевается срок ее прохождения без отрыва от учёбы. В случае невыполнения программы практики, непредставления отчёта о практике, либо получения отрицательного отзыва руководителя практики от предприятия, где практиковался студент, и неудовлетворительной оценки при защите отчёта студент может быть отчислен из университета.

Текст отчёта должен включать следующие структурные элементы:

- титульный лист;
- индивидуальный план прохождения практики;
- отзыв научного руководителя о прохождении практики;
- оглавление;
- введение;
- основную часть;
- заключение;
- список литературы;
- приложения.

Титульный лист отчёта является первым листом отчёта. Переносы слов в надписях титульного листа не допускаются. Форма титульного листа отчета представлена в Приложении 1.

Индивидуальный план прохождения практики располагается сразу после титульного листа. Индивидуальный план прохождения практики содержит наименование Школы, выпускающего департамента, фамилию и инициалы магистра и научного руководителя, наименование магистерской программы, дату выдачи и формулировку задания.

Формулировка задания индивидуального плана содержит цель и содержание практики для конкретного студента, период выполнения и результаты. Задание подписывается научным руководителем и студентом.

Отзыв научного руководителя о прохождении практики располагается сразу после индивидуального плана прохождения практики.

Оглавление – структурный элемент отчёта, кратко описывающий структуру отчёта с номерами и наименованиями разделов, подразделов, а также перечислением всех приложений и указанием соответствующих страниц.

Введение и заключение – структурные элементы отчёта, требования к ним определяются методическими указаниями к выполнению отчёта по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью». Как правило, в введении указываются: цель, задачи, место, сроки и продолжительность практики, а также дается перечень основных работ и заданий, выполненных в процессе практики. «Введение» и «Заключение» не включаются в общую нумерацию разделов и размещают на отдельных листах. Слова «Введение» и «Заключение» записывают посередине страницы с первой прописной буквы.

Основная часть – структурный элемент отчёта, требования к которому определяются Индивидуальным планом прохождения практики магистра и методическими указаниями к выполнению отчёта для направления подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

Список литературы – структурный элемент отчета, который приводится в конце текста отчета, представляющий список источников (учебников, пособий, документации и др.), использованных при составлении

отчета. Источники записываются и нумеруются в алфавитном порядке. Источники должны иметь последовательные номера, отделяемые от текста точкой и пробелом.

Сведения о книгах (монографии, учебники, справочники и т.п.) должны включать: фамилию и инициалы автора (авторов), название книги, город, издательство, год издания, количество страниц. При наличии трех и более авторов допускается указывать фамилию и инициалы только первого из них и слова «и др.».

Наименование места издания необходимо приводить полностью в именительном падеже, допускается сокращение названия только двух городов – Москва (М) и Санкт-Петербург (СПб).

Сведения о статье из периодического издания должны включать: фамилию и инициалы автора, заглавие статьи, наименование издания (журнала), наименование серии, год выпуска, том, номер издания (журнала), страницы, на которых помещена статья.

Приложения оформляют как продолжение работы на последующих листах. Каждое приложение должно начинаться с нового листа с указанием наверху посередине страницы слова «Приложение» и его обозначения. Приложения нумеруются арабскими цифрами или обозначаются прописными буквами русского алфавита.

Требования к оформлению листов текстовой части отчета.

Текстовая часть отчета выполняется на листах формата А4 (210 х 297 мм) без рамки, соблюдением следующих размеров полей: левое – не менее 30 мм, правое – не менее 10 мм, верхнее – не менее 15 мм, нижнее – не менее 20 мм.

Страницы текста подлежат обязательной нумерации, которая проводится арабскими цифрами с соблюдением сквозной нумерации по всему тексту. Номер страницы проставляют в правом верхнем углу без точки

в конце. Первой страницей считается титульный лист, но номер страницы на нем не проставляется.

При выполнении текстовой части работы на компьютере текст должен быть оформлен в текстовом редакторе Word for Windows. Тип шрифта: Times New Roman Cyr. Шрифт основного текста: обычный, размер 14 пт. Шрифт заголовков разделов: полужирный, размер 14 пт. Шрифт заголовков подразделов: полужирный, размер 14 пт. Межсимвольный интервал: обычный. Межстрочный интервал: полоторный.

