



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
«25» марта 2021г.



СБОРНИК РАБОЧИХ ПРОГРАММ ПРАКТИК

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Программа бакалавриата

Реклама и связи с общественностью

Квалификация выпускника – бакалавр

Форма обучения: очная

Нормативный срок освоения программы

(очная форма обучения) 4года

Год начала подготовки 2021

Владивосток
2021

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ
Сборника РАБОЧИХ программ практик

По направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Реклама и связи с общественностью

Сборник рабочих программ практик составлен в соответствии с соответствием с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки **42.03.01 Реклама и связи с общественностью**, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08 июня 2017 г. №512.

Рассмотрена и утверждена на заседании УС Школы искусств и гуманитарных наук «25» марта 2021 г. (протокол № 6)

Руководитель ОП

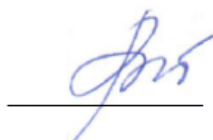


доцент, директор ДКиМ Аргылов Н.А.

подпись

должность, ФИО

Заместитель директора Школы
по учебной и воспитательной работе



Волошина М.А.

подпись, ФИО

Директор департамента



Аргылов Н.А.

(подпись)

(И.О. Фамилия)

СОДЕРЖАНИЕ

1. Учебная практика. Профессионально-ознакомительная практика	4
2. Учебная практика. Научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы)	29
3. Производственная практика. Технологическая (проектно-технологическая) практика	54
4. Производственная практика. Научно-исследовательская работа	84
5. Производственная практика. Преддипломная практика	111



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

Школа искусств и гуманитарных наук



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ**

Профессионально-ознакомительная практика
Для направления подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Программа бакалавриата

Реклама и связи с общественностью

Владивосток
2021

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Целями учебной профессионально-ознакомительной практики являются:

1. Приобретение первичных профессиональных знаний студентами.
2. Подготовка к углубленному рассмотрению специальных, общепрофессиональных дисциплин.
3. Привитие студентам практических профессиональных навыков по направлению подготовки.

2. ЗАДАЧИ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Задачами учебной практики являются:

1. Ознакомление со спецификой функционирования предприятия, его структурой, работой различных подразделений.
2. Ознакомление с нормативной базой, должностными инструкциями специалиста, технологией выполнения задач, структурой и особенностями формирования решений и информационных сообщений, которые считаются результатом труда специалиста, правоприменительной практикой предприятия.
3. Приобретение первоначальных навыков работы в определённой должности.
4. Выполнение дополнительных задач, поставленных руководителем практики.
5. Развитие аналитических способностей студента.
6. Развитие творческих способностей студента.
7. Осуществление систематизации и анализа собранных материалов в отчёте по практике.

3. МЕСТО УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОП

Учебная профессионально-ознакомительная практика является составной частью основной профессиональной образовательной программы, входит в Блок 2 учебного плана направления подготовки 42.03.02 Реклама и связи с общественностью, профиль «Реклама и связи с общественностью» (Б2.В.01(У)) и является обязательной.

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

- способность к самосовершенствованию и саморазвитию, к повышению общекультурного уровня;
- способность понимать и использовать базовую информацию;
- способность использовать современные методы и технологии (в том числе информационные) в профессиональной деятельности. Учебная практика (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков) базируется на основе следующих дисциплин: «Основы проектной

деятельности», «Теория и практика рекламы», «Теория и практика связей с общественностью», «Основы теории коммуникации», «Правовые и этические вопросы в рекламе и связей с общественностью».

Для успешного прохождения практики бакалавру необходимо:

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 выработать рекомендации, касающиеся стратегии развития внешних и внутренних коммуникаций организации.

3) 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.

4. ТИПЫ, СПОСОБЫ, МЕСТО И ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Тип учебной практики – профессионально-ознакомительная. Форма проведения практики – концентрированная. Способы – стационарная и выездная практики. При этом под стационарной понимается практика, которая проводится в организациях города Владивостока, под выездной понимается практика, для прохождения которой необходимо выезжать за пределы города Владивостока.

Учебная практика проводится во втором семестре. Места прохождения практики определяются индивидуальной исследовательской темой бакалавра и включают работу в департаменте, в Учебном телевизионном центре

ШИГН ДВФУ, организациях по профилю деятельности. 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.

5. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Организационный	ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-1.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью
	ПК-2. Способен осуществлять стратегическое планирование интернет-кампаний	ПК-2.1. Участвует в процессе эффективного продвижения проекта и осуществляет успешную стратегию продвижения в онлайн среде

	ПК-3. Способен к формированию и обоснованию бюджета продвижения коммуникационного продукта	ПК-3.1. Формирует оптимальный бюджет для реализации стратегии продвижения; обосновывает необходимые расходы согласно показателям
Авторский	ПК-4. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-4.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта
Маркетинговый	ПК-5. Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации	ПК-5.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта
	ПК-6. Способен проводить маркетинговые и социологические исследования	ПК-6.1. Определяет необходимость проведения исследований в своей профессиональной деятельности; разрабатывает и проводит маркетинговое и социологическое исследования; отбирает методы исследований, разрабатывает его инструментарий.
Технологический	ПК-7. Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы коммуникаций	ПК-7.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде
Проектный	ПК-8. Способен осуществлять разработку и реализацию индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-8.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по практике)
--	--

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по практике)
ПК-1.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью	Знает должностные обязанности линейного менеджера отдела по рекламе
	Умеет выполнять функции линейного менеджера при реализации проекта по рекламе и связям с общественностью
	Владеет навыком анализа деятельности отдела по рекламе
ПК-2.1. Участвует в процессе эффективного продвижения проекта и осуществляет успешную стратегию продвижения в онлайн среде	Знает основы медиастратегии
	Принимает участие в продвижении проекта в онлайн среде
	Владеет навыками ведения социальных сетей
ПК-3.1. Формирует оптимальный бюджет для реализации стратегии продвижения; обосновывает необходимые расходы согласно показателям эффективности продвижения; вычисляет экономический эффект от реализации стратегии продвижения с учетом финансовых возможностей заказчика	Владеет навыками бюджетного планирования при организации и проведении кампаний в рекламе и связях с общественностью, включая планирование с жестким потолком затрат, планирование с плавающим потолком затрат, тоннельное планирование, планирование с гибким целевым дефицитом и планирование с условно неограниченным потолком затрат.
	Умеет соотносить затраты рекламного бюджета и эффективность кампании
	Способен применять на практике навыки оптимизации бюджета и постатейных перебросок средств
ПК-4.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	Знает основы тайм-менеджмента
	Умеет придерживаться установленного графика в процессе создания любого медиапродукта
	Владеет навыками грамотной организации рабочего процесса с соблюдением установленных сроков
ПК-5.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта	Знает основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта
	Умеет использовать основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта
	Владеет практическими навыками в использовании основных маркетинговых инструментов при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта
ПК-6.1. Определяет необходимость проведения исследований в своей профессиональной деятельности; разрабатывает и проводит	Знает основы определения необходимости проведения исследований в своей профессиональной деятельности; основы разработки и проведения маркетингового и социологического исследования; основы отбора методов исследований, основы разработки его инструментария.

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по практике)
маркетинговое и социологическое исследования; отбирает методы исследований, разрабатывает его инструментарий	Умеет определять необходимость проведения исследований в своей профессиональной деятельности; разрабатывать и проводить маркетинговое и социологическое исследования; отбирать методы исследований, разрабатывать его инструментарий
	Владеет практическими навыками определения необходимости проведения исследований в своей профессиональной деятельности; разработки и проведения маркетингового и социологического исследования; отбора методов исследований, разработки его инструментария.
ПК-7.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде	Знает основы технологий медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн - среде при реализации коммуникационного продукта
	Умеет использовать технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн - среде при реализации коммуникационного продукта
	Владеет основными технологиями медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн - среде при реализации коммуникационного продукта
ПК-8.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	Знает основные типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью
	Умеет использовать основные типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью
	Владеет навыками реализации основных типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью

6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ, В ТОМ ЧИСЛЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ

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

№ п / п	Разделы (этапы) практики	Виды учебной работы на практике, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)	Формы текущего контроля	
1	Подготовительный этап	Ознакомительные лекции	10	Контроль за присутствием студентов Устный опрос
		Инструктаж по технике безопасности	10	
2	Экспериментальный этап	Сбор теоретического материала, подготовка	20	Контроль за присутствием

		выписок из документации		студентов Дневник практики
		Наблюдения, измерения	18	Контроль за присутствием студентов Дневник практики
3	Обработка полученной информации	Выполнение индивидуального задания	30	Анализ готовых материалов Дневник практики
4	Подготовка отчета по практике	Подготовка отчета	20	Устный опрос Презентация отчета Зачет с оценкой

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

Ответственность за организацию учебной практики возлагается на руководителей практики от Департамента коммуникаций и медиа.

При необходимости прикрепления к иной организации с целью прохождения практики и получения необходимых для бакалавров материалов необходимо заключение договора о сотрудничестве. 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.

Задания, формирующие отдельные компетенции:

На предприятии:

1. Составить список и провести анализ нормативно-правовых документов, которые используются в организации для регулирования деятельности в сфере рекламы и связях с общественностью.
2. Собрать и систематизировать информацию о деятельности организации – базе практики.
3. Собрать и систематизировать информацию о конкурентах организации – базе практики.

4. Провести анализ контента корпоративного интернет-сайта организации – базы практики и ее аккаунтов в социальных сетях, полученную информацию обработать и систематизировать.

5. Разработать бэкграундер о компании.

6. Провести анализ долгосрочных, среднесрочных и краткосрочных планов деятельности отделов по связям с общественностью и рекламы организации в целом.

7. Принять участие в планировании деятельности отделов по связям с общественностью и рекламы.

8. Разработать план своей деятельности в организации на период прохождения практики.

9. Написать статью для профессионального издания о проблемах профессии на основе опыта работы в организации.

10. Составить и обосновать схему коммуникационной инфраструктуры организации (внутренние и внешние информационные потоки).

Комплексные задания:

- исследовать структуру организации, познакомиться с руководителями отделов;

- участие в работе отдела;

- выполнять функциональные обязанности специалиста в области рекламы и связей с общественностью;

- провести исследование целевой аудитории компании (определить проблему, цели и задачи, методику исследования, выборку, составить рабочие документы исследования, обработать полученные результаты и составить отчет);

- разработать проект корпоративного мероприятия для организации;

- принять участие в разработке коммуникационной кампании и (или) мероприятия;

- составить отчет о результатах прохождения учебной практики.

В Департаменте коммуникаций и медиа – выбрать одну из предложенных тем и провести исследование:

1. Особенности контента корпоративных сайтов компаний сферы N (не менее пяти сайтов одной сферы по выбору студента).

2. Телевизионная реклама товаров или услуг сферы N (не менее пяти роликов).

3. Радиореклама товаров или услуг сферы N (не менее пяти роликов).

4. Реклама в прессе товаров или услуг сферы N (не менее пяти рекламных

5. обращений).

6. Наружная реклама товаров или услуг сферы N (не менее пяти конструкций).

7. Баннерная реклама в сети Интернет товаров или услуг сферы N (не менее пяти баннеров).

8. Особенности телевизионной рекламы товаров или услуг сферы N в населенном пункте M (не менее пяти роликов).

9. Особенности радиорекламы товаров и услуг сферы N в населенном пункте M (не менее пяти роликов).

10. Особенности рекламы в прессе товаров и услуг сферы N в населенном пункте M (не менее пяти обращений).

11. Особенности наружной рекламы товаров или услуг сферы N населенном пункте M (не менее пяти конструкций).

12. Особенности политической рекламы в населенном пункте M.

13. Особенности социальной рекламы в населенном пункте M.

14. Функционал и оклад event-менеджера (результаты анализа объявлений о вакансиях).

15. Функционал и оклад маркетолога-аналитика (результаты анализа объявлений о вакансиях).

16. Функционал и оклад бренд-менеджера (результаты анализа объявлений о вакансиях).

17. Функционал и оклад интернет-маркетолога (результаты анализа объявлений о вакансиях).

18. Функционал и оклад категорийного менеджера (результаты анализа объявлений о вакансиях).

19. Функционал и оклад маркетолога (результаты анализа объявлений о вакансиях).

20. Функционал и оклад менеджера по рекламе и PR (результаты анализа объявлений о вакансиях).

21. Функционал и оклад мерчендайзера (результаты анализа объявлений о вакансиях).

22. Сферу N и населенный пункт M студенты выбирают самостоятельно.

8. ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ (ПО ИТОГАМ ПРАКТИКИ)

Бакалавры в период прохождения учебной практики должны собрать теоретический материал, сделать выписки из документации, подготовить текст и исследовательский материал. Каждый этап практики по получению первичных профессиональных умений и навыков предполагает соответствующую форму отчетности: обзор, презентацию, публикацию и т.д. На заключительном этапе бакалавр должен обобщить материал, сделать отчет. Формой аттестации по итогам учебной практики является зачет с оценкой.

Аттестация по итогам практики проводится на основании защиты, оформленной в соответствии с установленными в ДВФУ требованиями письменного отчета и отзыва руководителя практики, при этом выставляется оценка по пятибалльной системе. Форма титульного листа отчета приведена в Приложении 1.

Пакет отчетных документов о прохождении практики обучающимся включает следующие заверенные подписью руководителя и печатью организации документы:

- дневник практиканта;
- график;
- текстовый отчет;
- характеристику, составленную руководителем практики от организации или структурного подразделения ДВФУ в случае, когда практика проводится на базе университета;
- индивидуальное задание.

Дневник включает перечень и краткое описание ежедневных видов работ, выполненных студентом во время практики в соответствии с календарным планом прохождения практики.

Отчет состоит из следующих разделов:

- введение (цели, задачи практики, место, сроки прохождения практики и др.);

- характеристика базы прохождения практики: история организации, цели и задачи деятельности организации, организационная структура, характеристики товара и услуги, объемы его продаж, характеристика целевой аудитории);

- основная часть: конкурентный анализ, анализ рекламной и PR-деятельности, определение целевой аудитории, система фирменных стандартов компании (элементы фирменного стиля предприятия, фирменной культуры, стандартов обслуживания), разработка кампании по продвижению (информационной, имиджевой кампании), организация рекламной и PR-деятельности в компании;

- результаты выполнения индивидуального задания: основные нормативные документы, регулирующие рекламную и PR- деятельность предприятия, положение компании на рынке (SWOT и PEST-анализ), организационная структура отдела по связям с общественностью и рекламе, должностные функциональные обязанности специалистов по рекламе и связям с общественностью в компании, планировании рекламной и PR-деятельности в компании, организационная коммуникационная инфраструктура, программа проведения исследования целевой аудитории, проект рекламной, информационной, имиджевой кампании и ее медиаплан, анализ медиарелейшнз компании, анализ корпоративной культуры организации, проект корпоративного мероприятия, особенности реализации рекламной и PR-деятельности в компании;

- заключение: сделать общие выводы о рекламной и PR-деятельности организации, определить актуальные рекламные и PR-проблемы для организации и предложены возможные пути их решения;

- список литературы и информационных ресурсов;

- приложения (должностная инструкция специалиста в области рекламы и связей с общественностью, планы деятельности отдела по связям с общественностью и рекламе, планы рекламных, информационных,

имиджевых и PR-кампаний, примеры рекламных и PR-материалов организации).

Отчет по практике предоставляется на листах формата А4 (для приложений допускается использование формата А3), верхнее и нижнее поля - 20 мм, правое - 15 мм, левое - 30 мм, выравнивание текста - по ширине, абзацный отступ - 1,25 см. Объем отчета (без учета отзыва руководителя практики от профильной организации и индивидуального задания) должен составлять не менее 15 страниц печатного текста. Текст готовится с использованием текстового редактора Microsoft Word (или его аналога) и сохраняется в виде файла в форматах .doc или docx с использованием 1,5 интервала и применением 14 размера шрифта Times New Roman. Объем отчета – 15-20 страниц (без учета приложений).

Пакет отчетных документов представляется руководителю практики в следующем виде:

- бумажном - если обучающийся проходил практику на территории городского округа г. Владивостока или иного населенного пункта, в котором располагается структурное подразделение ДВФУ (филиал);

- электронном (на корпоративный электронный адрес руководителя практики) - если обучающийся проходил практику за пределами городского округа г. Владивостока или иного населенного пункта, в котором располагается структурное подразделение

ДВФУ (филиал). Обучающимся представляются цветные скан-копии отчетных документов, указанных в п. 2.12 настоящего Регламента, с обязательным наличием подписи студента, подписи руководителя практики от организации, печати организации.

Предоставление бумажной версии пакета документов обязательно в течение трех дней со дня начала следующего учебного семестра.

Защита практики предполагает устное выступление бакалавра, содержащее основные итоги практики. Выступление необходимо сопроводить презентацией, выполненной в программе PowerPoint.

Критерии оценки отчета по учебной практике (профессионально-ознакомительной практике):

Критерии оценки	Оценка
1.Своевременное прохождение практики; 2. Соблюдение правил внутреннего распорядка и трудовой дисциплины; 3. Наличие характеристики с оценкой «отлично»; 4. Выполнение программы практики; 5. Отчетная документация соответствует требованиям программы практики и методическим рекомендациям; 6. Умение бакалавра излагать материал при ответе на вопросы; 7. Содержание отчетной документации, свидетельствует о готовности бакалавра решать задачи профессиональной деятельности.	Зачтено «отлично»
1. Своевременное прохождение практики; 2. Соблюдение правил внутреннего распорядка и трудовой дисциплины;	Зачтено «хорошо»

<p>3. Наличие характеристики с оценкой «хорошо»;</p> <p>4. Выполнение программы практики;</p> <p>5. Отчетная документация соответствует требованиям программы практики и методическим рекомендациям;</p> <p>6. Содержание отчетной документации, свидетельствует о готовности бакалавра решать задачи профессиональной деятельности.</p>	
<p>1. Нарушения бакалавра сроков прохождения практики;</p> <p>2. Наличие характеристики с оценкой «удовлетворительно»;</p> <p>3. Частичное выполнение программы практики;</p> <p>4. Отчетная документация не соответствует требованиям программы практики;</p> <p>5. По содержанию отчетной документации бакалавр не смог ответить на заданные дополнительные вопросы, либо ответы даны не полно;</p> <p>6. При прохождении практики бакалавр не проявил глубоких знаний теории и умения применять ее на практике</p>	<p>Зачтено «удовлетворительно»</p>
<p>1. Программа практики не выполнена;</p> <p>2. Отчетная документация, не позволяет решать вопросы приобретения бакалавр профессиональных навыков;</p> <p>3. Бакалавр при прохождении практики допускал нарушения трудовой дисциплины, нарушение сроков прохождения учебной практики;</p> <p>4. Наличие характеристики с оценкой «неудовлетворительно».</p>	<p>Не зачтено «неудовлетворительно»</p>

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ (включая основную и дополнительную литературу)

а) основная литература:

1. Космин, В.В. Основы научных исследований [Электронный ресурс]: учебное пособие / В.В. Космин. - 2-е изд. - М. : ИЦ РИОР: НИЦ ИНФРА-М, 2021. - 238 с. - Режим доступа: <https://library.dvfu.ru/lib/document/EBSZnanium/3E8866B9-B853-4213-898A-943E1B97D902/>

2. Федотова, Л.Н. Реклама : теория и практика : учебник для академического бакалавриата по экономическим и гуманитарным направлениям и специальностям / Л. Н. Федотова ; Московский государственный университет. - Москва : Юрайт, 2015. – 391 с. <https://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:786357&theme=FEFU>

3. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование : учебник / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин ; под общ. ред. Ф. И. Шаркова. - Москва : Дашков и К°, 2018. – 486 с. <https://znanium.com/catalog/document?pid=1093675&id=358566>

б) дополнительная литература:

1. Сабетова Т.В. Реклама и рекламная деятельность : учебное пособие / Сабетова Т.В.. — Воронеж : Воронежский Государственный Аграрный Университет им. Императора Петра Первого, 2016. — 165 с. — ISBN 2227-

8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/72744.html>

2. Семенцов А. Усиление отдела продаж [Электронный ресурс]: руководство по оценке эффективности и совершенствованию системы продаж. Монография/ Семенцов А.— Электрон. текстовые данные.— Екатеринбург: Кабинетный ученый, Good Business, 2014.— 208 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/48283.html>

3. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью : имидж, репутация, бренд : учебное пособие для вузов / А. Н. Чумиков. - Москва : Аспект Пресс, 2016. — 159 с. <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:806199&theme=FEFU>

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

1. Кужелева-Саган И.П. Новостной раздел корпоративного сайта как предмет деятельности PR-специалиста: Учебное пособие / Кужелева-Саган И.П., Сучкова Н.А. - Национальный исследовательский Томский государственный университет, 2017. — 70 с. <https://e.lanbook.com/book/112906?category=1039>

2. Кузнецов, П.А. Современные технологии коммерческой рекламы: Практическое пособие / П.А. Кузнецов. – Москва: "Дашков и К", 2016. – 296 с. <https://e.lanbook.com/book/70573?category=1039>

3. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции: учебное пособие / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров, С.А. Самойленко. – Москва: «Дело» РАНХиГС, 2016. – 520 с. <https://e.lanbook.com/book/75182?category=1039>

4. Шаковский, В.О. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством ВТЛ-коммуникаций: Учебное пособие / Шаковский В.О., Чугунова Н.М., Кирилчук И.В. - Москва: "Дашков и К", 2017. – 126 с. <https://e.lanbook.com/book/93480?category=1039>

Перечень информационных технологий и программного обеспечения

При осуществлении образовательного процесса используется следующее программное обеспечение: Microsoft Office (Power Point, Word), программное обеспечение сервисов сайта ДВФУ, включая ЭБС ДВФУ.

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Для проведения работ, связанных с выполнением задания по практике, а также для организации самостоятельной работы студентам доступно следующее оборудование и специализированные кабинеты, соответствующие действующим санитарным и противопожарным нормам, а также требованиям техники безопасности при проведении учебных и научно-производственных работ:

Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятель-	Оснащенность специальных помещений для самостоятель-	Перечень лицензионного программного обеспечения.
--	---	---

ной работы	ной работы	Реквизиты подтверждающего документа
<p>690922, г. Владивосток, остров Русский, полуостров Саперный, поселок Аякс, 10, корпус А - уровень 10, каб.А 1002, помещение для самостоятельной работы Читальный зал естественных и технических наук с открытым доступом Научной библиотеки</p>	<p>Моноблок Lenovo C360G-i34164G500UDK – 58 шт. Интегрированный сенсорный дисплей Polymedia FlipBox Копир-принтер-цветной сканер в e-mail с 4 лотками Xerox WorkCentre 5330 (WC5330C) Полноцветный копир-принтер-сканер Xerox WorkCentre 7530 (WC7530CPS)</p>	<p>ЭУ0198072_ЭА-667-17_08.02.2018_Арт-Лайн Технолоджи_ПО ADOBE, ЭУ0201024_ЭА-091-18_24.04.2018_Софтлайн Проекты_ПО ESET NOD32, ЭУ0205486_ЭА-261-18_02.08.2018_СофтЛайн Трейд_ПО Microsoft</p>
<p>690922, г. Владивосток, остров Русский, полуостров Саперный, поселок Аякс, 10, корпус А - уровень 10, каб. А1042, помещение для самостоятельной работы Читальный зал гуманитарных наук с открытым доступом Научной библиотеки</p>	<p>Моноблок Lenovo C360G-i34164G500UDK – 115 шт. Интегрированный сенсорный дисплей Polymedia FlipBox Копир-принтер-цветной сканер в e-mail с 4 лотками Xerox WorkCentre 5330 (WC5330C) Полноцветный копир-принтер-сканер Xerox WorkCentre 7530 (WC7530CPS) Оборудование для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья: Дисплей Брайля Focus-40 Blue – 3 шт. Дисплей Брайля Focus-80 Blue Рабочая станция Lenovo ThinkCentre E73z – 3 шт. Видео увеличитель ONYX Swing-Arm PC edition Маркер-диктофон Touch Мемо цифровой Устройство портативное для чтения плоскочечатных текстов PEarl Сканирующая и читающая машина для незрячих и слабовидящих пользователей SARA Принтер Брайля Emprint SpotDot - 2 шт. Принтер Брайля Everest - D V4</p>	<p>ЭУ0198072_ЭА-667-17_08.02.2018_Арт-Лайн Технолоджи_ПО ADOBE, ЭУ0201024_ЭА-091-18_24.04.2018_Софтлайн Проекты_ПО ESET NOD32, ЭУ0205486_ЭА-261-18_02.08.2018_СофтЛайн Трейд_ПО Microsoft</p>

	<p>Видео увеличитель ONYX Swing-Arm PC edition Видео увеличитель Topaz 24" XL стационарный электронный Обучающая система для детей тактильно-речевая, либо для людей с ограниченными возможностями здоровья Увеличитель ручной видео RUBY портативный – 2 шт. Экран Samsung S23C200B Маркер-диктофон Touch Мето цифровой</p>	
<p>г. Владивосток, Фрунзенский р-н, ул. Алеутская, д. 65б, Этаж 2, зл.203 Аудитория для самостоятельной работы студентов (Универсальный читальный зал)</p>	<p>Многофункциональное устройство (МФУ) Моноблок Lenovo C360G-i34164G500UDK Персональные системы для читальных залов терминала – 12 шт. Рабочее место для медиа-зала HP dc7700 – 2 шт. Персональные системы для медиа-зала в комплекте - 7 шт.</p>	<p>Microsoft Office. Номер лицензии Standard Enrollment 62820593. Дата окончания 2020-06-30. Родительская программа Campus 3 49231495. Торговый посредник: JSC «Softline Trade». Номер заказа торгового посредника: Tr000270647-18. ESET NOD32 Secure Enterprise. Контракт с ООО «Софтлайн Проекты» № ЭА-091-18 от 24.04.2018. Дата окончания 01.03.2019. BLACKBOARD Learn. Сублицензионное соглашение BLACKBOARD с ООО «Отраслевые порталы» №2906/1 от 29.06.2012, постоянное (бессрочное) исключительное право на использование программного обеспечения. Заказ на покупку 032901.</p>
<p>690922, Приморский край, г. Владивосток, остров Русский, полуостров Саперный, поселок Аякс, 10. Корпус 26, , помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования – ауд. F 530</p>	<p>Шкафы для хранения демонстрационных материалов, столы.</p>	

Рабочие места для людей с ограниченными возможностями здоровья оснащены дисплеями и принтерами Брайля; оборудованы: портативными устройствами для чтения плоскочечатных текстов, сканирующими и читающими машинами, видеоувеличителем 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.

11. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

По результатам прохождения учебной практики бакалавры должны овладеть компетенциями, перечисленными в п.5 настоящей программы.

№ п / п	Формируемые компетенции	Разделы (этапы) практики	Виды учебной работы на практике, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)		Формы текущего контроля
1	ПК-1.1., ПК-2.1, ПК-3.1, ПК-4.1, ПК-5.1, ПК-6.1 ПК-7.1, ПК-8.1	Подготовительный этап	Ознакомительные лекции	10	Контроль за присутствием студентов Устный опрос
			Инструктаж по технике безопасности	10	Подпись в журнале по ТБ
2	ПК-1.1., ПК-2.1, ПК-3.1, ПК-4.1, ПК-5.1, ПК-6.1 ПК-7.1, ПК-8.1	Экспериментальный этап	Сбор теоретического материала, подготовка выписок из документации	20	Контроль за присутствием студентов Дневник практики
			Наблюдения, измерения	18	Контроль за присутствием студентов Дневник практики
3	ПК-1.1., ПК-2.1, ПК-3.1, ПК-4.1, ПК-5.1, ПК-6.1 ПК-7.1, ПК-8.1	Обработка полученной информации	Выполнение индивидуального задания	30	Анализ готовых материалов Дневник практики
4	ПК-1.1., ПК-2.1, ПК-3.1, ПК-4.1, ПК-5.1, ПК-6.1 ПК-7.1, ПК-8.1	Подготовка отчета по практике	Подготовка отчета	20	Устный опрос Презентация отчета Зачет с оценкой

Краткая характеристика процедуры реализации текущего и итогового контроля по практике для оценки компетенций обучающихся представлена в таблице:

№	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика процедуры оценивания компетенций	Представление оценочного средства в фонде
1	Дневник практики	Проверка полноты и своевременности записей,	Дневник практики

		соответствия записей заданию практики, наличие самостоятельного анализа в дневнике практики	
2	Типовое задание на практику	Проверка выполнения типового задания на практику: наличие всех исследовательских перечисленных в программе практики, проверка полноты и качества выполнения индивидуального задания	Перечень материалов исследования Индивидуальное задание
3	Отчет по практике	Проверка качества и полноты отчета по практике, контроль сроков его предоставления, соответствия заданию по практике, соответствия нормам оформления	Требования к подготовке и оформлению отчета по практике
4	Защита отчета по практике	Учет качества представления результатов практики, уровня сформированности компетенций	Требования к представлению результатов практики. Отзыв руководителя от организации

Оценивание составления дневника практики:

В течение всего периода практики студент ежедневно производит записи в дневнике, обстоятельно отражая проделанную работу в соответствии с заданием. Записи должны отражать не только проведенную работу, но и самостоятельный анализ ее содержания и особенностей, отношения практиканта к спорным вопросам практики, встретившимся затруднениям в решении тех или иных вопросов. Заполняя дневник, практикант должен исходить из того, что полнота и своевременность записей о прохождении практики существенно облегчит составление письменного отчета. Записи в дневнике ежедневно заверяются подписью непосредственного руководителя практики от организации.

Оценивание выполнения задания на практику:

№	Шкала оценивания	Критерии оценивания
---	------------------	---------------------

1	Отлично	Задание выполнено в полном объеме, все материалы подготовлены, студент проявил высокий уровень самостоятельности и творческий подход к выполнению задания
2	Хорошо	Задание выполнено в полном объеме, все материалы подготовлены, имеются отдельные недостатки в оформлении подготовленного материала
3	Удовлетворительно	Задание в целом выполнено, однако имеются недостатки, не все материалы подготовлены или подготовлены с существенными ошибками, имеются замечания по оформлению собранного материала
4	Неудовлетворительно	Задание выполнено лишь частично, имеются многочисленные замечания

Оценивание качества подготовки отчета:

Критерии оценки	Оценка
<ul style="list-style-type: none"> – соответствие содержания прохождения практики – отчет собран в полном объеме; – структурированность (четкость, логичность, наличие титульного листа, нумерации страниц, подробного оглавления отчета и др.); – задание выполнено полностью; – отличное оформление; – не нарушены сроки сдачи отчета. 	Зачтено «отлично»
<ul style="list-style-type: none"> – соответствие содержания отчета программе прохождения практики – отчет собран в полном объеме; – не везде прослеживается структурированность (четкость, логичность, наличие титульного листа, нумерации страниц, подробного оглавления отчета и др.); – задание выполнено полностью; – хорошее оформление; – не нарушены сроки сдачи отчета. 	Зачтено «хорошо»
<ul style="list-style-type: none"> – соответствие содержания отчета программе прохождения практики - отчет собран в полном объеме; – не везде прослеживается структурированность (четкость, нумерация страниц, подробное оглавление отчета); – в оформлении отчета и портфолио прослеживается небрежность; – задание выполнено не полностью; – нарушены сроки сдачи отчета. 	Зачтено «удовлетворительно»
<ul style="list-style-type: none"> – соответствие содержания отчета программе прохождения практики – отчет собран не в полном объеме; – нарушена структурированность (четкость, нумерация страниц, подробное оглавление отчета); – в оформлении отчета и портфолио прослеживается небрежность; – задание не выполнено; – нарушены сроки сдачи отчета. 	Не зачтено «неудовлетворительно»

Оценивание защиты отчета:

№	Шкала оценивания	Критерии оценивания
---	------------------	---------------------

1	Отлично	<ul style="list-style-type: none"> – студент демонстрирует системность и глубину знаний, полученных при прохождении практики; – стилистически грамотно, логически правильно излагает ответы на вопросы; – дает исчерпывающие ответы на дополнительные вопросы преподавателя по темам, предусмотренным программой практики.
2	Хорошо	<ul style="list-style-type: none"> – студент демонстрирует достаточную полноту знаний в объеме программы практики, при наличии лишь несущественных неточностей в изложении содержания основных и дополнительных ответов; – владеет необходимой для ответа терминологией; – недостаточно полно раскрывает сущность вопроса; – допускает незначительные ошибки, но исправляется при наводящих вопросах преподавателя.
3	Удовлетворительно	<ul style="list-style-type: none"> – студент демонстрирует недостаточно последовательные знания по вопросам программы практики; – использует специальную терминологию, но могут быть допущены 1-2 ошибки в определении основных понятий, которые студент затрудняется исправить самостоятельно; – способен самостоятельно, но не глубоко, анализировать материал, – раскрывает сущность решаемой проблемы только при наводящих вопросах преподавателя.
4	Неудовлетворительно	<ul style="list-style-type: none"> – студент демонстрирует фрагментарные знания в рамках программы практики; – не владеет минимально необходимой терминологией; – допускает грубые логические ошибки, отвечая на вопросы преподавателя, которые не может исправить самостоятельно.

Общие критерии оценивания результатов практики:

Критерии оценки	Оценка
1. Своевременное прохождение практики; 2. Соблюдение правил внутреннего распорядка и трудовой дисциплины; 3. Наличие характеристики с оценкой «отлично»; 4. Выполнение программы практики; 5. Отчетная документация соответствует требованиям программы практики и методическим рекомендациям; 6. Умение бакалавра излагать материал при ответе на вопросы; 7. Содержание отчетной документации, свидетельствует о готовности бакалавра решать задачи профессиональной деятельности.	Зачтено «отлично»
1. Своевременное прохождение практики; 2. Соблюдение правил внутреннего распорядка и трудовой дисциплины; 3. Наличие характеристики с оценкой «хорошо»; 4. Выполнение программы практики; 5. Отчетная документация соответствует требованиям программы практики и методическим рекомендациям; 6. Содержание отчетной документации, свидетельствует о готовности бакалавра решать задачи профессиональной	Зачтено «хорошо»

<p>деятельности.</p>	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Нарушения бакалавра сроков прохождения практики; 2. Наличие характеристики с оценкой «удовлетворительно»; 3. Частичное выполнение программы практики; 4. Отчетная документация не соответствует требованиям программы практики; 5. По содержанию отчетной документации бакалавр не смог ответить на заданные дополнительные вопросы, либо ответы даны не полно; 6. При прохождении практики бакалавр не проявил глубоких знаний теории и умения применять ее на практике 	<p>Зачтено «удовлетворительно»</p>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Программа практики не выполнена; 2. Отчетная документация, не позволяет решать вопросы приобретения бакалавр профессиональных навыков; 3. Бакалавр при прохождении практики допускал нарушения трудовой дисциплины, нарушение сроков прохождения учебной практики; 4. Наличие характеристики с оценкой «неудовлетворительно». 	<p>Не зачтено «неудовлетворительно»</p>



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

ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК
Департамент коммуникаций и медиа

О Т Ч Е Т
о прохождении учебной практики
Профессионально-ознакомительная практика

Выполнил студент группы
Б _____
(ФИО студента)

Отчет защищен:
с оценкой _____
_____ И.О.Фамилия
подпись

Руководитель практики:
_____ И.О.Фамилия
(подпись)

«___» _____ 20 г.

Регистрационный № _____
«___» _____ 20 г. веду-
щий специалист ДКМ
_____ И.О.Фамилия
подпись

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

г. Владивосток
202

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

«Дальневосточный федеральный университет»
 (ДВФУ)

ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК
 Департамент коммуникаций и медиа

**Направление на учебную профессионально-ознакомительную
 практику от Департамента коммуникаций и медиа ШИГН
 ДВФУ**

Студент _____
Фамилия Имя Отчество

Группы _____ согласно приказу № _____ от «__» _____ 202__ г.
 Направляется _____

_____ для прохождения учебной практики по направлению подготовки 42.03.01
 Реклама и связи с общественностью, профиль «Реклама и связи с
 общественностью»

на срок __ недель с «__» _____ 202__ г. по «__» _____ 202__ г.

Руководитель практики _____

Отметки о выполнении и сроках практики

Наименование базы практики	Отметка о прибытии и убытии	Печать, подпись

КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН-ГРАФИК прохождения учебной практики студента

Студент _____ направляется для прохождения учебной
профессионально-ознакомительной _____ практики _____ в

_____ наименование организации

с « ___ » _____ 202__ г. по « ___ » _____ 202__ г.

Содержание выполняемых работ по программе	Сроки выполнения		Заключение и оценка руководителя от организации	Подпись руководителя от организации
	Начало	Окончание		

Согласовано:

_____ должность руководителя подразделения, где проводится практика

_____ И.О. Фамилия

_____ дата

Студент-практикант

_____ И.О. Фамилия

_____ подпись

_____ дата

Руководитель от кафедры

_____ И.О. Фамилия

_____ подпись

_____ дата

Руководитель от организации

_____ И.О. Фамилия

_____ подпись

_____ дата

ОТЗЫВ
о результатах прохождения учебной практики

Студента

(ки)

Фамилия Имя Отчество

группы _____ Департамента коммуникаций и медиа ШИГН ДВФУ.

СОДЕРЖАНИЕ ОТЗЫВА

В отзыве рекомендуется четко и лаконично отразить следующие вопросы:

1. степень достижения цели практики и выполнение поставленных перед практикантом задач;
2. общая оценка умения практиканта выполнять поставленные задачи;
3. степень самостоятельности выполненной работы и способность практиканта к профессиональной деятельности;
4. соответствие деятельности практиканта общим требованиям, предъявляемым к специалистам по рекламе и связям с общественностью, степень сформированности профессиональных навыков и умений;
5. вывод о положительной оценке.

Руководитель практики от организации:

должность

подпись

Фамилия ИО

« ____ » _____ 20 ____ года

М.П.



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

Школа искусств и гуманитарных наук



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ**

Научно-исследовательская работа (получение первичных
навыков научно-исследовательской работы)
Для направления подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Программа бакалавриата

Реклама и связи с общественностью

Владивосток
2021

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Целью учебной практики, научно-исследовательская работы (получение первичных навыков научно-исследовательской работы) является выработка навыков самостоятельной практической работы в решении прикладных задач различных структур, основываясь на обширной теоретической базе знаний направления рекламы и связей с общественностью.

2. ЗАДАЧИ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Задачами учебной практики являются:

- практическое изучение рекламы и связей с общественностью в естественных условиях;
- освоение студентами первичных профессиональных умений и навыков поведения в рамках избранного направления подготовки;
- ознакомление студентов со способами поиска, получения, хранения и обработки информации;
- использование инструментария и методов, полученных в процессе обучения, на этапах сбора, обработки и анализа информации.

3. МЕСТО УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОП

Учебная практика, научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы) является составной частью основной профессиональной образовательной программы, входит в Блок 2 учебного плана направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «Реклама и связи с общественностью» (Б2.О.01(У)) и является обязательной.

Учебная практика, научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы) базируется на основе следующих дисциплин: «Основы проектной деятельности», «Теория и практика рекламы», «Теория и практика связей с общественностью», «Основы теории коммуникаций», «Инструменты и методы в коммуникационных исследованиях», «Работа с текстом в профессиональной сфере», «Медиакоммуникации: теория и практика», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ в связях с общественностью» и является продолжением предыдущей учебной практики, профессионально-ознакомительной практики.

4. ТИПЫ, СПОСОБЫ, МЕСТО И ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Тип учебной практики – научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы). Форма проведения практики – концентрированная. Способы: стационарная и выездная

практики. При этом под стационарной понимается практика, которая проводится в организациях города Владивостока, под выездной понимается практика, для прохождения которой необходимо выезжать за пределы города Владивостока.

Учебная практика проводится в четвертом семестре. Практика может проводиться в организациях культурных индустрий, в рекламных и коммуникационных агентствах, исследовательских организациях, в других организациях, чья деятельность включает создание, управление и дистрибуцию медиаконтента на различных платформах, в соответствии с рабочими учебными планами, утверждёнными на каждый год обучения. 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.

5. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Общепрофессиональные компетенции и индикаторы их достижения:

Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций (при наличии)	Код и наименование универсальной компетенции выпускника	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
Продукт профессиональной деятельности	ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ
Общество и государство	ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития
Культура	ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса
Аудитория	ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп

Медиакоммуникационная система	ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
Технологии	ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение
Эффекты	ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ	Знает понятия и характеристики рекламной коммуникации, медиатекста, медиапродукта, коммуникационного продукта
	Умеет применять полученные знания в процессе анализа рекламной коммуникации на разных платформах
	Владеет навыками по созданию рекламных продуктов в соответствие с платформой продвижения и запросами целевой аудитории
ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития	Знает основы системы общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития
	Умеет использовать в планировании и осуществлении основных направлений рекламной деятельности и деятельности в области связей с общественностью знание системы общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития
	Владеет практическими навыками планирования и реализации основных направлений рекламной деятельности и деятельности в области связей с общественностью знание системы общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития
ОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса	Знает основные тенденции развития в сфере отечественного и мирового культурного процесса.
	Умеет использовать знания тенденций развития в сфере отечественного и мирового культурного процесса.
	Владеет практическими навыками использования

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
	тенденций развития в сфере отечественного и мирового культурного процесса при планировании рекламной деятельности и деятельности по формированию связей с общественностью предприятия.
ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	Знает основные методы проведения прикладного исследования в рекламе и связях с общественностью
	Умеет применять данные из социологических источников, в том числе актуальных сборников статистических органов при проведении собственного прикладного исследования
	Владеет навыками по анализу полученной социологической и маркетинговой информации для формирования коммуникационных предложений целевой аудитории
ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	Знает основные факторы и нормы, влияющие на развитие коммерческой, социальной и политической рекламы, а также рекламных обращений на разных носителях
	Умеет разрабатывать концепцию рекламного обращения в зависимости от объекта рекламирования и носителя
	Владеет навыками проведения анализа эффективности рекламы в зависимости от ее носителя и определения наиболее эффективного набора рекламного продвижения в определенный период времени
ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение	Знает о необходимости и особенностях применения технического оборудования и программного обеспечения для осуществления профессиональной деятельности
	Умеет отбирать необходимое техническое оборудование и программное обеспечение для осуществления профессиональной деятельности
	Владеет навыками отбора и использования необходимого технического оборудования и программного обеспечения для осуществления профессиональной деятельности
ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности	Знает основные принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью
	Умеет применять на практике основные принципы, методы и инструменты социальной ответственности в профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью
	Владеет навыками прогнозирования эффектов и последствий профессиональной деятельности на основе применения принципов социальной ответственности

Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Организационный	ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-1.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью
	ПК-2. Способен осуществлять стратегическое планирование интернет-кампаний	ПК-2.1. Участвует в процессе эффективного продвижения проекта и осуществляет успешную стратегию продвижения в онлайн среде
	ПК-3. Способен к формированию и обоснованию бюджета продвижения коммуникационного продукта	ПК-3.1. Формирует оптимальный бюджет для реализации стратегии продвижения; обосновывает необходимые расходы согласно показателям
Авторский	ПК-4. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-4.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта
Маркетинговый	ПК-5. Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации	ПК-5.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта
	ПК-6. Способен проводить маркетинговые и социологические исследования	ПК-6.1. Определяет необходимость проведения исследований в своей профессиональной деятельности; разрабатывает и проводит маркетинговое и социологическое исследования;

		отбирает методы исследований, разрабатывает его инструментарий.
Технологический	ПК-7. Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы коммуникаций	ПК-7.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде
Проектный	ПК-8. Способен осуществлять разработку и реализацию индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-8.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по практике)
ПК-1.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью	Знает должностные обязанности линейного менеджера отдела по рекламе
	Умеет выполнять функции линейного менеджера при реализации проекта по рекламе и связям с общественностью
	Владеет навыком анализа деятельности отдела по рекламе
ПК-2.1. Участвует в процессе эффективного продвижения проекта и осуществляет успешную стратегию продвижения в онлайн среде	Знает основы медиастратегии
	Принимает участие в продвижении проекта в онлайн среде
	Владеет навыками ведения социальных сетей
ПК-3.1. Формирует оптимальный бюджет для реализации стратегии продвижения; обосновывает необходимые расходы согласно показателям эффективности продвижения; вычисляет экономический эффект от реализации стратегии продвижения с учетом финансовых возможностей заказчика	Владеет навыками бюджетного планирования при организации и проведении кампаний в рекламе и связях с общественностью, включая планирование с жестким потолком затрат, планирование с плавающим потолком затрат, тоннельное планирование, планирование с гибким целевым дефицитом и планирование с условно неограниченным потолком затрат.
	Умеет соотносить затраты рекламного бюджета и эффективность кампании
	Способен применять на практике навыки оптимизации бюджета и постатейных перебросок средств
ПК-4.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов	Знает основы тайм-менеджмента
	Умеет придерживаться установленного графика в процессе создания любого медиапродукта

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по практике)
коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	Владеет навыками грамотной организации рабочего процесса с соблюдением установленных сроков
ПК-5.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта	Знает основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта
	Умеет использовать основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта
	Владеет практическими навыками в использовании основных маркетинговых инструментов при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта
ПК-6.1. Определяет необходимость проведения исследований в своей профессиональной деятельности; разрабатывает и проводит маркетинговое и социологическое исследования; отбирает методы исследований, разрабатывает его инструментарий	Знает основы определения необходимости проведения исследований в своей профессиональной деятельности; основы разработки и проведения маркетингового и социологического исследования; основы отбора методов исследований, основы разработки его инструментария.
	Умеет определять необходимость проведения исследований в своей профессиональной деятельности; разрабатывать и проводить маркетинговое и социологическое исследования; отбирать методы исследований, разрабатывать его инструментарий
	Владеет практическими навыками определения необходимости проведения исследований в своей профессиональной деятельности; разработки и проведения маркетингового и социологического исследования; отбора методов исследований, разработки его инструментария.
ПК-7.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде	Знает основы технологий медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн - среде при реализации коммуникационного продукта
	Умеет использовать технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн - среде при реализации коммуникационного продукта
	Владеет основными технологиями медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн - среде при реализации коммуникационного продукта
ПК-8.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	Знает основные типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью
	Умеет использовать основные типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью
	Владеет навыками реализации основных типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью

6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ, В ТОМ ЧИСЛЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ

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

№ п / п	Разделы (этапы) практики	Виды учебной работы на практике, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)		Формы текущего контроля
1	Подготовительный этап	Ознакомительные лекции	10	Контроль за присутствием студентов Устный опрос
		Инструктаж по технике безопасности	10	Подпись в журнале по ТБ
2	Экспериментальный этап	Мероприятия по сбору, обработке и систематизации фактического и творческого материала	20	Контроль за присутствием студентов Дневник практики
		Наблюдения, измерения	18	Контроль за присутствием студентов Дневник практики
3	Обработка полученной информации	Создание научно-исследовательских материалов по медиакоммуникациям изучаемой организации	30	Анализ готовых материалов Дневник практики
4	Подготовка отчета по практике	Подготовка отчета	20	Устный опрос Презентация отчета Зачет с оценкой

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

Студенты, направляемые на учебную практику, обеспечиваются необходимой методической литературой (указаниями), в которой содержатся сведения о требованиях и рекомендациях по прохождению практики, сбору материала, а также по подготовке и написанию отчета по итогам учебной практики.