Все иллюстрации нумеруются в пределах текста арабскими буквами и обозначаются словом «рисунок» (сокращённо – Рис.). Нумерация рисунков может быть как сквозной, например, Рис.1, так и индексационной (по главам отчёта, например, Рис.3.1). В тексте, где идет речь о теме, связанной с иллюстрацией, помещают ссылку, либо в виде заключенного в круглые скобки выражения (рис.3.1).

Цифровой материал принято помещать в таблицы. Таблицы помещают непосредственно после абзацев, содержащих ссылку на них, а если места недостаточно, то в начале следующей страницы. Все таблицы должны быть пронумерованы. Нумерация таблиц может быть как сквозной, так и индексационной арабскими цифрами. При индексационной нумерации, номер таблицы состоит из номера раздела и порядкового номера, разделенного точкой. Например, Таблица 1.1 – пишется над правым верхним углом таблицы без значка № перед цифрой и точки после нее. Таблицы снабжают тематическими заголовками, которые располагаются посередине страницы и пишут прописным шрифтом без точки на конце. Заголовок и слова таблица начинают писать с прописной буквы.

Цифры в графах таблиц располагают так, чтобы они следовали одни под другими. При переносе таблицы на другой лист заголовок помещают над первой частью, над последующими пишут надписи «продолжение таблицы 1.2». Единственная таблица не нумеруется. Сноски к таблице печатают непосредственно под ней.

10. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Основная литература:

1. Пономарева, А.М. Коммуникационный маркетинг: креативные средства и инструменты: Учебное пособие / Пономарева А.М. - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 247 с. (Высшее образование: Магистратура) – <http://znanium.com/catalog/product/543676>
2. Шарков, Ф. И. Интерактивные электронные коммуникации (возникновение «Четвертой волны») [Электронный ресурс] : Учебное пособие / Ф. И. Шарков. - 2-е изд. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. - 260 с. <http://znanium.com/bookread2.php?book=415250>
3. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: Учебное пособие / Шарков Ф.И. - М.: Дашков и К, 2018. – 324 с. – <http://znanium.com/catalog/product/342869>

Дополнительная литература:

1. Пещеров Г.И. Методология научного исследования [Электронный ресурс] : учебное пособие / Г.И. Пещеров, О.Н. Слоботчиков.- М. : Институт мировых цивилизаций, 2017. – 312 с. <http://www.iprbookshop.ru/77633.html>
2. Коммуникология: коммуникационный консалтинг: Учебное пособие / Шарков Ф.И. - М.: Дашков и К, 2016. - 408 с. <http://znanium.com/catalog/product/291622>
3. Романенкова, О.Н. Поведение потребителей: Учебник / О.Н. Романенкова – М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 320 с. – <http://znanium.com/catalog/product/485432>
4. Шувалов, И.И. Глобализация и интеграционные процессы в Азиатско-Тихоокеанском регионе (прав. и эконом. исслед.): Моногр. / И.И.Шувалов, А.Я.Капустин; Под ред. Т.Я. Хабриевой - М.: НИЦ ИНФРА-М: ИЗиСП, 2014 <http://znanium.com/bookread2.php?book=460543>

Интернет-ресурсы:

1. Федеральный портал «Российское образование» <http://www.edu.ru>
2. Российский портал открытого образования <http://window.edu.ru>

3. Правовая информационная система <http://www.consultant.ru>
4. Научная электронная библиотека eLIBRARY проект РФФИ www.elibrary.ru

Перечень информационных технологий и программного обеспечения


Место расположения компьютерной техники, на котором установлено программное обеспечение	Перечень программного обеспечения
Компьютерный класс Департамент коммуникаций и медиа ШИГН (ауд. F 609),	Microsoft Office Professional Plus 2013 – офисный пакет, включающий программное обеспечение для работы с различными типами документов (текстами, электронными таблицами, базами данных и др.); 7Zip 16.04 - свободный файловый архиватор с высокой степенью сжатия данных; Adobe Acrobat XI Pro – пакет программ для создания и просмотра электронных публикаций в формате PDF