Студенту также выдается дневник прохождения практики, в котором должно отражаться краткое содержание работ, выполняемых им во время прохождения практики.

На подготовительном этапе руководитель практики проводит ознакомительные лекции со студентом, направляемым на учебную практику. В ходе лекций указываются цели и задачи практики, особенности ее проведения, раскрываются основные требования к оценке. Кроме того, руководитель практики совместно с представителем принимающей организации проводит инструктаж по технике безопасности.

На экспериментальном этапе студенты в рамках самостоятельной работы углубляют теоретические знания по предмету, осваивают необходимые приборы и оборудование. Постоянно происходит проверка навыков работы студента с данными приборами и оборудованием, навыков самостоятельной работы студента, его уровня теоретических знаний.

Обучающиеся в период прохождения практики:

– выполняют индивидуальные задания, предусмотренные программами практики: ознакомление с нормативной документацией, определяющей деятельность подразделений по рекламе и связям с общественностью организации (предприятия); изучение организационной структуры организации (предприятия) и определение места в них подразделений по рекламе и связям с общественностью (при наличии); ознакомление с распределением функций по рекламе и связям с общественностью в системе коммуникаций организации (предприятия); изучение системы внутренних и внешних коммуникаций организации (предприятия); ознакомление с особенностями корпоративной культуры организации (предприятия); ознакомление с корпоративными изданиями, сайтом в части рекламно-информационной деятельности и связей с общественностью; ознакомление с процессом создания текстов рекламы и связей с общественностью; проведение научно-исследовательских мероприятий: изучение литературы по актуальным вопросам рекламной и PR-деятельности организации (предприятия), сбор эмпирического материала (количественные и качественные данные) в части рекламной и PR-деятельности организации (предприятия), описание конкурентной среды.

– соблюдают правила внутреннего трудового распорядка;

– соблюдают требования охраны труда и пожарной безопасности.

На этапе обработки полученной информации студент под руководством представителя принимающей организации выполняет индивидуальное задание.

На этапе подготовки отчета по практике студент самостоятельно готовит отчет по практике.

8. ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ (ПО ИТОГАМ ПРАКТИКИ)

По итогам учебной практики студент предоставляет отчет, в который входят:

- письменный отчет по учебной практике (практике по получению первичных профессиональных умений и навыков);
- дневник практики, отзыв о результатах прохождения учебной

практики;

Письменный отчет по учебной практике (практике по получению первичных профессиональных умений и навыков) должен содержать в нижеприведенной последовательности:

- титульный лист;
- содержание (оглавление);
- введение;
- основная часть;
- заключение;
- список использованных источников;
- приложения.

Объем отчета должен составлять 15 – 20 листов (без приложений). Количество приложений не ограничивается и в указанный объем не включается. Типовая форма титульного листа отчета студента по практике приведена в Приложении 1 (оформление текстовой части работы должно соответствовать требованиям, принятым в ДВФУ к подобного типа работам).

Во введении должны быть отражены:

- цель, место и время (количество недель) прохождения практики;
- последовательность прохождения практики, перечень работ, выполненных в процессе практики.

В основную часть отчета необходимо включить:

- описание организации работы в процессе практики;
- описание выполненной работы по разделам программы практики;
- описание рабочего места;
- описание практических задач, решаемых студентом за время прохождения производственной практики;
- указания на затруднения, которые возникли при прохождении практики;
- изложение спорных вопросов, которые возникли по конкретным вопросам, и их решение.

Заключение должно содержать:

- описание навыков, приобретенных за время практики;
- характеристику информационно-программных продуктов, необходимых для прохождения производственной практики;
- предложения и рекомендации студента, сделанные в ходе практики;
- отзывы и рекомендации по оптимизации процесса организации практики руководителей практики от предприятия.

Дневник практики выдается студенту руководителем практики от кафедры перед началом практики. Дневник практики включает в себя:

- направление на учебную практику от кафедры, которое заполняется до начала практики;
- календарный план-график, который заполняется студентом самостоятельно в течение учебной практики в соответствии с разделами (этапами) учебной практики и видами учебной работы на практике. Календарный план-график утверждается руководителем от базы практики;

- отзыв руководителя от базы практики о работе студента-практиканта.

Отчет представляется в отдельной папке.

Материалы практики анализируются на практических занятиях. Порядок защиты: выступление студента с отчетом, выступления оппонентов (не менее 2-х), заключение преподавателя.

Практика оценивается по зачетной системе: дифференцированный зачет – зачет с оценкой.

Оценки за практику утверждаются на заседании кафедры.

Критерии оценки отчета по учебной практике (практике по получению первичных профессиональных умений и навыков):

Критерии оценки	Оценка
<ul style="list-style-type: none">– соответствие содержания прохождения практики – отчет собран в полном объеме;– структурированность (четкость, логичность, наличие титульного листа, нумерации страниц, подробного оглавления отчета и др.);– задание выполнено полностью;– отличное оформление;– не нарушены сроки сдачи отчета.	Зачтено «отлично»
<ul style="list-style-type: none">– соответствие содержания отчета программе прохождения практики – отчет собран в полном объеме;– не везде прослеживается структурированность (четкость, логичность, наличие титульного листа, нумерации страниц, подробного оглавления отчета и др.);– задание выполнено полностью;– хорошее оформление;– не нарушены сроки сдачи отчета.	Зачтено «хорошо»
<ul style="list-style-type: none">– соответствие содержания отчета программе прохождения практики - отчет собран в полном объеме;– не везде прослеживается структурированность (четкость, нумерация страниц, подробное оглавление отчета);– в оформлении отчета и портфолио прослеживается небрежность;– задание выполнено не полностью;– нарушены сроки сдачи отчета.	Зачтено «удовлетворительно»
<ul style="list-style-type: none">– соответствие содержания отчета программе прохождения практики – отчет собран не в полном объеме;– нарушена структурированность (четкость, нумерация страниц, подробное оглавление отчета);– в оформлении отчета и портфолио прослеживается небрежность;– задание не выполнено;– нарушены сроки сдачи отчета.	Не зачтено «неудовлетворительно»

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ (включая основную и дополнительную литературу)

а) основная литература:

1. Венедиктова Т.Д., Гудков Д.Б. Основы теории коммуникации: учебник и практикум / Т.Д. Венедиктова. – М.: Юрайт, 2021. – 193 с. - Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/469722>

2. Гавра Д.П. Основы теории коммуникации: учебник / Д.П. Гавра. – М.: Юрайт, 2021. – 231 с. - Режим доступа: <https://library.dvfu.ru/lib/document/EBSUrait/FDF34586-CC24-4F78-AEA6-78473288318A>

3. Емельянов С.М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие / С.М. Емельянов. – М.: Юрайт, 2021. – 197 с. - Режим доступа: <https://library.dvfu.ru/lib/document/EK/D91614F5-FEAD-4E61-8167-57EF47F039E7/>

4. Кузьмина О.Г. Интегрированные маркетинговые коммуникации: теория и практика рекламы / О.Г. Кузьмина. – РИОР, 2018. – 187 с. - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=328133>

5. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции : учебное пособие / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров, С. А. Самойленко ; Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. - Москва : Дело, 2016. – 519 с. – Режим доступа: <https://lib.dvfu.ru/lib/item?id=chamo:846964&theme=FEFU>

б) дополнительная литература:

1. Бударина О.А. Организация работы структур по связям с общественностью: учебное пособие / О.А. Бударина. – М.: Юрайт, 2021. – 126 с. – Режим доступа: <https://urait.ru/book/organizaciya-raboty-struktur-po-svyazyam-s-obschestvennostyu-496828>

2. Дзялошинский И.М. Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования: учебник / И.М. Дзялошинский, М.А. Пильгун. – М.: Юрайт, 2021. – 345 с. – Режим доступа: <https://urait.ru/book/sovremennyy-mediatekst-osobennosti-sozdaniya-i-funkcionirovaniya-495400>

3. Сабетова Т.В. Реклама и рекламная деятельность : учебное пособие / Сабетова Т.В.. — Воронеж : Воронежский Государственный Аграрный Университет им. Императора Петра Первого, 2016. — 165 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/72744.html>

4. Садовская В.С. Основы коммуникативной культуры. Психология общения: учебник и практикум / В.С. Садовская, В.А. Ремизов. – М.: Юрайт, 2021. – 169 с. – Режим доступа: <https://urait.ru/book/osnovy-kommunikativnoy-kultury-psihologiya-obscheniya-491009>

Перечень информационных технологий и программного обеспечения

При осуществлении образовательного процесса используется следующее программное обеспечение: Microsoft Office (Power Point, Word), программное обеспечение сервисов сайта ДВФУ, включая ЭБС ДВФУ.

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Для проведения работ, связанных с выполнением задания по практике, а также для организации самостоятельной работы студентам доступно следующее оборудование и специализированные кабинеты, соответствующие действующим санитарным и противопожарным нормам, а также требованиям техники безопасности при проведении учебных и научно-производственных работ:

Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
690922, г. Владивосток, остров Русский, полуостров Саперный, поселок Аякс, 10, корпус А - уровень 10, каб. А 1002, помещение для самостоятельной работы Читальный зал естественных и технических наук с открытым доступом Научной библиотеки	Моноблок Lenovo C360G-i34164G500UDK – 58 шт. Интегрированный сенсорный дисплей Polymedia FlipBox Копир-принтер-цветной сканер в e-mail с 4 лотками Xerox WorkCentre 5330 (WC5330C) Полноцветный копир-принтер-сканер Xerox WorkCentre 7530 (WC7530CPS)	ЭУ0198072_ЭА-667-17_08.02.2018_Арт-Лайн Технолоджи_ПО ADOBE, ЭУ0201024_ЭА-091-18_24.04.2018_Софтлайн Проекты_ПО ESET NOD32, ЭУ0205486_ЭА-261-18_02.08.2018_СофтЛайн Трейд_ПО Microsoft
690922, г. Владивосток, остров Русский, полуостров Саперный, поселок Аякс, 10, корпус А - уровень 10, каб. А1042, помещение для самостоятельной работы Читальный зал гуманитарных наук с открытым доступом Научной библиотеки	Моноблок Lenovo C360G-i34164G500UDK – 115 шт. Интегрированный сенсорный дисплей Polymedia FlipBox Копир-принтер-цветной сканер в e-mail с 4 лотками Xerox WorkCentre 5330 (WC5330C) Полноцветный копир-принтер-сканер Xerox WorkCentre 7530 (WC7530CPS) Оборудование для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья: Дисплей Брайля Focus-40 Blue – 3 шт. Дисплей Брайля Focus-80 Blue Рабочая станция Lenovo ThinkCentre E73z – 3 шт. Видео увеличитель ONYX Swing-Arm PC edition Маркер-диктофон Touch	ЭУ0198072_ЭА-667-17_08.02.2018_Арт-Лайн Технолоджи_ПО ADOBE, ЭУ0201024_ЭА-091-18_24.04.2018_Софтлайн Проекты_ПО ESET NOD32, ЭУ0205486_ЭА-261-18_02.08.2018_СофтЛайн Трейд_ПО Microsoft

	<p>Мето цифровой Устройство портативное для чтения плоскочечатных текстов PEarl Сканирующая и читающая машина для незрячих и слабовидящих пользователей SARA Принтер Брайля Emprint SpotDot - 2 шт. Принтер Брайля Everest - DV4 Видео увеличитель ONYX Swing-Arm PC edition Видео увеличитель Topaz 24" XL стационарный электронный Обучающая система для детей тактильно-речевая, либо для людей с ограниченными возможностями здоровья Увеличитель ручной видео RUBY портативный – 2 шт. Экран Samsung S23C200B Маркер-диктофон Touch Мето цифровой</p>	
<p>г. Владивосток, Фрунзенский р-н, ул. Алеутская, д. 65б, Этаж 2, зл.203 Аудитория для самостоятельной работы студентов (Универсальный читальный зал)</p>	<p>Многофункциональное устройство (МФУ) Моноблок Lenovo C360G-i34164G500UDK Персональные системы для читальных залов терминала – 12 шт. Рабочее место для медиа-зала HP dc7700 – 2 шт. Персональные системы для медиа-зала в комплекте - 7 шт.</p>	<p>Microsoft Office. Номер лицензии Standard Enrollment 62820593. Дата окончания 2020-06-30. Родительская программа Campus 3 49231495. Торговый посредник: JSC «Softline Trade». Номер заказа торгового посредника: Tr000270647-18. ESET NOD32 Secure Enterprise. Контракт с ООО «Софтлайн Проекты» № ЭА-091-18 от 24.04.2018. Дата окончания 01.03.2019. BLACKBOARD Learn. Сублицензионное соглашение BLACKBOARD с ООО «Отраслевые порталы» №2906/1 от 29.06.2012, постоянное (бессрочное) исключительное право на использование программного обеспечения. Заказ на покупку 032901.</p>
<p>690922, Приморский край, г. Владивосток, остров Русский, полуостров Сапер-</p>	<p>Шкафы для хранения демонстрационных материалов, столы.</p>	

ный, поселок Аякс, 10. Корпус 26, , помещение для хране- ния и профилактического обслуживания учебного оборудования – ауд. F 530		
---	--	--

Рабочие места для людей с ограниченными возможностями здоровья оснащены дисплеями и принтерами Брайля; оборудованы: портативными устройствами для чтения плоскочечатных текстов, сканирующими и читающими машинами, видеоувеличителем 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.

11. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

По результатам прохождения учебной практики бакалавры должны овладеть компетенциями, перечисленными в п.5 настоящей программы.

№ п / п	Формируемые компетенции	Разделы (этапы) практики	Виды учебной работы на практике, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)	Формы текущего контроля	
1	ОПК-1.1, ОПК-2.1, ОПК-3.1, ОПК-4.1, ОПК-6.1, ОПК-7.1	Подготовительный этап	Ознакомительные лекции	10	Контроль за присутствием студентов Устный опрос
			Инструктаж по технике безопасности	10	Подпись в журнале по ТБ
2	ПК-1.1., ПК-2.1, ПК-3.1, ПК-4.1, ПК-5.1, ПК-6.1, ПК-7.1, ПК-8.1	Экспериментальный этап	Мероприятия по сбору, обработке и систематизации фактического и творческого материала	20	Контроль за присутствием студентов Дневник практики
			Наблюдения, измерения	18	Контроль за присутствием студентов Дневник практики
3	ПК-1.1., ПК-2.1, ПК-3.1, ПК-4.1, ПК-5.1, ПК-6.1, ПК-7.1, ПК-8.1	Обработка полученной информации	Создание научно-исследовательских материалов по медиакоммуникациям изучаемой организации	30	Анализ готовых материалов Дневник практики
4	ПК-1.1., ПК-2.1, ПК-3.1, ПК-4.1, ПК-5.1, ПК-6.1,	Подготовка отчета по практике	Подготовка отчета	20	Устный опрос Презентация отчета

ПК-7.1, ПК-8.1				Зачет с оценкой
----------------	--	--	--	-----------------

Краткая характеристика процедуры реализации текущего и итогового контроля по практике для оценки компетенций обучающихся представлена в таблице:

№	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика процедуры оценивания компетенций	Представление оценочного средства в фонде
1	Дневник практики	Проверка полноты и своевременности записей, соответствия записей заданию практики, наличие самостоятельного анализа в дневнике практики	Дневник практики
2	Типовое задание на практику	Проверка выполнения типового задания на практику: наличия всех материалов, перечисленных в программе практики, проверка их полноты и качества	Перечень материалов
3	Отчет по практике	Проверка качества и полноты отчета по практике, контроль сроков его предоставления, соответствия заданию по практике, соответствия нормам оформления	Требования к подготовке и оформлению отчета по практике
4	Защита отчета по практике	Учет качества представления результатов практики, уровня сформированности компетенций	Требования к представлению результатов практики. Отзыв руководителя от организации

Оценивание составления дневника практики:

В течение всего периода практики студент ежедневно производит записи в дневнике, обстоятельно отражая проделанную работу в соответствии с заданием. Записи должны отражать не только проведенную работу, но и самостоятельный анализ ее содержания и особенностей, отношения практиканта к спорным вопросам практики, встретившимся

затруднениям в решении тех или иных вопросов. Заполняя дневник, практикант должен исходить из того, что полнота и своевременность записей о прохождении практики существенно облегчит составление письменного отчета. Записи в дневнике ежедневно заверяются подписью непосредственного руководителя практики от организации.

Оценивание выполнения задания на практику:

№	Шкала оценивания	Критерии оценивания
1	Отлично	Задание выполнено в полном объеме, все материалы подготовлены, студент проявил высокий уровень самостоятельности и творческий подход к выполнению задания
2	Хорошо	Задание выполнено в полном объеме, все материалы подготовлены, имеются отдельные недостатки в оформлении подготовленного материала
3	Удовлетворительно	Задание в целом выполнено, однако имеются недостатки, не все материалы подготовлены или подготовлены с существенными ошибками, имеются замечания по оформлению собранного материала
4	Неудовлетворительно	Задание выполнено лишь частично, имеются многочисленные замечания

Оценивание качества подготовки отчета:

Критерии оценки	Оценка
<ul style="list-style-type: none"> – соответствие содержания прохождения практики – отчет собран в полном объеме; – структурированность (четкость, логичность, наличие титульного листа, нумерации страниц, подробного оглавления отчета и др.); – задание выполнено полностью; – отличное оформление; – не нарушены сроки сдачи отчета. 	Зачтено «отлично»
<ul style="list-style-type: none"> – соответствие содержания отчета программе прохождения практики – отчет собран в полном объеме; – не везде прослеживается структурированность (четкость, логичность, наличие титульного листа, нумерации страниц, подробного оглавления отчета и др.); – задание выполнено полностью; – хорошее оформление; – не нарушены сроки сдачи отчета. 	Зачтено «хорошо»
<ul style="list-style-type: none"> – соответствие содержания отчета программе прохождения практики - отчет собран в полном объеме; – не везде прослеживается структурированность (четкость, нумерация страниц, подробное оглавление отчета); – в оформлении отчета и портфолио прослеживается небрежность; – задание выполнено не полностью; – нарушены сроки сдачи отчета. 	Зачтено «удовлетворительно»
<ul style="list-style-type: none"> – соответствие содержания отчета программе прохождения практики – отчет собран не в полном объеме; – нарушена структурированность (четкость, нумерация страниц, подробное оглавление отчета); 	Не зачтено «неудовлетворительно»

<ul style="list-style-type: none"> – в оформлении отчета и портфолио прослеживается небрежность; – задание не выполнено; – нарушены сроки сдачи отчета. 	
--	--

Оценивание защиты отчета:

№	Шкала оценивания	Критерии оценивания
1	Отлично	<ul style="list-style-type: none"> – студент демонстрирует системность и глубину знаний, полученных при прохождении практики; – стилистически грамотно, логически правильно излагает ответы на вопросы; – дает исчерпывающие ответы на дополнительные вопросы преподавателя по темам, предусмотренным программой практики.
2	Хорошо	<ul style="list-style-type: none"> – студент демонстрирует достаточную полноту знаний в объеме программы практики, при наличии лишь несущественных неточностей в изложении содержания основных и дополнительных ответов; – владеет необходимой для ответа терминологией; – недостаточно полно раскрывает сущность вопроса; – допускает незначительные ошибки, но исправляется при наводящих вопросах преподавателя.
3	Удовлетворительно	<ul style="list-style-type: none"> – студент демонстрирует недостаточно последовательные знания по вопросам программы практики; – использует специальную терминологию, но могут быть допущены 1-2 ошибки в определении основных понятий, которые студент затрудняется исправить самостоятельно; – способен самостоятельно, но не глубоко, анализировать материал, – раскрывает сущность решаемой проблемы только при наводящих вопросах преподавателя.
4	Неудовлетворительно	<ul style="list-style-type: none"> – студент демонстрирует фрагментарные знания в рамках программы практики; – не владеет минимально необходимой терминологией; – допускает грубые логические ошибки, отвечая на вопросы преподавателя, которые не может исправить самостоятельно.

Общие критерии оценивания результатов практики:

Оценки «отлично» выставляется, если:

– рабочий график (план) проведения практики выполнен полностью, поставленная цель достигнута и конкретные задачи решены;

– задания и указания руководителя практики от организации выполнены в установленные сроки;

– все необходимые документы представлены в срок и оформлены в соответствии с требованиями;

– представленная характеристика не содержит каких-либо замечаний в отношении обучающегося;

– отсутствуют нарушения правил внутреннего трудового распорядка организации по месту прохождения практики;

-обучающийся показывает глубокие знания источников данных, используемых в отчёте;

-обучающийся уверенно отвечает на вопросы теоретического и практического характера по проблемам, изложенным в тексте отчета;

-проявляет самостоятельность мышления, показывает овладение практическими навыками.

Оценка «хорошо» выставляется, если:

-рабочий график (план) проведения практики выполнен, поставленные цели достигнуты, решены конкретные задачи;

- выполнены в установленные сроки задания и указания руководителя практики от организации;

- представлены в срок правильно оформленные документы;

-представленная характеристика не содержит каких-либо замечаний в отношении обучающегося;

- отсутствуют нарушения правил внутреннего трудового распорядка организации по месту прохождения практики;

- обучающийся хорошо ориентируется в источниках данных, используемых в отчёте;

-обучающийся отвечает на вопросы теоретического и практического характера по проблемам, изложенным в тексте отчета;

-грамотно излагает материал.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если:

- рабочий график (план) проведения практики в целом выполнен, но поставленная цель достигнута частично, и/или конкретные задачи решены не полностью;

-задания и указания руководителя практики от организации выполнялись с нарушением установленных сроков;

-отчётные документы в целом правильно оформлены, представлены в срок, но имеют некоторые несоответствия требованиям (устранённые в ходе предварительной проверки отчёта);

-имеются нарушения правил внутреннего трудового распорядка организации по месту прохождения практики

- обучающийся показывает слабые знания в ответах на вопросы теоретического и практического характера по проблемам, изложенным в тексте отчета;

- обучающийся плохо ориентируется в материале.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется, если:

- рабочий график (план) проведения практики не выполнен,

- поставленные цели не достигнуты, не решены конкретные задачи;

- не выполнены в установленные сроки задания и указания руководителя практики от организации;

- не представлены в срок правильно оформленные документы;

- грубо нарушены правила внутреннего трудового распорядка организации по месту прохождения практики;

- обучающийся не ориентируется в источниках данных;

- обучающийся не отвечает на вопросы теоретического и практического характера по проблемам, изложенным в тексте отчета.



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

ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК
Департамент коммуникаций и медиа

О Т Ч Е Т
о прохождении учебной практики
**Научно-исследовательская работа (получение первичных навыков на-
учно-исследовательской работы)**

Выполнил студент группы
Б _____
(ФИО студента)

Отчет защищен:
с оценкой _____
_____ подпись _____ И.О.Фамилия

Руководитель практики:
_____ (подпись) _____ (И.О.Фамилия)

« ____ » _____ 20 г.

Регистрационный № _____
« ____ » _____ 20 г. веду-
щий специалист ДКМ
_____ подпись _____ И.О.Фамилия

Практика пройдена в срок
с « ____ » _____ 20 г.
по « ____ » _____ 20 г.

г. Владивосток
202

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

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

**ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК
 Департамент коммуникаций и медиа**

**Направление на учебную практику, научно-исследовательскую
 работа (получение первичных навыков научно-
 исследовательской работы) от Департамента коммуникаций и
 медиа ШИГН ДВФУ**

Студент _____
Фамилия Имя Отчество

Группы _____ согласно приказу № _____ от «__» _____ 200__ г.
 Направляется _____

_____ для прохождения учебной практики по направлению подготовки 42.03.01
 Реклама и связи с общественностью, профиль «Реклама и связи с
 общественностью»
 на срок ___ недель с «__» _____ 202__ г. по «__» _____ 202__ г.

Руководитель практики _____

Отметки о выполнении и сроках практики

Наименование базы практики	Отметка о прибытии и убытии	Печать, подпись

КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН-ГРАФИК прохождения учебной практики студента

Студент _____ направляется для прохождения учебной практики, научно-исследовательской работы (получение первичных навыков научно-исследовательской работы) в _____
наименование организации

с «__» _____ 202__ г. по «__» _____ 202__ г.

Содержание выполняемых работ по программе	Сроки выполнения		Заключение и оценка руководителя от организации	Подпись руководителя от организации
	Начало	Окончание		

Согласовано:

_____ должность руководителя подразделения, где проводится практика

_____ И.О. Фамилия

_____ дата

Студент-практикант

_____ И.О. Фамилия

_____ подпись

_____ дата

Руководитель от кафедры

_____ И.О. Фамилия

_____ подпись

_____ дата

Руководитель от организации

_____ И.О. Фамилия

_____ подпись

_____ дата

ОТЗЫВ
о результатах прохождения учебной практики

Студента

(ки)

Фамилия Имя Отчество

группы _____ Департамента коммуникаций и медиа ШИГН ДВФУ.

СОДЕРЖАНИЕ ОТЗЫВА

В отзыве рекомендуется четко и лаконично отразить следующие вопросы:

1. степень достижения цели практики и выполнение поставленных перед практикантом задач;
2. общая оценка умения практиканта выполнять поставленные задачи;
3. степень самостоятельности выполненной работы и способность практиканта к профессиональной деятельности;
4. соответствие деятельности практиканта общим требованиям, предъявляемым к специалистам по рекламе и связям с общественностью, степень сформированности профессиональных навыков и умений;
5. вывод о положительной оценке.

Руководитель практики от организации:

должность

подпись

Фамилия ИО

« ____ » _____ 20 ____ года

М.П.



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

Школа искусств и гуманитарных наук



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**
Технологическая (проектно-технологическая) практика
Для направления подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Программа бакалавриата
Реклама и связи с общественностью

Владивосток
2021

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Целью производственной практики (технологическая (проектно-технологическая) практика) является получение профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, приобретение умений формулировать цели и задачи индивидуальной и совместной деятельности, выработать стратегию их реализации в рамках профессиональной области, проводить анализ деятельности в соответствии с направлением подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

2. ЗАДАЧИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Задачи производственной практики (технологическая (проектно-технологическая) практика):

- изучение сферы деятельности, структуры предприятия, его организационно-правовой формы, маркетинговой, коммуникационной или рекламной деятельности;
- участие студента в практической работе на функциональном рабочем месте;
- изучение конкретного опыта и практики ведения общего делопроизводства и оформления специальных документов в соответствии с занимаемым рабочим местом;
- участие в проведении маркетинговых исследований на предприятии;
- сбор и обработка материалов для подготовки и написания курсовых работ;
- критический анализ деятельности предприятия по общим и специальным вопросам.

При этом проводится критический анализ деятельности предприятия по специальным вопросам:

- предполагает использование знаний, полученных студентом в процессе теоретического обучения;
- разработка или изучение перспективных направлений дальнейшего развития предприятия.

3. МЕСТО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОП

Производственная (технологическая (проектно-технологическая)) практика является составной частью основной образовательной программы профессиональной подготовки бакалавров и входит в Блок 2 «Практики» учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль подготовки «Реклама и связи с общественностью» (индекс Б2.О.02(П)).

Производственная профессионально-творческая практика базируется на основе следующих дисциплин: «Организация и проведение коммуникационных кампаний», «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью», «Внутрикорпоративные коммуникации»,

«Организационные основы деятельности отделов рекламы и связей с общественностью», «Прикладные исследования в рекламе и связях с общественностью».

Для успешного прохождения практики бакалавру необходимо:

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 выработать рекомендации, касающиеся стратегии развития внешних и внутренних коммуникаций организации.

3) 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.

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

Тип производственной практики – технологическая (проектно-технологическая) практика.

Производственная практика проводится концентрированно в объеме 108 часов (2 недели) в шестом семестре.

Способ проведения практики: предполагается проведение стационарной практики. Под стационарной понимается практика, которая проводится в департаменте коммуникаций и медиа, в Учебно-телевизионном Центре ШИГН ДВФУ и рекламных агентствах, отделах маркетинга, рекламы, связей с общественностью на предприятиях, в средствах массовой информации (телевидение, радио, журналы, газеты), издательствах, дизайн-студиях и других коммерческих, общественных, государственных и муниципальных организациях:

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.)

5. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Общепрофессиональные компетенции и индикаторы их достижения:

Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций (при наличии)	Код и наименование универсальной компетенции выпускника	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
Продукт профессиональной деятельности	ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых
Общество и государство	ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных про-	ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при со-здании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов

Культура	ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.2. Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
Аудитория	ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
Медиакоммуникационная система	ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм ре-	ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
Технологии	ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-6.2. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
Эффекты	ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых	Знает теоретические и практические аспекты подготовки рекламных текстов, текстов для формирования связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
	Умеет использовать теоретические и практические знания для создания рекламных текстов, текстов для формирования связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
	<p>иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p> <p>Владеет навыками создания рекламных текстов, текстов для формирования связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p>
<p>ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при со-здании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов</p>	<p>Знает основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.</p> <p>Умеет учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.</p> <p>Владеет практическими навыками учета основных тенденций развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов</p>
<p>ОПК-3.2. Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.</p>	<p>Знает основные достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.</p> <p>Умеет использовать достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.</p> <p>Владеет основными практическими навыками учета достижений отечественной и мировой культуры, а также средств художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.</p>
<p>ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p>	<p>Знает процедуру отбора методов прикладного исследования для изучения запросов и потребностей целевой аудитории товаров и услуг</p> <p>Умеет производить отбор методов прикладного исследования в рекламе и связях с общественностью для изучения запросов и потребностей целевой аудитории</p> <p>Владеет навыками исследования потребностей целевой аудитории с последующим предложением рекламных и PR-обращений</p>
<p>ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в</p>	<p>Знает о специфике коммуникационных процессов и механизмов функционирования</p>

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
<p>сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</p>	<p>медиакоммуникационных систем</p>
	<p>Умеет применять специфические особенности коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы в сфере рекламы и связей с общественностью в рамках профессиональной деятельности</p>
	<p>Владеет навыками применения специфических особенностей коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы в сфере рекламы и связей с общественностью в рамках профессиональной деятельности</p>
<p>ОПК-6.2. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p>	<p>Знает о современных цифровых устройствах, платформах и программном обеспечении, применяемых на различных этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов</p>
	<p>Умеет отбирать современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов</p>
	<p>Владеет навыками применения современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения на различных этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов</p>
<p>ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом</p>	<p>Знает виды и источники информации, средства и приемы рекламы и связей с общественностью, принципы социальной ответственности и этические нормы, принятые профессиональным сообществом</p>
	<p>Умеет осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом</p>
	<p>Владеет основными технологиями копирайтинга в онлайн и офлайн-среде при подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью</p>

Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Организационный	ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии
	ПК-2. Способен осуществлять стратегическое планирование интернет-кампаний	ПК-2.2. Составляет и реализует стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети интернет
	ПК-3. Способен к формированию и обоснованию бюджета продвижения коммуникационного продукта	ПК-3.2. Проводит анализ экономических эффектов от реализации стратегии продвижения; определяет основные направления расходования средств согласно разработанной стратегии продвижения; обоснования расходов с использованием системы показателей эффективности продвижения
Авторский	ПК-4. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-4.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта
Маркетинговый	ПК-5. Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации	ПК-5.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта
	ПК-6. Способен проводить маркетинговые и социологические исследования	ПК-6.2. Обосновывает необходимость использования в рекламной деятельности и связях с общественностью познавательный потенциал исследований; готовит, осуществляет полевые работы, обосновывает методы сбора и

		обработки данных в социологическом исследовании
Технологический	ПК-7. Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы коммуникаций	ПК-7.2. При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде
Проектный	ПК-8. Способен осуществлять разработку и реализацию индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-8.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по практике)
ПК-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	Знает теоретические основы медиапланирования (базовые понятия, стратегии, подходы)
	Умеет планировать и организовывать работы по подготовке графиков реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ в медиа, использовать критерии выбора рекламоносителя
	Владеет способностью осуществлять тактическое планирование мероприятий
ПК-2.2. Составляет и реализует стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети интернет	Знает основы функционирования современных рекламно-маркетинговых коммуникаций в структуре масс-медиа, специфику функционирования отдельных средств массовых коммуникаций
	Умеет организовывать распространение рекламной продукции, в рамках традиционных и современных средств рекламы
	Владеет навыком создания стратегии продвижения
ПК-3.2. Проводит анализ экономических эффектов от реализации стратегии продвижения; определяет основные направления расходования средств согласно разработанной стратегии продвижения; обоснования расходов с использованием системы показателей эффективности продвижения	Знает основы проведения анализа экономических эффектов от реализации стратегии продвижения; определения основных направлений расходования средств согласно разработанной стратегии продвижения; обоснования расходов с использованием системы показателей эффективности продвижения
	Умеет проводить анализ экономических эффектов от реализации стратегии продвижения; определяет основные направления расходования средств согласно разработанной стратегии продвижения; обоснования расходов с использованием системы показателей эффективности продвижения

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по практике)
	Владеет практическими навыками проведения анализа экономических эффектов от реализации стратегии продвижения; определения основных направлений расходования средств согласно разработанной стратегии продвижения; обоснования расходов с использованием системы показателей эффективности продвижения
ПК-4.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта	<p>знает методы создания и соблюдения графика в процессе создания медиа текста и (или) продукта</p> <p>умеет распределять свои трудовые ресурсы в соответствии с решаемыми профессиональными задачами и возникающими обстоятельствами</p>
ПК-5.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта	<p>Знает основы организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта</p> <p>Умеет организовывать и выполнять маркетинговые исследования, направленные на разработку и реализацию коммуникационного продукта</p> <p>Владеет практическими навыками в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта</p>
ПК-6.2. Обосновывает необходимость использования в рекламной деятельности и связях с общественностью познавательный потенциал исследований; готовит, осуществляет полевые работы, обосновывает методы сбора и обработки данных в социологическом исследовании	<p>Умеет формировать «сетку» для социологических и рыночных исследований, организовывать проведение фокус-групп и различных видов опросов, способен грамотно интерпретировать их результаты в интересах повышения общего потенциала рекламной деятельности и в интересах заказчика при организации рекламных и информационных кампаний</p> <p>Способен соотносить экономические и коммуникативные инструменты в рамках рекламной деятельности</p> <p>Владеет способностями анализа эффективности КСИ</p>
ПК-7.2. При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде.	<p>Знает основы подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью и основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн- среде</p> <p>Умеет создавать тексты рекламы и (или) связей с общественностью и использовать основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн -среде</p> <p>Владеет основными технологиями копирайтинга в онлайн и офлайн-среде при подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью</p>
ПК-8.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	<p>Знает основы подготовки основных документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью</p> <p>Умеет готовить основные документы по</p>

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по практике)
	сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью
	Владеет практическими навыками подготовки основных документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью

6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ, В ТОМ ЧИСЛЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ

Общая трудоемкость производственной практики, технологической (проектно-технологической) практики составляет 2 недели / 3 зачетных единиц, 108 часов.

№ п / п	Разделы (этапы) практики	Виды учебной работы на практике, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)	Формы текущего контроля	
	6 семестр			
1	Подготовительный этап	Ознакомительные лекции	10	Контроль за присутствием студента Устный опрос
		Инструктаж по технике безопасности	10	Подпись в журнале по ТБ
2	Производственный этап	Выполнение производственных заданий	20	Контроль за присутствием студента Дневник практики
		Мероприятия по сбору, обработке и систематизации фактического материала	20	Контроль за присутствием студента Дневник практики
		Наблюдения, измерения, анализ	20	Контроль за присутствием студента Дневник практики
		Создание творческих материалов	40	Анализ готовых материалов Дневник практики
3	Подготовка отчета по практике	Подготовка отчета	24	Зачет с оценкой Устный опрос Защита отчета

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

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.

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 отзыв (характеристику) о работе обучающегося.

Руководитель практики от департамента коммуникаций и медиа до начала практики помогает бакалавру заключить срочный договор (дополнительное соглашение) об организации и проведении практики, проводит установочную конференцию, в ходе которой знакомит обучающегося с программой практики, системой оценки, составляет с обучающимся индивидуальное задание для прохождения практики.

Во время практики руководитель практики от департамента коммуникаций и медиа оказывает бакалавру 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 руководитель практики проводит промежуточную аттестацию, оценивает уровень освоения компетенций обучающегося, проверяет отчеты студентов по практике, дает отзыв и заключение о прохождении практики, заполняет соответствующие разделы дневника практики бакалавра.

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

Задания, формирующие отдельные компетенции:

1. Изучить историю организации, направление ее деятельности, доходы.
2. Описать структуру организации, показать место отдела рекламы и PR в структуре.

3. Провести SWOT-анализ компании. Предложить стратегию по нивелированию слабых сторон и угроз.

4. Подробно описать целевую аудиторию или целевые аудитории компании.

5. Собрать и систематизировать информацию о конкурентах организации – базе практики; провести SWOT-анализ конкурентов.

6. Составить список и провести анализ нормативно-правовых документов, которые используются в организации для регулирования деятельности в сфере рекламы и связях с общественностью.

7. Описать рекламные и PR мероприятия, проведенные организацией за прошедший год. Примеры (фото, релизы) представить в приложении.

8. Принять участие в планировании деятельности отделов по связям с общественностью и рекламы.

9. Провести анализ долгосрочных, среднесрочных и краткосрочных планов деятельности отделов по связям с общественностью и рекламы.

10. Принять участие в реализации проекта рекламной и (или) PR-кампании.

11. Проанализировать свою роль в проекте.

12. Составить прогноз дальнейшей деятельности организации. Ответить на вопрос: как и какие рекламные и PR мероприятия способствуют увеличению дохода компании и (или) улучшению ее имиджа?

13. Обобщить результаты практики - сформировать отчет, дневник практики и получить характеристику.

8. ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ (ПО ИТОГАМ ПРАКТИКИ)

Бакалавры в период прохождения производственной практики (по получению профессиональных умений и опыта организационно-управленческой деятельности должны собрать теоретический материал, сделать выписки из документации, подготовить текст и исследовательский материал. Каждый этап практики по получению первичных профессиональных умений и навыков предполагает соответствующую форму отчетности: обзор, презентацию, публикацию и т.д. На заключительном этапе бакалавр должен обобщить материал, сделать отчет. Формой аттестации по итогам производственной практики является зачет с оценкой.

Аттестация по итогам практики проводится на основании защиты, оформленной в соответствии с установленными в ДВФУ требованиями письменного отчета и отзыва руководителя практики, при этом выставляется оценка по пятибалльной системе.

Пакет отчетных документов о прохождении практики обучающимся включает следующие заверенные подписью руководителя и печатью организации документы:

- дневник практиканта;
- график;
- текстовый отчет;
- характеристику, составленную руководителем практики от

организации или структурного подразделения ДВФУ в случае, когда практика проводится на базе университета;

- индивидуальное задание.

Дневник включает перечень и краткое описание ежедневных видов работ, выполненных студентом во время практики в соответствии с календарным планом прохождения практики.

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. Титульный лист является первым листом отчёта.

Переносы слов в надписях титульного листа не допускаются. Форма титульного листа отражена в Приложении 2.

Индивидуальный план прохождения практики. Индивидуальный план прохождения практики располагается сразу после титульного листа. Индивидуальный план прохождения практики содержит наименование Школы, выпускающего департамента, фамилию и инициалы бакалавра и научного руководителя, 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 (характеристика) научного руководителя о прохождении практики. Отзыв научного руководителя о прохождении практики располагается сразу после индивидуального плана прохождения практики.

Оглавление. 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. «Введение» и «заключение» – структурные элементы отчёта, требования к ним определяются методическими указаниями к выполнению отчёта по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Как правило, во 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. Основная часть – структурный элемент отчёта, требования к которому определяются Индивидуальным планом прохождения практики бакалавра и методическими указаниями к выполнению отчёта для направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

В отчете должны быть отражены все результаты выполнения заданий за период практики:

– характеристика базы прохождения практики: история организации,

цели и задачи деятельности организации, организационная структура, характеристики товара и услуги, объемы его продаж, характеристика целевой аудитории);

- основная часть: конкурентный анализ, анализ рекламной и PR-деятельности, определение целевой аудитории, система фирменных стандартов компании (элементы фирменного стиля предприятия, фирменной культуры, стандартов обслуживания), разработка кампании по продвижению (информационной, имиджевой кампании), организация рекламной и PR-деятельности в компании;

- результаты выполнения индивидуального задания: основные нормативные документы, регулирующие рекламную и PR-деятельность предприятия, положение компании на рынке (SWOT-анализ), организационная структура отдела по связям с общественностью и рекламе, должностные функциональные обязанности специалистов по рекламе и связям с общественностью в компании, планировании рекламной и PR-деятельности в компании, организационная коммуникационная инфраструктура, программа проведения исследования целевой аудитории, проект рекламной, информационной, имиджевой кампании и ее медиаплан, анализ медиарелейшнз компании, анализ корпоративной культуры организации, проект корпоративного мероприятия, особенности реализации рекламной и PR-деятельности в компании;

- заключение: общие выводы о рекламной и PR- деятельности организации, определить актуальные рекламные и PR-проблемы для организации и предложены возможные пути их решения;

- список литературы и информационных ресурсов;

- приложения (должностная инструкция специалиста в области рекламы и связей с общественностью, планы деятельности отдела по связям с общественностью и рекламе, планы рекламных, информационных, имиджевых и PR-кампаний, примеры рекламных и PR-материалов организации).

Требования к оформлению листов текстовой части отчета.

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.

Отчет по практике предоставляется на листах формата А4 (для приложений допускается использование формата А3), верхнее и нижнее поля - 20 мм, правое - 15 мм, левое - 30 мм, выравнивание текста - по ширине, абзацный отступ - 1,25 см. Объем отчета (без учета отзыва руководителя практики от профильной организации и индивидуального задания) должен составлять не менее 15 страниц печатного текста. Текст готовится с использованием текстового редактора Microsoft Word (или его аналога) и сохраняется в виде файла в форматах .doc или docx с использованием 1,5 интервала и применением 14 размера шрифта Times New Roman. 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.

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.

В отчете должны быть отражены все результаты выполнения заданий за

период производственной практики.