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

Для проведения исследований, связанных с выполнением задания по практике студентам доступно следующие специализированные кабинеты, соответствующие действующим санитарным и противопожарным нормам, а также требованиям техники безопасности при проведении учебных и научно-исследовательских работ:

Наименование оборудованных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень основного оборудования
Компьютерный класс Департамент коммуникаций и медиа ШИГН (ауд. F 609)	Моноблок HP ProOne 400 All-in-One 19,5 (1600x900), Core i3-4150T, 4GB DDR3-1600 (1x4GB), 1TB HDD 7200 SATA, DVD+/-RW, GigEth, Wi-Fi, BT, usb kbd/mse, Win7Pro (64-bit)+Win8.1Pro(64-bit), 1-1-1 Wty
Читальные залы Научной библиотеки ДВФУ с открытым доступом к фонду (корпус А - уровень 10)	Моноблок HP ProOne 400 All-in-One 19,5 (1600x900), Core i3-4150T, 4GB DDR3-1600 (1x4GB), 1TB HDD 7200 SATA, DVD+/-RW, GigEth, Wi-Fi, BT, usb kbd/mse, Win7Pro (64-bit)+Win8.1Pro(64-bit), 1-1-1 Wty Скорость доступа в Интернет 500 Мбит/сек. Рабочие места для людей с ограниченными возможностями здоровья оснащены дисплеями и принтерами Брайля; оборудованы: портативными устройствами для чтения плоскочечатных текстов, сканирующими и читающими машинами видеувелечителем с возможностью регуляции цветовых спектров; увеличивающими электронными лупами и ультразвуковыми маркировщиками

В целях обеспечения специальных условий обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в ДВФУ все здания оборудованы пандусами, лифтами, подъемниками, специализированными местами, оснащенными туалетными комнатами, табличками информационно-навигационной поддержки.

Составитель: канд. полит. наук, доцент  Е.В. Федорова

Программа практики обсуждена на заседании Департамента коммуникаций и медиа, ШИГН ДВФУ протокол № 10 от 04.06.2018 г.



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)

ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК
Департамент коммуникаций и медиа

ОТЧЕТ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ

Практика по получению профессиональных умений и опыта
коммуникационной деятельности
(в том числе педагогическая практика)

Выполнил студент группы _____

Отчет защищен:

с оценкой _____

«_____» _____ 2018 г.

Регистрационный № _____

«_____» _____ 2018 г.

Руководитель практики

Практика пройдена в срок

с «_____» _____ 20__ г.

по «_____» _____ 20__ г.

на предприятии _____

г. Владивосток

20__ г.

Индивидуальное задание по практике
Практика по получению профессиональных умений и опыта
коммуникационной деятельности
(в том числе педагогическая практика)

Студенту группы М _____

Место прохождения практики _____

Сроки прохождения практики с _____ по _____ 20__ года

Виды работ и требования по их выполнению _____

Руководитель практики от ДВФУ

должность подпись ФИО

«__» _____ 20__ г.



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)

ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК
Департамент коммуникаций и медиа

ДНЕВНИК
Прохождения практики
ТИП ПРАКТИКИ

Студент _____

Группа _____

Владивосток

20__

Форма дневника

Дата выполнения работ	Место	Краткое содержание выполняемых работ	Отметка о выполнении работы

Руководитель практики от предприятия (при наличии) _____
ФИО, должность, подпись

Руководитель практики от университета _____
ФИО, должность, подпись

Рекомендации по ведению дневника практики

Студент проходит практику в соответствии с утвержденным календарным графиком учебного процесса.

Каждый студент в период практики обязан вести дневник о прохождении практики.

Заполнение дневника производится регулярно и аккуратно. В дневнике отражается фактическая работа студента и мероприятия, в которых он принимает участие. Дневник периодически просматривается руководителем практики. Подробное описание всех выполненных работ приводится в отчете по практике.

По окончании практики дневник заверяется руководителем практики.