Объем отчета – 15-20 страниц (без учета приложений). Форма титульного листа отчета приведена в Приложении 2.

Защита практики предполагает устное выступление бакалавра, содержащее основные итоги практики. Выступление необходимо сопроводить презентацией, выполненной в программе PowerPoint.

Критерии оценки по производственной практике, технологической (проектно-технологической) практике:

Критерии оценки	Оценка
Полное знание и понимание теоретического и практического содержания курса, без пробелов; сформированность необходимых практических умений при применении знаний в конкретных ситуациях, высокое качество выполнения всех предусмотренных программой обучения учебных заданий; высокий уровень мотивации учения.	Зачтено «отлично»
Знание и понимание теоретического и практического содержания курса с незначительными пробелами; сформированность необходимых практических умений при применении знаний в конкретных ситуациях, хорошее качество выполнения учебных заданий; низкий уровень мотивации учения.	Зачтено «хорошо»
Знание и понимание теоретического и практического содержания курса с незначительными пробелами; несформированность некоторых практических умений при применении знаний в конкретных ситуациях, низкое качество выполнения учебных заданий; низкий уровень мотивации учения.	Зачтено «удовлетворительно»
Слабое понимание теоретического практического содержания курса; несформированность практических умений при применении знаний в конкретных ситуациях, низкое качество выполнения учебных заданий; низкий уровень мотивации обучения. Крайний случай – не приступал (не прибыл) к месту прохождения научно-производственной практики.	Не зачтено

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (включая основную и дополнительную литературу)

а) основная литература:

1. Семенцов А. Усиление отдела продаж [Электронный ресурс]: руководство по оценке эффективности и совершенствованию системы продаж. Монография/ Семенцов А.— Электрон. текстовые данные.— Екатеринбург: Кабинетный ученый, Good Business, 2014.— 208 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/48283.html>

2. Федотова, Л.Н. Реклама : теория и практика : учебник для академического бакалавриата по экономическим и гуманитарным направлениям и специальностям / Л. Н. Федотова ; Московский государственный университет. - Москва : Юрайт, 2015. – 391 с. <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:786357&theme=FEFU>

3. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью : имидж, репутация, бренд : учебное пособие для вузов / А. Н. Чумиков. - Москва :

б) дополнительная литература:

1. Кужелева-Саган И.П. Новостной раздел корпоративного сайта как предмет деятельности PR-специалиста: Учебное пособие / Кужелева-Саган И.П., Сучкова Н.А. - Национальный исследовательский Томский государственный университет, 2017. – 70 с.
<https://e.lanbook.com/book/112906?category=1039>

2. Кузнецов, П.А. Современные технологии коммерческой рекламы: Практическое пособие / П.А. Кузнецов. – Москва: "Дашков и К", 2016. – 296 с.
<https://e.lanbook.com/book/70573?category=1039>

3. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции: учебное пособие / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров, С.А. Самойленко. – Москва: «Дело» РАНХиГС, 2016. – 520 с.
<https://e.lanbook.com/book/75182?category=1039>

4. Шпаковский, В.О. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством ВТЛ-коммуникаций: Учебное пособие / Шпаковский В.О., Чугунова Н.М., Кирильчук И.В. - Москва: "Дашков и К", 2017. – 126 с.
<https://e.lanbook.com/book/93480?category=1039>

Перечень информационных технологий и программного обеспечения

При осуществлении образовательного процесса используется следующее программное обеспечение: Microsoft Office (Power Point, Word), программное обеспечение сервисов сайта ДВФУ, включая ЭБС ДВФУ.

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Для проведения работ, связанных с выполнением задания по практике, а также для организации самостоятельной работы студентам доступно следующее оборудование и специализированные кабинеты, соответствующие действующим санитарным и противопожарным нормам, а также требованиям техники безопасности при проведении учебных и научно-производственных работ:

Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
690922, г. Владивосток, остров Русский, полуостров Саперный, поселок Аякс, 10, корпус А - уровень 10, каб.А 1002, помещение для самостоятельной работы Читальный зал естественных и технических наук с открытым доступом Науч-	Моноблок Lenovo C360G-i34164G500UDK – 58 шт. Интегрированный сенсорный дисплей Polymedia FlipBox Копир-принтер-цветной сканер в e-mail с 4 лотками Xerox WorkCentre 5330 (WC5330C)	ЭУ0198072_ЭА-667-17_08.02.2018_Арт-Лайн Технолоджи_ПО ADOBE, ЭУ0201024_ЭА-091-18_24.04.2018_Софтлайн Проекты_ПО ESET NOD32, ЭУ0205486_ЭА-261-18_02.08.2018_СофтЛайн Трейд_ПО Microsoft

ной библиотеки	Полноцветный копир-принтер-сканер Xerox WorkCentre 7530 (WC7530CPS)	
690922, г. Владивосток, остров Русский, полуостров Саперный, поселок Аякс, 10, корпус А - уровень 10, каб. А1042, помещение для самостоятельной работы Читальный зал гуманитарных наук с открытым доступом Научной библиотеки	<p>Моноблок Lenovo C360G-i34164G500UDK – 115 шт. Интегрированный сенсорный дисплей Polymedia FlipBox Копир-принтер-цветной сканер в e-mail с 4 лотками Xerox WorkCentre 5330 (WC5330C) Полноцветный копир-принтер-сканер Xerox WorkCentre 7530 (WC7530CPS) Оборудование для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья: Дисплей Брайля Focus-40 Blue – 3 шт. Дисплей Брайля Focus-80 Blue Рабочая станция Lenovo ThinkCentre E73z – 3 шт. Видео увеличитель ONYX Swing-Arm PC edition Маркер-диктофон Touch Мемо цифровой Устройство портативное для чтения плоскочечатных текстов PEarl Сканирующая и читающая машина для незрячих и слабовидящих пользователей SARA Принтер Брайля Emprint SpotDot - 2 шт. Принтер Брайля Everest - DV4 Видео увеличитель ONYX Swing-Arm PC edition Видео увеличитель Topaz 24" XL стационарный электронный Обучающая система для детей тактильно-речевая, либо для людей с ограниченными возможностями здоровья Увеличитель ручной видео RUBY портативный – 2 шт.</p>	ЭУ0198072_ЭА-667-17_08.02.2018_Арт-Лайн Технолоджи_ПО ADOBE, ЭУ0201024_ЭА-091-18_24.04.2018_Софтлайн Проекты_ПО ESET NOD32, ЭУ0205486_ЭА-261-18_02.08.2018_СофтЛайн Трейд_ПО Microsoft

	Экран Samsung S23C200B Маркер-диктофон Touch Мемо цифровой	
г. Владивосток, Фрунзенский р-н, ул. Алеутская, д. 65б, Этаж 2, зл.203 Аудитория для самостоятельной работы студентов (Универсальный читальный зал)	Многофункциональное устройство (МФУ) Моноблок Lenovo C360G-i34164G500UDK Персональные системы для читальных залов терминала – 12 шт. Рабочее место для медиа-зала HP dc7700 – 2 шт. Персональные системы для медиа-зала в комплекте - 7 шт.	Microsoft Office. Номер лицензии Standard Enrollment 62820593. Дата окончания 2020-06-30. Родительская программа Campus 3 49231495. Торговый посредник: JSC «Softline Trade». Номер заказа торгового посредника: Tr000270647-18. ESET NOD32 Secure Enterprise. Контракт с ООО «Софтлайн Проекты» № ЭА-091-18 от 24.04.2018. Дата окончания 01.03.2019. BLACKBOARD Learn. Сублицензионное соглашение BLACKBOARD с ООО «Отраслевые порталы» №2906/1 от 29.06.2012, постоянное (бессрочное) исключительное право на использование программного обеспечения. Заказ на покупку 032901.
690922, Приморский край, г. Владивосток, остров Русский, полуостров Саперный, поселок Аякс, 10. Корпус 26, , помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования – ауд. F 530	Шкафы для хранения демонстрационных материалов, столы.	

Рабочие места для людей с ограниченными возможностями здоровья оснащены дисплеями и принтерами Брайля; оборудованы: портативными устройствами для чтения плоскочечатных текстов, сканирующими и читающими машинами, видеоувеличителем 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.

11. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

По результатам прохождения учебной практики бакалавры должны овладеть компетенциями, перечисленными в п.5 настоящей программы.

№ п / п	Формируемые компетенции	Разделы практики (этапы)	Виды учебной работы на практике, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)		Формы текущего контроля
1	ОПК-1.2., ОПК-2.2., ОПК-3.2., ОПК-4.2., ОПК-5.2., ОПК-6.2., ОПК-7.2	Подготовительный этап	Ознакомительные лекции	10	Контроль за присутствием студента Устный опрос
			Инструктаж по технике безопасности	10	
2	ПК-1.2, ПК-2.2, ПК-3.2, ПК-4.2, ПК-5.2, ПК-6.2, ПК-7.2, ПК-8.2	Производственный этап	Выполнение производственных заданий	20	Контроль за присутствием студента Дневник практики
			Мероприятия по сбору, обработке и систематизации фактического материала	20	Контроль за присутствием студента Дневник практики
			Наблюдения, измерения, анализ	20	Контроль за присутствием студента Дневник практики
			Создание творческих материалов	40	Анализ готовых материалов Дневник практики
3	ПК-1.2, ПК-2.2, ПК-3.2, ПК-4.2, ПК-5.2, ПК-6.2, ПК-7.2, ПК-8.2	Подготовка отчета по практике	Подготовка отчета	24	Зачет с оценкой Устный опрос Защита отчета

Краткая характеристика процедуры реализации текущего и итогового контроля по практике для оценки компетенций обучающихся представлена в таблице:

№	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика процедуры оценивания компетенций	Представление оценочного средства в фонде
---	----------------------------------	---	---

1	Дневник практики	Проверка полноты и своевременности записей, соответствия записей заданию практики, наличие самостоятельного анализа в дневнике практики	Дневник практики
2	Типовое задание на практику	Проверка выполнения всех производственных заданий и подготовки творческого материала, проверка его полноты и качества	Перечень производственных заданий
3	Отчет по практике	Проверка качества и полноты отчета по практике, контроль сроков его предоставления, соответствия заданию по практике, соответствия нормам оформления	Требования к подготовке и оформлению отчета по практике
4	Защита отчета по практике	Учет качества представления результатов практики, уровня сформированности компетенций	Требования к представлению результатов практики. Отзыв руководителя от организации

Оценивание составления дневника практики:

В течение всего периода практики студент ежедневно производит записи в дневнике, обстоятельно отражая проделанную работу в соответствии с заданием. Записи должны отражать не только проведенную работу, но и самостоятельный анализ ее содержания и особенностей, отношения практиканта к спорным вопросам практики, встретившимся затруднениям в решении тех или иных вопросов. Заполняя дневник, практикант должен исходить из того, что полнота и своевременность записей о прохождении практики существенно облегчит составление письменного отчета. Записи в дневнике ежедневно заверяются подписью непосредственного руководителя практики от организации.

Оценивание выполнения задания на практику:

№	Шкала оценивания	Критерии оценивания
1	Отлично	Задание выполнено в полном объеме, все материалы подготовлены, студент проявил высокий уровень самостоятельности и творческий подход к выполнению задания
2	Хорошо	Задание выполнено в полном объеме, все материалы подготовлены, имеются отдельные недостатки в оформлении подготовленного материала
3	Удовлетворительно	Задание в целом выполнено, однако имеются недостатки, не все материалы подготовлены или подготовлены с существенными ошибками, имеются замечания по оформлению собранного материала
4	Неудовлетворительно	Задание выполнено лишь частично, имеются

Оценивание качества подготовки отчета:

Критерии оценки	Оценка
<ul style="list-style-type: none"> – соответствие содержания прохождения практики – отчет собран в полном объеме; – структурированность (четкость, логичность, наличие титульного листа, нумерации страниц, подробного оглавления отчета и др.); – задание выполнено полностью; – отличное оформление; – не нарушены сроки сдачи отчета. 	Зачтено «отлично»
<ul style="list-style-type: none"> – соответствие содержания отчета программе прохождения практики – отчет собран в полном объеме; – не везде прослеживается структурированность (четкость, логичность, наличие титульного листа, нумерации страниц, подробного оглавления отчета и др.); – задание выполнено полностью; – хорошее оформление; – не нарушены сроки сдачи отчета. 	Зачтено «хорошо»
<ul style="list-style-type: none"> – соответствие содержания отчета программе прохождения практики - отчет собран в полном объеме; – не везде прослеживается структурированность (четкость, нумерация страниц, подробное оглавление отчета); – в оформлении отчета и портфолио прослеживается небрежность; – задание выполнено не полностью; – нарушены сроки сдачи отчета. 	Зачтено «удовлетворительно»
<ul style="list-style-type: none"> – соответствие содержания отчета программе прохождения практики – отчет собран не в полном объеме; – нарушена структурированность (четкость, нумерация страниц, подробное оглавление отчета); – в оформлении отчета и портфолио прослеживается небрежность; – задание не выполнено; – нарушены сроки сдачи отчета. 	Не зачтено «неудовлетворительно»

Оценивание защиты отчета:

№	Шкала оценивания	Критерии оценивания
1	Отлично	<ul style="list-style-type: none"> – студент демонстрирует системность и глубину знаний, полученных при прохождении практики; – стилистически грамотно, логически правильно излагает ответы на вопросы; – дает исчерпывающие ответы на дополнительные вопросы преподавателя по темам, предусмотренным программой практики.
2	Хорошо	<ul style="list-style-type: none"> – студент демонстрирует достаточную полноту знаний в объеме программы практики, при наличии лишь несущественных неточностей в изложении содержания основных и дополнительных ответов; – владеет необходимой для ответа терминологией; – недостаточно полно раскрывает сущность вопроса; – допускает незначительные ошибки, но исправляется при

		наводящих вопросах преподавателя.
3	Удовлетворительно	<ul style="list-style-type: none"> – студент демонстрирует недостаточно последовательные знания по вопросам программы практики; – использует специальную терминологию, но могут быть допущены 1-2 ошибки в определении основных понятий, которые студент затрудняется исправить самостоятельно; – способен самостоятельно, но не глубоко, анализировать материал, – раскрывает сущность решаемой проблемы только при наводящих вопросах преподавателя.
4	Неудовлетворительно	<ul style="list-style-type: none"> – студент демонстрирует фрагментарные знания в рамках программы практики; – не владеет минимально необходимой терминологией; – допускает грубые логические ошибки, отвечая на вопросы преподавателя, которые не может исправить самостоятельно.

Общие критерии оценивания результатов практики:

Оценки «отлично» выставляется, если:

- рабочий график (план) проведения практики выполнен полностью, поставленная цель достигнута и конкретные задачи решены;
- задания и указания руководителя практики от организации выполнены в установленные сроки;
- все необходимые документы представлены в срок и оформлены в соответствии с требованиями;
- представленная характеристика не содержит каких-либо замечаний в отношении обучающегося;
- отсутствуют нарушения правил внутреннего трудового распорядка организации по месту прохождения практики;
- обучающийся показывает глубокие знания источников данных, используемых в отчёте;
- обучающийся уверенно отвечает на вопросы теоретического и практического характера по проблемам, изложенным в тексте отчета;
- проявляет самостоятельность мышления, показывает овладение практическими навыками.

Оценка «хорошо» выставляется, если:

- рабочий график (план) проведения практики выполнен, поставленные цели достигнуты, решены конкретные задачи;
- выполнены в установленные сроки задания и указания руководителя практики от организации;
- представлены в срок правильно оформленные документы;
- представленная характеристика не содержит каких-либо замечаний в отношении обучающегося;
- отсутствуют нарушения правил внутреннего трудового распорядка организации по месту прохождения практики;
- обучающийся хорошо ориентируется в источниках данных, используемых в отчёте;

-обучающийся отвечает на вопросы теоретического и практического характера по проблемам, изложенным в тексте отчета;

-грамотно излагает материал.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если:

- рабочий график (план) проведения практики в целом выполнен, но поставленная цель достигнута частично, и/или конкретные задачи решены не полностью;

- задания и указания руководителя практики от организации выполнялись с нарушением установленных сроков;

- отчётные документы в целом правильно оформлены, представлены в срок, но имеют некоторые несоответствия требованиям (устранённые в ходе предварительной проверки отчёта);

- имеются нарушения правил внутреннего трудового распорядка организации по месту прохождения практики

- обучающийся показывает слабые знания в ответах на вопросы теоретического и практического характера по проблемам, изложенным в тексте отчета;

- обучающийся плохо ориентируется в материале.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется, если:

- рабочий график (план) проведения практики не выполнен,

- поставленные цели не достигнуты, не решены конкретные задачи;

- не выполнены в установленные сроки задания и указания руководителя практики от организации;

- не представлены в срок правильно оформленные документы;

- грубо нарушены правила внутреннего трудового распорядка организации по месту прохождения практики;

- обучающийся не ориентируется в источниках данных;

- обучающийся не отвечает на вопросы теоретического и практического характера по проблемам, изложенным в тексте отчета.



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

ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК
Департамент коммуникаций и медиа

О Т Ч Е Т
о прохождении производственной практики
Технологическая (проектно-технологическая) практика

Выполнил студент группы
Б _____
(ФИО студента)

Отчет защищен:
с оценкой _____

подпись

И.О.Фамилия

«___» _____ 20 г.

Руководитель практики:

(И.О.Фамилия)

Регистрационный № _____
«___» _____ 20 г. веду-
щий специалист ДКМ

И.О.Фамилия

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

г. Владивосток
202

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

«Дальневосточный федеральный университет»
 (ДВФУ)

ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК
 Департамент коммуникаций и медиа

Направление на производственную технологическую (проектно-технологическую) практику от Департамента коммуникаций и медиа ШИГН ДВФУ

Студент _____
Фамилия Имя Отчество

Группы _____ согласно приказу № _____ от «__» _____ 200__ г.
 Направляется _____

для прохождения производственной практики по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «Реклама и связи с общественностью»

на срок __ недель с «__» _____ 202__ г. по «__» _____ 202__ г.

Руководитель практики _____

Отметки о выполнении и сроках практики

Наименование базы практики	Отметка о прибытии и убытии	Печать, подпись

КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН-ГРАФИК прохождения учебной практики студента

Студент _____ направляется для прохождения производственной технологической (проектно-технологической) практики в _____

наименование организации

с «__» _____ 202__ г. по «__» _____ 202__ г.

Содержание выполняемых работ по программе	Сроки выполнения		Заключение и оценка руководителя от организации	Подпись руководителя от организации
	Начало	Окончание		

Согласовано:

_____ должность руководителя подразделения, где проводится практика

_____ И.О. Фамилия

_____ дата

Студент-практикант

_____ И.О. Фамилия

_____ подпись

_____ дата

Руководитель от кафедры

_____ И.О. Фамилия

_____ подпись

_____ дата

Руководитель от организации

_____ И.О. Фамилия

_____ подпись

_____ дата

ОТЗЫВ
о результатах прохождения производственной практики

Студента

(ки)

Фамилия Имя Отчество

группы _____ Департамента коммуникаций и медиа ШИГН ДВФУ.

СОДЕРЖАНИЕ ОТЗЫВА

В отзыве рекомендуется четко и лаконично отразить следующие вопросы:

1. степень достижения цели практики и выполнение поставленных перед практикантом задач;
2. общая оценка умения практиканта выполнять поставленные задачи;
3. степень самостоятельности выполненной работы и способность практиканта к профессиональной деятельности;
4. соответствие деятельности практиканта общим требованиям, предъявляемым к специалистам по рекламе и связям с общественностью, степень сформированности профессиональных навыков и умений;
5. вывод о положительной оценке.

Руководитель практики от организации:

должность

подпись

Фамилия ИО

« ____ » _____ 20 ____ года

М.П.



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

ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК
Департамент коммуникаций и медиа

ДНЕВНИК
производственной практики

г. Владивосток
20__



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

Школа искусств и гуманитарных наук



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**

Научно-исследовательская работа
Для направления подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Программа бакалавриата

Реклама и связи с общественностью

Владивосток
2021

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Целями освоения научно-исследовательской работы являются:

- систематизация, расширение и закрепление теоретических знаний, полученных студентами в ходе изучения профессиональных дисциплин, предусмотренных учебным планом;
- формировании профессиональных навыков и умений, необходимых для самостоятельной организации и проведения научных исследований с использованием современного научного инструментария.

2. ЗАДАЧИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Задачами научно-исследовательской работы являются:

- ознакомление с базовыми принципами организации научно-исследовательской деятельности;
- формирование комплексного представления о специфике научно-исследовательской работы в области медиаисследований;
- формирование навыков постановки научной проблемы и усвоение логики научного поиска;
- формирование навыков сбора, обработки, систематизации и анализа информации по теме научного исследования, в т.ч. с использованием баз данных удаленного доступа и сетевых ресурсов;
- получение практического опыта применения теорий и подходов современной науки к конкретному материалу;
- получение практического опыта научного рецензирования;
- формирование культуры научной коммуникации;
- формирование исследовательского типа мышления и активизация творческого подхода к организации научно-исследовательской деятельности.

3. МЕСТО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОП

Научно-исследовательская работа является составной частью основной профессиональной образовательной программы, входит в Блок 2 учебного плана направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «Реклама и связи с общественностью» (Б2.В.02(П)) и является обязательной.

Для успешного прохождения научно-исследовательской работы у студентов должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач;
- способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах);
- способность к самосовершенствованию и саморазвитию в профессиональной сфере, к повышению общекультурного уровня;

- способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни;

- способность использовать методы социогуманитарных наук для формирования междисциплинарного подхода в профессиональной деятельности.

Научно-исследовательская работа является важным этапом в работе над курсовой и выпускной квалификационной работой. Содержательно научно-исследовательская работа связана с такими дисциплинами, как «Теория и практика рекламы», «Теория и практика связей с общественностью», «Логика и критическое мышление», «Психология массовых коммуникаций».

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

Вид практики – производственная практика. Тип практики – научно-исследовательская работа. Способ проведения – стационарная. Форма проведения практики – рассредоточенная. В соответствии с графиком учебного процесса практика реализуется в седьмом семестре. Местом проведения практики является Департамент коммуникаций и медиа Школы искусств и гуманитарных наук Дальневосточного федерального университета.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов практика проводится с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

5. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

6. Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Организационный	ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-1.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры
	ПК-2. Способен осуществлять стратегическое планирование интернет-кампаний	ПК-2.3. Осуществляет надлежащий контроль при реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети интернет
	ПК-3. Способен к	ПК-3.2. Проводит анализ экономиче-

	формированию и обоснованию бюджета продвижения коммуникационного продукта	ских эффектов от реализации стратегии продвижения; определяет основные направления расходования средств согласно разработанной стратегии продвижения; обоснования расходов с использованием системы показателей эффективности продвижения
Авторский	ПК-4. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-4.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании
Маркетинговый	ПК-6. Способен проводить маркетинговые и социологические исследования	ПК-6.2. Обосновывает необходимость использования в рекламной деятельности и связях с общественностью познавательный потенциал исследований; готовит, осуществляет полевые работы, обосновывает методы сбора и обработки данных в социологическом исследовании
Технологический	ПК-7. Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы коммуникаций	ПК-7.3. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
Проектный	ПК-8. Способен осуществлять разработку и реализацию индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-8.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по практике)
ПК-1.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию	Знает понятие и значимость внутренних коммуникаций, корпоративной идентичности и корпоративной культуры

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по практике)
корпоративной идентичности и корпоративной культуры	Участвует в организации внутренних коммуникаций
	Владеет навыками проведения мероприятий по формированию корпоративной культуры и идентичности
ПК-2.3. Осуществляет надлежащий контроль при реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети интернет	Знает значение контроля при реализации стратегии продвижения
	Умеет оценивать эффективность продвижения проекта
	Владеет способностью создавать презентации, демонстрирующие реализацию стратегии продвижения в сети интернет
ПК-3.2. Проводит анализ экономических эффектов от реализации стратегии продвижения; определяет основные направления расходования средств согласно разработанной стратегии продвижения; обоснования расходов с использованием системы показателей эффективности продвижения	Знает основы проведения анализа экономических эффектов от реализации стратегии продвижения; определения основных направлений расходования средств согласно разработанной стратегии продвижения; обоснования расходов с использованием системы показателей эффективности продвижения
	Умеет проводить анализ экономических эффектов от реализации стратегии продвижения; определяет основные направления расходования средств согласно разработанной стратегии продвижения; обоснования расходов с использованием системы показателей эффективности продвижения
	Владеет практическими навыками проведения анализа экономических эффектов от реализации стратегии продвижения; определения основных направлений расходования средств согласно разработанной стратегии продвижения; обоснования расходов с использованием системы показателей эффективности продвижения
ПК-4.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании	владеет навыком выполнять свои профессиональные обязанности в рамках отведенного бюджета времени; навыками оперативного планирования и контроля профессиональной деятельности в области рерайтинга
ПК-6.2. Обосновывает необходимость использования в рекламной деятельности и связях с общественностью познавательный потенциал исследований; готовит, осуществляет полевые работы, обосновывает методы сбора и обработки данных в социологическом исследовании	Умеет формировать «сетку» для социологических и рыночных исследований, организовывать проведение фокус-групп и различных видов опросов, способен грамотно интерпретировать их результаты в интересах повышения общего потенциала рекламной деятельности и в интересах заказчика при организации рекламных и информационных кампаний
	Способен соотносить экономические и коммуникативные инструменты в рамках рекламной деятельности
	Владеет способностями анализа эффективности КСИ
ПК-7.3. Применяет основные	Владеет практическими навыками организации пресс-

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по практике)
технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами	конференций, подходов к прессе, круглых столов, а также иных форматов создания информационных поводов в сфере рекламы и связей с общественностью
	Знает способы интеграции спецмероприятий в общую коммуникативную стратегию компании (заказчика)
	Способен моделировать спецмероприятия под разные целевые группы
ПК-8.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта	Знает основы использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта
	Умеет использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта
	Владеет навыками практического использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта

7. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ, В ТОМ ЧИСЛЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ

Общая трудоемкость производственной практики составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.

п	Разделы (этапы) НИР	Виды учебной деятельности в ходе НИР, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)			Формы текущего контроля
		Ауд.	СРС	Итого	
7 семестр					
<i>Получение практических навыков проведения научных исследований в рамках исследовательских проектов</i>					
1	Презентация научных направлений и проектов в рамках программы «Реклама и связи с общественностью»		4	4	Собеседование
2	Выбор научной темы (научного проекта)		4	4	Собеседование
3	Выполнение задания «Монографии и научные статьи по теме исследовательского проекта в базах данных удаленного доступа и сетевых ресурсах», работа над формированием источниковой базы исследовательского проекта, презентация результатов выполнения задания		28	28	Индивидуальное задание
4	Оформление библиографических описаний научных текстов		20	20	Индивидуальное задание

	по теме исследовательского проекта, предоставление результатов выполнения задания				
5	Подготовка библиографического обзора по теме исследовательского проекта, выступление с обзором на круглом столе		20	20	Индивидуальное задание
6	Подготовка научной статьи, аннотации, ключевых слов к научной статье по теме исследовательского проекта, предоставление результатов выполнения задания (отправка статьи в печать)		46	46	Индивидуальное задание
7	Подготовка отчета по итогам НИР за 7-й семестр, защита отчета		22	22	Отчет по практике
Итого в 7-м семестре			144	144	

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

Самостоятельная работа студента (СРС) в рамках научно-исследовательской работы организуется с целью:

- систематизации и закрепления полученных теоретических знаний и практических умений студентов;

- развития познавательных способностей студентов и формирования умения самостоятельно осваивать новые предметные области, определять перспективные с точки зрения научных исследований проблемы, планировать этапы и способы их решения, применять междисциплинарные подходы;

- формирования таких качеств личности, как ответственность, организованность, самостоятельность мышления, способность к саморазвитию, самосовершенствованию и проявлению творческой инициативы.

Планируемые результаты самостоятельной работы:

- овладение навыками и приемами интеграции знаний фундаментальных и прикладных дисциплин программы бакалавриата в научно-исследовательскую практику;

- усвоение методологии исследовательской деятельности, овладение навыками и приемами самостоятельной организации и проведения научно-исследовательских работ в области медиаисследований.

Общее руководство научно-исследовательской работой по программе осуществляет руководитель образовательной программы. Непосредственное руководство научно-исследовательской работой обучающихся осуществляют преподаватели, ведущие практические занятия в рамках научно-исследовательской работы.

Перед началом работы руководитель образовательной программы проводит организационное собрание, в ходе которого студентам

разъясняются цели, задачи и содержание научно-исследовательской работы, форма отчетности по результатам научно-исследовательской работы, требования к выполнению индивидуальных заданий. Студент должен уяснить, что для успешного прохождения научно-исследовательской работы и получения положительной оценки ему необходимо: полностью выполнить индивидуальные задания, соблюдать действующие в ДВФУ правила внутреннего распорядка, по результатам прохождения научно-исследовательской работы в каждом семестре представить руководителю научно-исследовательской работы письменный отчет о выполнении всех индивидуальных заданий.

Практические занятия в рамках научно-исследовательской работы проводятся в форме мастер-классов и круглых столов, на которых происходит практическое освоение знаний, умений и навыков научно-исследовательской работы. Практические занятия в форме круглых столов предусматривают обмен опытом и представление конкретных результатов выполнения индивидуальных заданий в рамках научно-исследовательской работы с их последующим обсуждением. Таким образом студенты приобретают навыки не только выполнения конкретных видов научно-исследовательских работ, но и критического разбора их результатов, что является непременным условием профессионального становления специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью.

В ходе самостоятельной работы студенты:

- приобретают практические навыки постановки проблемы в научном исследовании;
- готовят обзоры статей тематики в области рекламы и связей с общественностью в профильных научных изданиях;
- отрабатывают практические навыки оформления справочно-библиографический аппарат научной работы;
- осуществляют аннотирование и реферирование профильной научной литературы;
- приобретают практические навыки рецензирования профильных научных текстов;
- отрабатывают практические навыки поиска научной информации в базах данных удаленного доступа и сетевых ресурсах;
- приобретают практические навыки проведения научных исследований в рамках исследовательских проектов;
- разрабатывают план подготовки научной статьи, конкретизируют цель и задачи научного исследования по теме статьи, определяют методологические основания исследования;
- работают над формированием источниковой базы исследования по теме статьи;
- готовят отчеты по итогам научно-исследовательской работы.

9. ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ (ПО ИТОГАМ ПРАКТИКИ)

Форма контроля по итогам научно-исследовательской работы – зачет с оценкой. Для получения зачета с оценкой по результатам научно-исследовательской работы в конце каждого семестра студент должен полностью выполнить программу научно-исследовательской работы, своевременно оформить и представить руководителю научно-исследовательской работы все необходимые отчетные документы. Отчет подписывается студентом и сдается руководителю научно-исследовательской работы в установленный срок.

Шкала оценивания и критерии оценки результатов прохождения практики

Основными объектами оценивания результатов прохождения практики являются:

- качество выполнения индивидуальных заданий;
- качество выполнения и оформления отчета по практике.

При выставлении зачета с оценкой принимаются во внимание следующие показатели:

- соответствие выполненных студентом индивидуальных заданий предъявляемым требованиям;
- соответствие отчетных документов по практике предъявляемым требованиям.

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 практических заданий, 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 представления результатов выполнения индивидуальных заданий, ответы отличаются логичностью, глубиной и полнотой
<i>«хорошо»</i>	Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он полностью выполнил программу практики, умеет использовать теоретические знания при выполнении практических заданий, хорошо справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, ответил на большую часть вопросов во время представления результатов выполнения индивидуальных заданий
<i>«удовлетворительно»</i>	Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он полностью выполнил программу практики, но с трудом умеет использовать теоретические знания при выполнении практических заданий, в целом справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, затрудняется с ответами на вопросы во время представления результатов выполнения индивидуальных заданий
<i>«неудовлетворительно»</i>	Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не выполнил программу практики, не умеет использовать теоретические знания при выполнении практических заданий, не демонстрирует навыков решения профессиональных задач в научно-исследовательской деятельности

Зачет по практике приравнивается к оценкам по теоретическому обучению и учитывается при подведении итогов общей успеваемости

студентов. Оценка, полученная студентом на зачете, учитывается при назначении стипендии.

Студент, не выполнивший программу практики без уважительной причины или получивший неудовлетворительную оценку, считается имеющим академическую задолженность, ликвидация которой проводится в соответствии с нормативными документами ДВФУ.

Оформление и содержание отчета по практике

По окончанию семестра студент должен сдать руководителю практики «Отчет о прохождении производственной практики (научно-исследовательская работа)».

Отчет представляется в распечатанном, сброшюрованном виде на бумаге формата А4 (210x297 мм) в одном экземпляре, а в электронном виде загружается в систему LMS в формате файла doc или docx.

Гарнитура – Times New Roman. Величина шрифта в тексте – 14 кегль. Межстрочный интервал – 1,5. Поля: верхнее – 2 см.; нижнее – 2,5 см; левое – 3 см; правое – 1,5 см. Отступ абзаца – 1,25 см. Выравнивание по ширине.

Заголовки глав печатаются шрифтом Times New Roman, 14 кеглем, прописным, полужирным.

Заголовки параграфов – Times New Roman, 14 кг, строчным, полужирным.

Сноски печатаются шрифтом Times New Roman – 10 кегль; выравнивание по ширине. Отступ абзаца – 1,25 см. Нумерация постраничных сносок сквозная.

Внутритекстовые выделения должны быть ограничены отдельными терминами и/или опорными понятиями. Допускаются полужирное начертание и/или курсив.

Для оформления ссылочно-справочного аппарата обязательными являются следующие стандарты: ГОСТ Р 7.0.100–2018 «Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления», ГОСТ 7.82-2001 «Библиографическая запись. Библиографическое описание электронных ресурсов. Общие требования и правила составления», ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления». При вариативном оформлении, допускаемом стандартом, рекомендуется придерживаться единообразия.

Правила оформления.

Аббревиатуры

В тексте отчета студент может использовать общепринятые аббревиатуры. Руководствоваться необходимо следующими документами:

- ГОСТ Р 7.0.12-2011 СИБИД. Библиографическая запись.

Сокращение слов и словосочетаний. Общие требования и правила.

- Правила сокращения слов и список наиболее употребительных сокращений в рубрике «Официальные документы» на портале «Грамота.ру».

- «Справочник издателя и автора» Мильчина А.Э., Чельцовой Л.К.

- Новичков Н. Н. Словарь современных русских сокращений и аббревиатур.

• Русский орфографический словарь / под ред. В. В. Лопатина, О. Е. Ивановой.

Формулы, символы

Формулы располагают отдельными строками в центре листа или внутри текстовых строк. В тексте рекомендуется помещать формулы короткие, простые, не имеющие самостоятельного значения и пронумерованные. Наиболее важные формулы, а также длинные и громоздкие формулы, содержащие знаки суммирования, произведения, дифференцирования, интегрирования, располагают на отдельных строках. Для экономии места несколько коротких однотипных формул, выделенных из текста, можно помещать на одной строке, а не одну под другой.

Нумеровать следует наиболее важные формулы, на которые имеются ссылки в работе. Порядковые номера формул обозначают арабскими цифрами в круглых скобках у правого края страницы.

Таблицы, рисунки

Таблицы, рисунки (в которые включаются схемы, диаграммы и графики) вне зависимости от объема размещаются в Приложениях.

Оформление таблиц в работе должно соответствовать ГОСТ 1.5 и ГОСТ 2.105.

Таблицы и рисунки должны иметь сквозную порядковую нумерацию внутри одного Приложения (например, табл. 1.1, табл. 1.2, рис. 1.3). Порядковый номер таблицы проставляется в правом верхнем углу над ее названием после слова «Таблица». Порядковый номер рисунка и его название проставляются под рисунком в подрисуночной подписи после слова «Рис.».

Единицы измерения:

- В каждой таблице следует указывать единицы измерения показателей и период времени, к которому относятся данные. Если единица измерения в таблице является общей для всех числовых табличных данных, то ее приводят в заголовке таблицы после ее названия.

- При построении графиков по осям координат вводятся соответствующие показатели, буквенные обозначения которых выносятся на концы координатных осей, фиксируемые стрелками. При необходимости вдоль координатных осей делаются поясняющие надписи. Ссылка на таблицу или рисунок в основном тексте приводится так: см. Приложение 2, рис. 4. Название таблицы или рисунка не приводится.

Источник информации для каждой таблицы или рисунка приводится отдельно: внизу таблицы и в конце подрисуночной подписи после слова «Примечание» указывается ссылка на цитируемый материал или самостоятельное исследование.

Если в таблице или рисунке (графике, диаграмме) приведены данные, взятые из источников, указывается «Цит. по:» и далее следует ссылка на источник. Например:

Примечание. Цит. по: Семинары Российской книжной палаты на площадке ММКВЯ-2019 // Российская книжная палата. Филиал ИТАР-ТАСС. URL: www.bookchamber.ru/n_day.html

Если в таблице или рисунке (графике, диаграмме) приведены факты, цифры и пр., самостоятельно собранные студентом, то указывается тип исследования и дата его проведения: «Анкетирование 20.02.2020. Автор - А.А.» (инициалы студента – автора работы), а также может приводиться ссылка на другое Приложение, в котором отражены интервью, вопросы анкеты, данные, анализ показателей и пр. Например:

Примечание. Показатели собраны 01.01.2020 мною. – А.А. См. также Приложение 4.

Цитирование

При использовании в отчете заимствованных из электронных или печатных источников, цитировании различных авторов необходимо делать соответствующие ссылки, а в конце работы помещать список использованной литературы.

Не только цитаты, но и произвольное изложение заимствованных из литературы принципиальных положений включаются в письменную работу со ссылкой на источник. Отсутствие ссылки на источник является нарушением правил цитирования.

Список литературы

Список литературы в отчете составляется по требованиям государственного стандарта. Издания группируются согласно ГОСТу 7.60.-2003 «Издания. Основные виды. Термины и определения» (п. 3.2.4.1. Виды изданий по целевому назначению).

Сначала следует литература на русском языке, затем – на английском и потом на прочих иностранных языках.

Все работы перечисляются в алфавитном порядке в пределах одной группы изданий по фамилии автора и с указанием полных выходных данных. В случае отсутствия фамилии автора работа располагается в списке по первой букве названия.

Приложения

Приложение – заключительная часть выпускной квалификационной работы, которая имеет дополнительное, обычно справочное значение, но является необходимой для более полного освещения темы или аргументации тезисов автора.

В одно Приложение объединяются материалы, относящиеся к одной теме. Приложения могут включать: таблицы, рисунки, графики, копии подлинных документов, выдержки из отчётных материалов, отдельные положения из инструкций и правил, гайды глубинных интервью, расшифровки экспертных интервью, образцы вопросников и т.д. По форме они могут представлять собой текст, копии официальных документов (сканированные изображения), карты.

Каждое приложение должно начинаться с новой страницы с указанием в правом верхнем углу слова «Приложение» и его порядкового номера. Последний лист каждого Приложения должен иметь в правом верхнем углу «Окончание Приложения __».

Тематический заголовок располагается по центру (14, полужирный, строчной). Нумерация страниц, на которых даются приложения, должна быть сквозной и продолжать общую нумерацию страниц основного текста.

Связь основного текста с приложениями осуществляется через ссылки, которые употребляются со словом «смотри», оно обычно сокращается и заключается вместе с шифром в круглые скобки по форме (напр., см. Приложение 1).

В приложения не включается список источников и литературы.

Титульный лист включается в общую нумерацию страниц, однако нумерация на титульном листе не проставляется.

В структуру отчета входят:

- титульный лист;
- основная часть (содержит описание целей производственной практики, перечень выполненных в ходе практики индивидуальных заданий);
- приложение (может содержать результаты выполнения индивидуальных заданий, например, тексты рецензий, эссе, библиографические списки и др.).

К отчету о прохождении практики прилагаются:

- индивидуальное задание для прохождения практики (Приложение 2);
- документ, подтверждающий факт прохождения практики (Приложение 3).

10. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (включая основную и дополнительную литературу)

Основная литература

1. Пустынникова, Е. В. Методология научного исследования : учебное пособие / Е. В. Пустынникова. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 126 с. — ISBN 978-5-4486-0185-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/71569.html> (дата обращения: 19.12.2019).

2. Кузнецов, И. Н. Основы научных исследований : учебное пособие для бакалавров / И. Н. Кузнецов. — 4-е изд. — Москва : Дашков и К, 2018. — 284 с. — ISBN 978-5-394-02952-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/85322.html> (дата обращения: 19.12.2019).

3. Кайль, Я. Я. Учебно-методическое пособие по организации прохождения всех видов практик и выполнения научно-исследовательских работ / Я. Я. Кайль, Р. М. Ламзин, М. В. Самсонова. — Волгоград : Волгоградский государственный социально-педагогический университет, 2019. — 208 с. — ISBN 978-5-9669-1862-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/82560.html> (дата обращения: 19.12.2019).

Дополнительная литература

(печатные и электронные издания)

1. Батурин В.К. Теория и методология эффективной научной деятельности. М.: Вузовский учебник; ИНФРА-М, 2013. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/403679>

2. Иванова Е.Т., Кузнецова Т.Ю., Мартынюк Н.Н. Как написать научную статью: методическое пособие. Калининград: Балтийский федеральный университет им. Иммануила Канта, 2011. Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/23783.html>

3. Кайда Л.Г. Эссе: стилистический портрет. М.: Флинта; Наука, 2008. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/155144>

4. Каптерев А. Мастерство презентации: как создавать презентации, которые могут изменить мир. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/39270.html>

5. Маркушевская Л.П., Цапаева Ю.А. Аннотирование и реферирование: методические рекомендации для самостоятельной работы студентов. СПб.: Университет ИТМО, 2008. Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/65788.html>

6. Мокий В.С., Лукьянова Т.А. Методология научных исследований. Трансдисциплинарные подходы и методы: учебное пособие для бакалавриата и магистратуры. М.: Издательство Юрайт, 2018. <https://www.biblio-online.ru/book/metodologiya-nauchnyh-issledovaniy-transdisciplinarnye-podhody-i-metody-416105>

Справочные материалы

1. ГОСТ Р 7.0.5-2008. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления. М.: Стандартинформ, 2008. Режим доступа: <http://dvfu.ru/web/library/gost>

2. Оформление справочно-библиографического аппарата научной работы и представление отдельных видов текстового материала. Режим доступа: <http://dvfu.ru/documents/210702/215962/sba.pdf>

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. База данных East View по общественным и гуманитарным наукам. Режим доступа: <https://dlib.eastview.com/>

2. Научная электронная библиотека (НЭБ). Режим доступа: <https://elibrary.ru/defaultx.asp>

3. Официальный сайт Всероссийского центра изучения общественного мнения. Режим доступа: <https://wciom.ru/>

4. Поисковая платформа «Google Академия». Режим доступа: <https://scholar.google.ru/>

5. Сервис полнотекстового поиска по книгам, оцифрованным компанией Google «Google Книги». Режим доступа: <https://books.google.com/>

6. Электронная библиотека «Консультант студента». Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/>

7. Электронная библиотека диссертаций РГБ. Режим доступа: <http://diss.rsl.ru/>

8. Электронно-библиотечная система IPR BOOKS. Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/>

9. Электронно-библиотечная система Znanium.com. Режим доступа: <http://znanium.com/>

10. Электронно-библиотечная система Издательства «Лань». Режим доступа: <https://e.lanbook.com/>

Перечень информационных технологий и программного обеспечения

При осуществлении образовательного процесса используется следующее программное обеспечение: Microsoft Office (Power Point, Word), Blackboard Learn, программное обеспечение сервисов сайта ДВФУ, включая ЭБС ДВФУ.

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Для проведения исследований, связанных с выполнением заданий по практике, а также для организации самостоятельной работы студентам доступно следующее оборудование и специализированные кабинеты, соответствующие действующим санитарным и противопожарным нормам, а также требованиям техники безопасности при проведении учебных и научно-производственных работ:

Наименование оборудованных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень основного оборудования
Мультимедийная аудитория F405	Экран с электроприводом Trim Screen Line, проектор Mitsubishi, плазма LG Flatron, подсистема видеокмутации, подсистема аудиокмутации и звукоусиления, акустическая система для потолочного монтажа Extron, цифровой аудиопроцессор, документ-камер AverVision, доска аудиторная
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.

11. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

По результатам прохождения учебной практики бакалавры должны овладеть компетенциями, перечисленными в п.5 настоящей программы.

п	Формируемые компетенции	Разделы (этапы) НИР	Виды учебной деятельности в ходе НИР, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)			Формы текущего контроля
			Ауд.	СРС	Итого	
1	ПК-1.3, ПК-2.3, ПК-3.2, ПК-4.3, ПК-6.2, ПК-7.3, ПК-8.3	Презентация научных направлений и проектов в рамках программы «Реклама и связи с общественностью»		2	2	Собеседование
2		Выбор научной темы (научного проекта)		2	2	Собеседование
3		Выполнение задания «Монографии и научные статьи по теме исследовательского проекта в базах данных удаленного доступа и сетевых ресурсах», работа над формированием источниковой базы исследовательского проекта, презентация результатов выполнения задания		14	14	Индивидуальное задание
4		Оформление библиографических описаний научных текстов по теме исследовательского проекта, предоставление результатов выполнения задания		10	10	Индивидуальное задание
5		Подготовка библиографического обзора по теме исследовательского проекта, выступление с обзором на круглом столе		10	10	Индивидуальное задание, круглый стол
6		Подготовка научной статьи, аннотации, ключевых слов к научной статье по теме исследовательского проекта, предоставление		40	40	Индивидуальное задание, научная статья

		результатов выполнения задания (отправка статьи в печать)				
7		Подготовка отчета по итогам НИР за 7-й семестр, защита отчета		20	20	Отчет по практике
Итого				108	108	

Краткая характеристика процедуры реализации текущего и итогового контроля по практике для оценки компетенций обучающихся представлена в таблице:

№	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика процедуры оценивания компетенций	Представление оценочного средства в фонде
1.	Индивидуальное задание на практику	Проверка выполнения всех индивидуальных заданий, проверка полноты знаний по темам научно-исследовательской работы	Критерии оценивания
2.	Эссе	Проверка эссе по критериям соответствия актуальности темы, использования теоретического материала, применения практических навыков, грамотного оформления материала	Перечень тем эссе и критериев оценивания
3.	Круглый стол	Учет активности участия в круглом столе, качества, актуальности представленного материала, умения анализировать точку зрения оппонента, грамотно формулировать собственную позицию	Критерии оценивания участия в круглом столе
4.	Отчет по практике	Проверка качества и полноты отчета по практике, контроль сроков его предоставления, соответствия заданию по практике, соответствия нормам оформления	Требования к подготовке и оформлению отчета по практике
5.	Защита отчета по практике	Учет качества представления результатов практики, уровня сформированности компетенций	Требования к представлению результатов практики. Отзыв руководителя

Оценивание выполнения задания на практику:

№	Шкала оценивания	Критерии оценивания
1	Отлично	Задание выполнено в полном объеме, все материалы подготовлены, студент проявил высокий уровень самостоятельности и творческий подход к выполнению задания
2	Хорошо	Задание выполнено в полном объеме, все материалы подготовлены, имеются отдельные недостатки в оформлении подготовленного материала
3	Удовлетворительно	Задание в целом выполнено, однако имеются недостатки, не все материалы подготовлены или подготовлены с существенными ошибками, имеются замечания по оформлению собранного материала
4	Неудовлетворительно	Задание выполнено лишь частично, имеются многочисленные замечания

Примерные темы эссе:

1. Информация как базовая коммуникативная единица
2. Реклама – двигатель торговли
3. Социальные сети как элемент современной культуры
4. Влияние социальной рекламы на общество
5. Возможности социальных сетей как средства массовой коммуникации
6. Средства массовой информации как фактор формирования общественного мнения
7. Роль персонального имиджа в профессиональной деятельности
8. Креативность как качество личности PR-специалиста
9. Согласны ли вы с высказыванием: «Реклама убивает возможность выбора»
10. Культура русской речи в Интернете
11. Этика в социальных сетях
12. Принципы и правила сбора информации

Рекомендации по написанию эссе

Эссе - это прозаичное сочинение небольшого объема и свободной композиции, трактующее ту или иную тему и представляющее попытку передать индивидуальные впечатления и соображения, так или иначе, с ним связанные. Это персонифицированный способ реагирования на заявленную проблему.

1. Напишите небольшое сочинение-размышление на вопрос по выбору.
2. При выполнении работы постарайтесь максимально выразить личное отношение к исследуемой проблеме.
3. Обязательно покажите Ваше знание первоисточников, при этом по желанию Вы можете расширить предложенные литературные источники, посвященные проблеме.
4. Придерживайтесь классической структуры: содержание, основная часть, заключение, библиография.
5. Рекомендуемый объем для расширенного эссе 4000-5000 слов.

Требования к оформлению эссе.

Оформление результатов самостоятельной работы должно иметь титульный лист, аннотацию, содержание, введение, основную часть, список литературы, при необходимости – заключение, приложения.

Требования к оформлению текста: Формат А 4. Ориентация – книжная. Поля: верхнее, нижнее, 20 мм, правое 10мм, левое – 30 мм. Номера страниц – арабскими цифрами, внизу страницы, выравнивание по центру, титульный лист не включается в общую нумерацию. Шрифт – Times New Roman. Размер шрифта – 14 через 1,5 интервал; Расстановка переносов автоматически, абзац – 1, 25, выравнивание по ширине, без отступов.

Критерии оценки эссе:

✓ **отлично** выставляется студенту, если студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно

✓ **хорошо** - работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы

✓ **удовлетворительно** – студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы

✓ **неудовлетворительно** - если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы

Критерии оценивания выступления на круглом столе

Отлично - полно усвоил учебный материал; проявил навыки анализа, обобщения, критического осмысления и восприятия информации, публичной речи, аргументации, ведения дискуссии и полемики, точно использовал терминологию; иллюстрировал теоретические положения конкретными примерами, высказывал свою точку зрения.

Хорошо – полно усвоил учебный материал; проявил навыки анализа, обобщения, критического осмысления и восприятия информации, публичной речи, аргументации, ведения дискуссии и полемики, точно использовал терминологию; иллюстрировал теоретические положения конкретными примерами, высказывал свою точку зрения. Но при этом допущены один – два недочета в формировании навыков публичной речи, аргументации, ведения дискуссии и полемики, критического восприятия информации.

Удовлетворительно – показал общее понимание вопроса, высказывал свою точку зрения; демонстрировал умение анализировать, навыки публичной речи, ведения дискуссии и полемики, однако неполно или непоследовательно раскрыл содержание материала, имелись затруднения в определении понятий, использовании терминологии.

Неудовлетворительно – не принимал участия в работе круглого стола (дискуссии), допущены грубейшие ошибки в определении понятий, при использовании терминологии, не сформированы компетенции, умения и навыки публичной речи, аргументации, ведения дискуссии и полемики, критического восприятия информации.

Оценивание качества подготовки отчета:

Критерии оценки	Оценка
<ul style="list-style-type: none"> – соответствие содержания прохождения практики – отчет собран в полном объеме; – структурированность (четкость, логичность, наличие титульного листа, нумерации страниц, подробного оглавления отчета и др.); – задание выполнено полностью; – отличное оформление; – не нарушены сроки сдачи отчета. 	Зачтено «отлично»
<ul style="list-style-type: none"> – соответствие содержания отчета программе прохождения практики – отчет собран в полном объеме; – не везде прослеживается структурированность (четкость, логичность, наличие титульного листа, нумерации страниц, подробного оглавления отчета и др.); – задание выполнено полностью; – хорошее оформление; – не нарушены сроки сдачи отчета. 	Зачтено «хорошо»
<ul style="list-style-type: none"> – соответствие содержания отчета программе прохождения практики - отчет собран в полном объеме; – не везде прослеживается структурированность (четкость, нумерация страниц, подробное оглавление отчета); – в оформлении отчета и портфолио прослеживается небрежность; – задание выполнено не полностью; – нарушены сроки сдачи отчета. 	Зачтено «удовлетворительно»
<ul style="list-style-type: none"> – соответствие содержания отчета программе прохождения практики – отчет собран не в полном объеме; – нарушена структурированность (четкость, нумерация страниц, подробное оглавление отчета); 	Не зачтено «неудовлетворительно»

<ul style="list-style-type: none"> – в оформлении отчета и портфолио прослеживается небрежность; – задание не выполнено; – нарушены сроки сдачи отчета. 	
--	--

Оценивание защиты отчета:

№	Шкала оценивания	Критерии оценивания
1	Отлично	<ul style="list-style-type: none"> – студент демонстрирует системность и глубину знаний, полученных при прохождении практики; – стилистически грамотно, логически правильно излагает ответы на вопросы; – дает исчерпывающие ответы на дополнительные вопросы преподавателя по темам, предусмотренным программой практики.
2	Хорошо	<ul style="list-style-type: none"> – студент демонстрирует достаточную полноту знаний в объеме программы практики, при наличии лишь несущественных неточностей в изложении содержания основных и дополнительных ответов; – владеет необходимой для ответа терминологией; – недостаточно полно раскрывает сущность вопроса; – допускает незначительные ошибки, но исправляется при наводящих вопросах преподавателя.
3	Удовлетворительно	<ul style="list-style-type: none"> – студент демонстрирует недостаточно последовательные знания по вопросам программы практики; – использует специальную терминологию, но могут быть допущены 1-2 ошибки в определении основных понятий, которые студент затрудняется исправить самостоятельно; – способен самостоятельно, но не глубоко, анализировать материал, – раскрывает сущность решаемой проблемы только при наводящих вопросах преподавателя.
4	Неудовлетворительно	<ul style="list-style-type: none"> – студент демонстрирует фрагментарные знания в рамках программы практики; – не владеет минимально необходимой терминологией; – допускает грубые логические ошибки, отвечая на вопросы преподавателя, которые не может исправить самостоятельно.

Общие критерии оценивания результатов практики:

Оценки «отлично» выставляется, если:

– рабочий график (план) проведения практики выполнен полностью, поставленная цель достигнута и конкретные задачи решены;

– задания и указания руководителя практики от организации выполнены в установленные сроки;

– все необходимые документы представлены в срок и оформлены в соответствии с требованиями;

– представленная характеристика не содержит каких-либо замечаний в отношении обучающегося;

– отсутствуют нарушения правил внутреннего трудового распорядка организации по месту прохождения практики;

-обучающийся показывает глубокие знания источников данных, используемых в отчёте;

-обучающийся уверенно отвечает на вопросы теоретического и практического характера по проблемам, изложенным в тексте отчета;

-проявляет самостоятельность мышления, показывает овладение практическими навыками.

Оценка «хорошо» выставляется, если:

-рабочий график (план) проведения практики выполнен, поставленные цели достигнуты, решены конкретные задачи;

- выполнены в установленные сроки задания и указания руководителя практики от организации;

- представлены в срок правильно оформленные документы;

-представленная характеристика не содержит каких-либо замечаний в отношении обучающегося;

- отсутствуют нарушения правил внутреннего трудового распорядка организации по месту прохождения практики;

- обучающийся хорошо ориентируется в источниках данных, используемых в отчёте;

-обучающийся отвечает на вопросы теоретического и практического характера по проблемам, изложенным в тексте отчета;

-грамотно излагает материал.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если:

- рабочий график (план) проведения практики в целом выполнен, но поставленная цель достигнута частично, и/или конкретные задачи решены не полностью;

-задания и указания руководителя практики от организации выполнялись с нарушением установленных сроков;

-отчётные документы в целом правильно оформлены, представлены в срок, но имеют некоторые несоответствия требованиям (устранённые в ходе предварительной проверки отчёта);

-имеются нарушения правил внутреннего трудового распорядка организации по месту прохождения практики

- обучающийся показывает слабые знания в ответах на вопросы теоретического и практического характера по проблемам, изложенным в тексте отчета;

- обучающийся плохо ориентируется в материале.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется, если:

- рабочий график (план) проведения практики не выполнен,

- поставленные цели не достигнуты, не решены конкретные задачи;

- не выполнены в установленные сроки задания и указания руководителя практики от организации;

- не представлены в срок правильно оформленные документы;

- грубо нарушены правила внутреннего трудового распорядка организации по месту прохождения практики;

- обучающийся не ориентируется в источниках данных;

- обучающийся не отвечает на вопросы теоретического и практического характера по проблемам, изложенным в тексте отчета.



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

ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК
Департамент коммуникаций и медиа

О Т Ч Е Т
о прохождении производственной практики
Научно-исследовательская работа

Выполнил студент группы

Б _____
(ФИО студента)

Отчет защищен:
с оценкой _____

подпись

И.О.Фамилия

« ____ » _____ 20 г.

Руководитель практики:

(подпись)

(И.О.Фамилия)

Регистрационный № _____
« ____ » _____ 20 г. веду-
щий специалист ДКМ

подпись

И.О.Фамилия

Практика пройдена в срок
с « ____ » _____ 20 г.
по « ____ » _____ 20 г.

г. Владивосток
202

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

«Дальневосточный федеральный университет»
 (ДВФУ)

ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК
 Департамент коммуникаций и медиа

Направление на производственную практику научно-исследовательскую работу от Департамента коммуникаций и медиа ШИГН ДВФУ

Студент _____
Фамилия Имя Отчество

Группы _____ согласно приказу № _____ от «__» _____ 200__ г.
 Направляется _____

_____ для прохождения производственной практики по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «Реклама и связи с общественностью»

на срок __ недель с «__» _____ 202__ г. по «__» _____ 202__ г.

Руководитель практики _____

Отметки о выполнении и сроках практики

Наименование базы практики	Отметка о прибытии и убытии	Печать, подпись

КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН-ГРАФИК прохождения производственной практики студента

Студент _____ направляется для прохождения производственной практики научно-исследовательской работы в _____

наименование организации

с «__» _____ 202__ г. по «__» _____ 202__ г.

Содержание выполняемых работ по программе	Сроки выполнения		Заключение и оценка руководителя от организации	Подпись руководителя от организации
	Начало	Окончание		

Согласовано:

_____ должность руководителя подразделения, где проводится практика

_____ И.О. Фамилия

_____ дата

Студент-практикант

_____ И.О. Фамилия

_____ подпись

_____ дата

Руководитель от кафедры

_____ И.О. Фамилия

_____ подпись

_____ дата

Руководитель от организации

_____ И.О. Фамилия

_____ подпись

_____ дата

ОТЗЫВ
о результатах прохождения производственной практики

Студента

(ки)

Фамилия Имя Отчество

группы _____ Департамента коммуникаций и медиа ШИГН ДВФУ.

СОДЕРЖАНИЕ ОТЗЫВА

В отзыве рекомендуется четко и лаконично отразить следующие вопросы:

1. степень достижения цели практики и выполнение поставленных перед практикантом задач;
2. общая оценка умения практиканта выполнять поставленные задачи;
3. степень самостоятельности выполненной работы и способность практиканта к профессиональной деятельности;
4. соответствие деятельности практиканта общим требованиям, предъявляемым к специалистам по рекламе и связям с общественностью, степень сформированности профессиональных навыков и умений;
5. вывод о положительной оценке.

Руководитель практики от организации:

должность

подпись

Фамилия ИО

« ____ » _____ 20 ____ года

М.П.



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

Школа искусств и гуманитарных наук



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**

Преддипломная практика
Для направления подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Программа бакалавриата

Реклама и связи с общественностью

Владивосток
2021

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Целью преддипломной практики являются подготовка выпускной квалификационной работы (ВКР), а именно углубление, расширение, систематизация и закрепление теоретических и практических знаний, умений и навыков научно-исследовательской работы, полученных в процессе предшествующей учебы в вузе;

2. ЗАДАЧИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Задачи преддипломной практики:

- 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;
- 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.

3. МЕСТО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОП

Преддипломная практика является составной частью основной образовательной программы профессиональной подготовки бакалавров и входит в Блок 2 учебного плана «Практики» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль подготовки «Реклама и связи с общественностью» (индекс Б2.В.03(П))

Практика базируется на изучении следующих дисциплин: «Теория и практика рекламы», «Теория и практика связей с общественностью», «Основы теории коммуникации», «Прикладные исследования в рекламе и связях с общественностью», «Копирайтинг и спичрайтинг» и др.

Для успешного прохождения практики бакалавру необходимо:

- 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 выработать рекомендации, касающиеся стратегии развития внешних и внутренних коммуникаций организации.

3) 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.

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

Тип практики – преддипломная практика.

Способ проведения практики – стационарная и выездная практики. Под стационарной понимается практика, которая проводится в департаменте

коммуникаций и медиа, в Учебно-телевизионном Центре ШИГН ДВФУ и рекламных агентствах, отделах маркетинга, рекламы, связей с общественностью на предприятиях, в средствах массовой информации (телевидение, радио, журналы, газеты), издательствах, дизайн-студиях и других коммерческих, общественных, государственных и муниципальных организациях:

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.)

5. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Код и наименование профессиональной компетенции	Код ПС (при наличии ПС) или ссылка на иные основания	Код трудовой функции (при наличии ПС)	Индикаторы достижения компетенции
Тип задач профессиональной деятельности: организационный			
ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 06.013 Специалист по информационным ресурсам		ПК-1.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью ПК-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии ПК-1.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры
ПК-2. Способен осуществлять стратегическое планирование интернет-кампаний	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 06.013 Специалист по информационным ресурсам		ПК-2.1. Участвует в процессе эффективного продвижения проекта и осуществляет успешную стратегию продвижения в онлайн среде ПК-2.2. Составляет и реализует стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети интернет ПК-2.3. Осуществляет надлежащий контроль при реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети интернет
ПК-3. Способен к формированию и обоснованию бюджета продвижения коммуникационного продукта	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 06.013 Специалист по		ПК-3.1. Формирует оптимальный бюджет для реализации стратегии продвижения; обосновывает необходимые расходы согласно показателям эффективности продвижения; вычисляет экономический эффект от реализации

	информационным ресурсам		стратегии продвижения с учетом финансовых возможностей заказчика ПК-3.2. Проводит анализ экономических эффектов от реализации стратегии продвижения; определяет основные направления расходования средств согласно разработанной стратегии продвижения; обоснования расходов с использованием системы показателей эффективности продвижения
Тип задач профессиональной деятельности: авторский			
ПК-4. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 06.013 Специалист по информационным ресурсам		ПК-4.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ПК-4.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта ПК-4.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании ПК-4.4. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде
Тип задач профессиональной деятельности: маркетинговый			
ПК-5. Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 06.013 Специалист по информационным ресурсам		ПК-5.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта ПК-5.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта ПК-5.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами
ПК-6. Способен проводить маркетинговые и социологические исследования	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 06.013 Специалист по информационным ресурсам		ПК-6.1. Определяет необходимость проведения исследований в своей профессиональной деятельности; разрабатывает и проводит маркетинговое и социологическое исследования; отбирает методы исследований, разрабатывает его инструментарий. ПК-6.2. Обосновывает необходимость использования в рекламной деятельности и связях с общественностью познавательный потенциал исследований; готовит, осуществляет полевые работы, обосновывает методы сбора и обработки данных в социологическом исследовании
Тип задач профессиональной деятельности: технологический			
ПК-7. Способен применять в	06.009 Специалист по продвижению и рас-		ПК-7.1. При реализации коммуникационного продукта использует

профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы коммуникаций	пространению продукции средств массовой информации 06.013 Специалист по информационным ресурсам		технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде ПК-7.2. При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде. ПК-7.3. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами ПК-7.4. Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций ПК-7.5. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта
Тип задач профессиональной деятельности: проектный			
ПК-8. Способен осуществлять разработку и реализацию индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 06.013 Специалист по информационным ресурсам		ПК-8.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью ПК-8.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью ПК-8.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения)
ПК-1.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью	Знает должностные обязанности линейного менеджера отдела по рекламе
	Умеет выполнять функции линейного менеджера при реализации проекта по рекламе и связям с общественностью
	Владеет навыком анализа деятельности отдела по рекламе
ПК-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	Знает теоретические основы медиапланирования (базовые понятия, стратегии, подходы)
	Умеет планировать и организовывать работы по подготовке графиков реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ в медиа, использовать критерии выбора рекламносителя
	Владеет способностью осуществлять тактическое планирование мероприятий
ПК-1.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	Знает понятие и значимость внутренних коммуникаций, корпоративной идентичности и корпоративной культуры
	Участвует в организации внутренних коммуникаций

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения)
	Владеет навыками проведения мероприятий по формированию корпоративной культуры и идентичности
ПК-2.1. Участвует в процессе эффективного продвижения проекта и осуществляет успешную стратегию продвижения в онлайн среде	Знает основы медиастратегии
	Принимает участие в продвижении проекта в онлайн среде
	Владеет навыками ведения социальных сетей
ПК-2.2. Составляет и реализует стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети интернет	Знает основы функционирования современных рекламно-маркетинговых коммуникаций в структуре масс-медиа, специфику функционирования отдельных средств массовых коммуникаций
	Умеет организовывать распространение рекламной продукции, в рамках традиционных и современных средств рекламы
	Владеет навыком создания стратегии продвижения
ПК-2.3. Осуществляет надлежащий контроль при реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети интернет	Знает значение контроля при реализации стратегии продвижения
	Умеет оценивать эффективность продвижения проекта
	Владеет способностью создавать презентации, демонстрирующие реализацию стратегии продвижения в сети интернет
ПК-3.1. Формирует оптимальный бюджет для реализации стратегии продвижения; обосновывает необходимые расходы согласно показателям эффективности продвижения; вычисляет экономический эффект от реализации стратегии продвижения с учетом финансовых возможностей заказчика	Владеет навыками бюджетного планирования при организации и проведении кампаний в рекламе и связях с общественностью, включая планирование с жестким потолком затрат, планирование с плавающим потолком затрат, тоннельное планирование, планирование с гибким целевым дефицитом и планирование с условно неограниченным потолком затрат.
	Умеет соотносить затраты рекламного бюджета и эффективность кампании
	Способен применять на практике навыки оптимизации бюджета и постатейных перебросок средств
ПК-3.2. Проводит анализ экономических эффектов от реализации стратегии продвижения; определяет основные направления расходования средств согласно разработанной стратегии продвижения; обоснования расходов с использованием системы показателей эффективности продвижения	Знает основы проведения анализа экономических эффектов от реализации стратегии продвижения; определения основных направлений расходования средств согласно разработанной стратегии продвижения; обоснования расходов с использованием системы показателей эффективности продвижения
	Умеет проводить анализ экономических эффектов от реализации стратегии продвижения; определяет основные направления расходования средств согласно разработанной стратегии продвижения; обоснования расходов с использованием системы показателей эффективности продвижения
	Владеет практическими навыками проведения анализа экономических эффектов от реализации стратегии продвижения; определения основных направлений

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения)
	расходования средств согласно разработанной стратегии продвижения; обоснования расходов с использованием системы показателей эффективности продвижения
ПК-4.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	Знает основы тайм-менеджмента
	Умеет придерживаться установленного графика в процессе создания любого медиапродукта
	Владеет навыками грамотной организации рабочего процесса с соблюдением установленных сроков
ПК-4.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта	знает методы создания и соблюдения графика в процессе создания медиа текста и (или) продукта
	умеет распределять свои трудовые ресурсы в соответствии с решаемыми профессиональными задачами и возникающими обстоятельствами
ПК-4.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании	владеет навыком выполнять свои профессиональные обязанности в рамках отведенного бюджета времени; навыками оперативного планирования и контроля профессиональной деятельности в области рерайтинга
ПК-5.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта	Знает основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта
	Умеет использовать основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта
	Владеет практическими навыками в использовании основных маркетинговых инструментов при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта
ПК-5.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта	Знает основы организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта
	Умеет организовывать и выполнять маркетинговые исследования, направленные на разработку и реализацию коммуникационного продукта
	Владеет практическими навыками в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения)
ПК-5.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	Владеет принципами отслеживания реакции референтных групп на рекламные и информационные сообщения как в традиционных медиа, так и в блогосфере
	Способен отслеживать реакцию на рекламные сообщения в разных информационных источниках
	Владеет практическими навыками осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами, знает методы интерпретации реакции потребителей на рекламу
ПК-6.1. Определяет необходимость проведения исследований в своей профессиональной деятельности; разрабатывает и проводит маркетинговое и социологическое исследования; отбирает методы исследований, разрабатывает его инструментарий	Знает основы определения необходимости проведения исследований в своей профессиональной деятельности; основы разработки и проведения маркетингового и социологического исследования; основы отбора методов исследований, основы разработки его инструментария.
	Умеет определять необходимость проведения исследований в своей профессиональной деятельности; разрабатывать и проводить маркетинговое и социологическое исследования; отбирать методы исследований, разрабатывать его инструментарий
	Владеет практическими навыками определения необходимости проведения исследований в своей профессиональной деятельности; разработки и проведения маркетингового и социологического исследования; отбора методов исследований, разработки его инструментария.
ПК-6.2. Обосновывает необходимость использования в рекламной деятельности и связях с общественностью познавательный потенциал исследований; готовит, осуществляет полевые работы, обосновывает методы сбора и обработки данных в социологическом исследовании	Умеет формировать «сетку» для социологических и рыночных исследований, организовывать проведение фокус-групп и различных видов опросов, способен грамотно интерпретировать их результаты в интересах повышения общего потенциала рекламной деятельности и в интересах заказчика при организации рекламных и информационных кампаний
	Способен соотносить экономические и коммуникативные инструменты в рамках рекламной деятельности
	Владеет способностями анализа эффективности КСИ
ПК-7.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и	Знает основы технологий медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн - среде при реализации коммуникационного продукта

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения)
медиапланирования в онлайн и онлайн среде	Умеет использовать технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн - среде при реализации коммуникационного продукта
	Владеет основными технологиями медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн - среде при реализации коммуникационного продукта
ПК-7.2. При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде.	Знает основы подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью и основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн- среде
	Умеет создавать тексты рекламы и (или) связей с общественностью и использовать основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн -среде
	Владеет основными технологиями копирайтинга в онлайн и офлайн-среде при подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью
ПК-7.3. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами	Владеет практическими навыками организации пресс-конференций, подходов к прессе, круглых столов, а также иных форматов создания информационных поводов в сфере рекламы и связей с общественностью
	Знает способы интеграции спецмероприятий в общую коммуникативную стратегию компании (заказчика)
	Способен моделировать спецмероприятия под разные целевые группы
ПК-7.4. Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций	Знает основные инструменты внутренних коммуникаций для участия в формировании корпоративной культуры организации
	Умеет использовать основные инструменты внутренних коммуникаций для участия в формировании корпоративной культуры организации
	Владеет основными инструментами внутренних коммуникаций для участия в формировании корпоративной культуры организации

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения)
ПК-7.5. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	Знает основы современных технических средств и основных технологий цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта
	Умеет использовать современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта
	Владеет современными техническими средствами и основными технологиями цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта
ПК-8.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	Знает основные типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью
	Умеет использовать основные типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью
	Владеет навыками реализации основных типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью
ПК-8.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	Знает основы подготовки основных документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью
	Умеет готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью
	Владеет практическими навыками подготовки основных документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью
ПК-8.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного	Знает основы использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения)
продукта	Умеет использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта
	Владеет навыками практического использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта

6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ, В ТОМ ЧИСЛЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ

Общая трудоемкость преддипломной практики составляет 13 1/2 недели / 21 зачетная единица, 756 часов.

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды учебной работы на практике, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)	Формы текущего контроля	
1	Подготовительный этап	Ознакомительные лекции	20	Контроль за присутствием студента
		Инструктаж по технике безопасности	10	Подпись в журнале по ТБ
2	Производственный этап (может конкретизироваться научным руководителем)	Мероприятия по сбору научного и материала	30	Контроль за присутствием студента Дневник практики
		Мероприятия по обработке и систематизации фактического, научного и иных материалов	40	Контроль за присутствием студента Дневник практики
		Работа с документами предприятия	10	Контроль за присутствием студента со стороны руководителя от предприятия Дневник практики
		Текущая работа на предприятии	200	Контроль за присутствием студента со стороны руководителя от предприятия Дневник практики
		Наблюдение, анализ, выводы	132	Контроль за присутствием студента Дневник практики
		Создание творческих материалов/подготовка законченного исследования	264	Контроль со стороны руководителя от предприятия Дневник практики
3	Подготовка отчета по практике и презентация выполненных работ	Подготовка отчета	30	Представление научному руководителю
		Подготовка презентации выполненных результатов	10	Представление научному руководителю
		Защита отчет по практике	10	Зачет с оценкой Защита отчета

7. ЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ НА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ

Студенты, направляемые на преддипломную практику, обеспечиваются необходимой методической литературой (указаниями), в которой содержатся сведения о требованиях и рекомендациях по прохождению практики, сбору материала, а также по подготовке и написанию отчета по итогам преддипломной практики.

Студенту также выдается дневник прохождения практики (Приложение 2), в котором должно отражаться краткое содержание работ, выполняемых им во время прохождения практики.

Во время прохождения преддипломной практики студенты обязаны:

- соблюдать действующий на базе практики режим работы и на рабочих местах;
- самостоятельно выполнять работу, отвечать за нее и ее результаты наравне со штатными работниками;
- вести дневник по установленной форме и представлять его на проверку и подпись руководителю от базы практики;
- представить на кафедру письменный отчет о результатах практики.

На подготовительном этапе руководитель практики совместно с представителем принимающей организации проводит ознакомительные лекции со студентом, направляемым на преддипломную практику. В ходе лекций указываются цели и задачи практики, особенности ее проведения, раскрываются основные требования к оценке. Кроме того, руководитель практики совместно с представителем принимающей организации проводит инструктаж по технике безопасности.

На производственном этапе студенты в рамках самостоятельной работы осуществляют деятельность по подготовке ВКР. проводит систематизацию материала по теме исследования, анализирует имеющиеся источники, проводит необходимые наблюдения и измерения. Постоянно происходит проверка процесса создания ВКР студентом.

В период производственного этапа практики студент выполняет индивидуальное задание, которое может конкретизироваться и корректироваться научным руководителем студента по написанию ВКР. Задание может включать следующие основные направления работы:

- знакомство с принимающей организацией, ее организационной структурой, спецификой деятельности;
- присутствие на планерках, участие в текущей работе принимающей организации, получение необходимых консультаций;
- изучение документов, определяющих основу деятельности принимающей организации;
- выполнение производственных заданий;
- знакомство с формами и методами создания рекламного и PR материала;
- изучение на практике методики и техники создания рекламного и PR материала;
- сбор, обработка и анализ материалов по теме исследования;
- проведение необходимого для подготовки ВКР наблюдения и

измерения;

- активное участие в жизни коллектива.

На этапе подготовки отчета по практике студент самостоятельно готовит отчет по практике.

8. ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ (ПО ИТОГАМ ПРАКТИКИ)

По итогам преддипломной практики студент предоставляет отчет, в который входят:

- письменный отчет по преддипломной практике;
- дневник практики, отзыв о результатах прохождения преддипломной практики.

Письменный отчет по преддипломной практике должен содержать в нижеприведенной последовательности:

- титульный лист;
- содержание (оглавление);
- введение;
- основная часть;
- заключение;
- список использованных источников;
- приложения.

Объем отчета должен составлять 15 – 20 листов (без приложений). Количество приложений не ограничивается и в указанный объем не включается. Типовая форма титульного листа отчета студента по практике приведена в Приложении 1 (оформление текстовой части работы должно соответствовать требованиям, принятым в ДВФУ к подобного типа работам).

Во введении должны быть отражены:

- цель, место и время (количество недель) прохождения практики;
- последовательность прохождения практики, перечень работ, выполненных в процессе практики.

В основную часть отчета необходимо включить:

- описание организации работы в процессе практики;
- описание выполненной работы по разделам программы практики;
- описание рабочего места;
- описание практических задач, решаемых студентом за время прохождения преддипломной практики;
- описание и анализ достигнутых результатов;
- указания на затруднения, которые возникли при прохождении практики;
- изложение спорных вопросов, которые возникли по конкретным вопросам, и их решение.

Заключение должно содержать:

- описание навыков, приобретенных за время практики;
- характеристику информационно-программных продуктов, необходимых для прохождения преддипломной практики;
- предложения и рекомендации студента, сделанные в ходе практики;

- отзывы и рекомендации по оптимизации процесса организации практики руководителей практики от предприятия.

Дневник практики выдается студенту руководителем практики от ДКМ перед началом практики. Дневник практики включает в себя:

- направление на преддипломную практику от кафедры, которое заполняется до начала практики;

- календарный план-график, который заполняется студентом самостоятельно в течение учебной практики в соответствии с разделами (этапами) преддипломной практики и видами производственной деятельности на практике. Календарный план-график утверждается руководителем от базы практики;

- отзыв руководителя от базы практики о работе студента-практиканта.

Отчет представляется в отдельной папке.

Материалы практики анализируются на практических занятиях. Порядок защиты: выступление студента с отчетом, заключение преподавателя.

Практика оценивается по зачетной системе: дифференцированный зачет – зачет с оценкой.

Оценки за практику утверждаются на заседании ДКМ.

Критерии оценки по преддипломной практике:

Критерии оценки	Оценка
Полное знание и понимание теоретического и практического содержания курса, без пробелов; сформированность необходимых практических умений при применении знаний в конкретных ситуациях, высокое качество выполнения всех предусмотренных программой обучения учебных заданий; высокий уровень мотивации учения.	Зачтено «отлично»
Знание и понимание теоретического и практического содержания курса с незначительными пробелами; сформированность необходимых практических умений при применении знаний в конкретных ситуациях, хорошее качество выполнения учебных заданий; низкий уровень мотивации учения.	Зачтено «хорошо»
Знание и понимание теоретического и практического содержания курса с незначительными пробелами; несформированность некоторых практических умений при применении знаний в конкретных ситуациях, низкое качество выполнения учебных заданий; низкий уровень мотивации учения.	Зачтено «удовлетворительно»
Слабое понимание теоретического практического содержания курса; несформированность практических умений при применении знаний в конкретных ситуациях, низкое качество выполнения учебных заданий; низкий уровень мотивации обучения. Крайний случай – не приступал (не прибыл) к месту прохождения научно-производственной практики.	Не зачтено

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (включая основную и дополнительную литературу)

Основная литература

1. Ачкасова В.А. Связи с общественностью как социальная инженерия: учебник / В.А. Ачкасова. – М.: Юрайт, 2021. – 351 с. - Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/453280>
2. Венедиктова Т.Д., Гудков Д.Б. Основы теории коммуникации: учебник и практикум / Т.Д. Венедиктова. – М.: Юрайт, 2021. – 193 с. - Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/469722>
3. Гавра Д.П. Основы теории коммуникации: учебник / Д.П. Гавра. – М.: Юрайт, 2021. – 231 с. - Режим доступа: <https://library.dvfu.ru/lib/document/EBSUrait/FDF34586-CC24-4F78-AEA6-78473288318A>
4. Гойхман О.Я. Основы теории коммуникации: учебное пособие / О.Я. Гойхман. – М.: Инфра-М, 2019. – 352 с. - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?pid=253871&id=168117>
5. Душкина М.Р. Технологии рекламы и связей с общественностью в маркетинге: учебник / М.Р. Душкина. – Москва: Юрайт, 2021. – 462 с. - Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/448344>
6. Емельянов С.М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие / С.М. Емельянов. – М.: Юрайт, 2021. – 197 с. - Режим доступа: <https://library.dvfu.ru/lib/document/EK/D91614F5-FEAD-4E61-8167-57EF47F039E7/>
7. Жильцова О.Н. Связи с общественностью: учебное пособие / О.Н. Жильцова, И.М. Синяева, Д.А. Жильцов. – М.: Юрайт, 2020. – 337 с. - Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/451046>
8. Кузьмина О.Г. Интегрированные маркетинговые коммуникации: теория и практика рекламы / О.Г. Кузьмина. – РИОР, 2018. – 187 с. - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=328133>
9. Малькевич А.А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью: учебное пособие / А.А. Малькевич. – М.: Юрайт, 2021. – 109 с. - Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/473382>
10. Панкратов Ф.Г. Основы рекламы: учебник. 14-е изд., перераб. и доп. / Панкратов Ф.Г., - 14-е изд. - М.: Дашков и К, 2017. - 538 с.: ISBN 978-5-394-01804-6 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/354029>
11. Чамкин А.С. Основы коммуникологии (теория коммуникации): учебное пособие / А.С. Чамкин. – М.: Инфра-М, 2017. – 350 с. - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?pid=854756&id=93489>
12. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции : учебное пособие / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров, С. А. Самойленко ; Российская академия народного хозяйства и

государствен-ной службы при Президенте Российской Федерации. - Москва : Дело, 2016. – 519 с. – Режим доступа: <https://lib.dvfu.ru/lib/item?id=chamo:846964&theme=FEFU>

Дополнительная литература
(печатные и электронные издания)

1. Ачкасова В.А. Связи с общественностью в органах власти: учебник и практикум / В.А. Ачкасова. – М.: Юрайт, 2021. – 163 с. – Режим доступа: <https://urait.ru/book/svyazi-s-obschestvennostyu-v-organah-vlasti-494288>
2. Бударина О.А. Организация работы структур по связям с общественностью: учебное пособие / О.А. Бударина. – М.: Юрайт, 2021. – 126 с. – Режим доступа: <https://urait.ru/book/organizaciya-raboty-struktur-po-svyazyam-s-obschestvennostyu-496828>
3. Гулевич О.А. Психология массовой коммуникации: от газет до интернета: учебник / О.А. Гулевич. – М.: Юрайт, 2021. – 264 с. – Режим доступа: <https://urait.ru/book/psihologiya-massovoy-kommunikacii-ot-gazet-do-interneta-496255>
4. Дзялошинский И.М. Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования: учебник / И.М. Дзялошинский, М.А. Пильгун. – М.: Юрайт, 2021. – 345 с. – Режим доступа: <https://urait.ru/book/sovremennyy-mediatekst-osobennosti-sozdaniya-i-funkcionirovaniya-495400>
5. Елина Е.А. Семиотика рекламы (2-е издание) [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Елина Е.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2016.— 137 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57150.html>
6. Ерофеева И.В. Психология медиатекста: учебник и практикум для вузов / И. В. Ерофеева. – М.: Юрайт, 2021. – 206 с. – Режим доступа: <https://urait.ru/book/psihologiya-mediateksta-491694>
7. Зелинский С.А. Информационно-психологическое воздействие на массовое сознание: учебное пособие / С.А. Зелинский. – М.: Скифия, 2018. – 301 с.
8. Касьянов В.В. Социология массовых коммуникаций: учебник / В.В. Касьянов. – М.: Юрайт, 2021. – 221 с. – Режим доступа: <https://urait.ru/book/sociologiya-massovoy-kommunikacii-492735>
9. Кузнецов П.А. Политическая реклама. Теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Связи с общественностью»/ Кузнецов П.А.—

Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017.— 127 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/81729.html>

10. Макаревич Э.Ф., Карпухин О.И. Массовые коммуникации. Технологический блеск и нравственная нищета: учебное пособие / Э.Ф. Макаревич. – СПб.: Ленанд, 2020. – 416 с.

11. Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования: учебник / М.М. Назаров. – СПб.: Ленанд, 2018. – 378 с.

12. Потапов Ю.А. Современная пресс-служба: учебник для вузов / Ю.А. Потапов, О.В. Тепляков. – М.: Юрайт, 2021. – 294 с. – Режим доступа: <https://urait.ru/book/sovremennaya-press-sluzhba-494465>

13. Почекаев Р.Ю. История связей с общественностью: учебное пособие / Р.Ю. Почекаев. – М.: Юрайт, 2020. – 223 с. – Режим доступа: <https://urait.ru/book/istoriya-svyazey-s-obschestvennostyu-497751>

14. Почепцов Г.Г. Когнитивные войны в соцмедиа, массовой культуре и массовых коммуникациях: учебное пособие / Г.Г. Почепцов. – М.: Омико, 2019. – 215 с.

15. Сабетова Т.В. Реклама и рекламная деятельность : учебное пособие / Сабетова Т.В.. — Воронеж : Воронежский Государственный Аграрный Университет им. Императора Петра Первого, 2016. — 165 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/72744.html>

16. Садовская В.С. Основы коммуникативной культуры. Психология общения: учебник и практикум / В.С. Садовская, В.А. Ремизов. – М.: Юрайт, 2021. – 169 с. – Режим доступа: <https://urait.ru/book/osnovy-kommunikativnoy-kultury-psihologiya-obscheniya-491009>

17. Сарычева Л.А. Уступите место драме. Как писать интересно даже на скучные темы. Копирайтерам, журналистам, редакторам: учебное пособие /Л.А. Сарычева. – М.: Бомбора, 2021. – 272 с.

18. Сергеев Е. Ю. Технология производства печатных и электронных средств информации: учебное пособие / Е.Ю. Сергеев. – М.: Юрайт, 2021. – 227 с. – Режим доступа: <https://urait.ru/book/tehnologiya-proizvodstva-pechatnyh-i-elektronnyh-sredstv-informacii-494568>

19. Солопов Д. 10 заповедей коммуникационной войны. Как победить СМИ, Instagram и Facebook / Д. Солопов. – М.: Альпина Диджитал, 2020. – 120 с.

20. Федотова Л.Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика: учебник / Л.Н. Федотова. – М.: Юрайт, 2019. – 603 с. – Режим

доступа: <https://urait.ru/book/sociologiya-massovyh-kommunikacij-teoriya-i-praktika-498761>

21. Хорольский В.В. Медийность текстов в средствах массовой коммуникации: учебное пособие / В.В. Хорольский. – М.: Флинта, 2020. – 203 с.

Перечень периодических изданий, имеющихся в фондах НБ ДВФУ

Научные и научно-практические журналы: "Читающая Россия", "Витрина", "Книжное дело", "Книжная индустрия", "Компьюарт", "Компьюпринт", "Высшее образование в России", "Университетская книга", "Научная книга", "Научно-техническая информация" (Сер. 1, 2), "Международный форум информации и документации".

Библиографические и реферативные издания: "Новые книги", "Книжная летопись", "Летопись журнальных статей", "Книги Российской Федерации", "Book in print".

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет

1. Annual Review: <http://www.annualreviews.org/ebvc>
2. <http://www.magister.msk.ru/library/library.htm>
3. Scopus - мультидисциплинарная реферативная база данных: <http://www.scopus.com>
4. Единая коллекция образовательных ресурсов: <http://school-collection.edu.ru/catalog/>
5. Информационные ресурсы Российской Библиотечной Ассоциации (РБА): <http://www.rba.ru/>
6. Каталог электронных ресурсов научной библиотеки ДВФУ: <http://www.dvfu.ru/web/library/elib>
7. Коллекция журналов издательства Elsevier на портале ScienceDirect: <http://www.sciencedirect.com/>
8. Научная электронная библиотека (НЭБ): <http://www.elibrary.ru/>
9. Портал «Гуманитарное образование» <http://www.humanities.edu.ru/index.html>
10. Российская государственная библиотека (электронный каталог): <http://www.rsl.ru/>
11. Российский общеобразовательный портал: <http://www.school.edu.ru/>
12. Университетская информационная система Россия (УИС Россия): <http://uisrussia.msu.ru>
13. Электронная библиотечная система «Айбукс»: <http://ibooks.ru/>

14. Электронная библиотечная система «Университетская библиотека»:
www.biblioclub.ru

15. Электронная библиотечная система издательства «Лань»:
<http://e.lanbook.com/>

16. Электронная коллекция Оксфордского Российского Фонда:
<http://www.oxfordrussia.com>

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Для проведения работ, связанных с выполнением задания по практике, а также для организации самостоятельной работы студентам доступно следующее оборудование и специализированные кабинеты, соответствующие действующим санитарным и противопожарным нормам, а также требованиям техники безопасности при проведении учебных и научно-производственных работ:

Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
690922, г. Владивосток, остров Русский, полуостров Саперный, поселок Аякс, 10, корпус А - уровень 10, каб. А 1002, помещение для самостоятельной работы Читальный зал естественных и технических наук с открытым доступом Научной библиотеки	Моноблок Lenovo C360G-i34164G500UDK – 58 шт. Интегрированный сенсорный дисплей Polymedia FlipBox Копир-принтер-цветной сканер в e-mail с 4 лотками Xerox WorkCentre 5330 (WC5330C) Полноцветный копир-принтер-сканер Xerox WorkCentre 7530 (WC7530CPS)	ЭУ0198072_ЭА-667-17_08.02.2018_Арт-Лайн Технолоджи_ПО ADOBE, ЭУ0201024_ЭА-091-18_24.04.2018_Софтлайн Проекты_ПО ESET NOD32, ЭУ0205486_ЭА-261-18_02.08.2018_СофтЛайн Трейд_ПО Microsoft
690922, г. Владивосток, остров Русский, полуостров Саперный, поселок Аякс, 10, корпус А - уровень 10, каб. А1042, помещение для самостоятельной работы Читальный зал гуманитарных наук с открытым доступом Научной библиотеки	Моноблок Lenovo C360G-i34164G500UDK – 115 шт. Интегрированный сенсорный дисплей Polymedia FlipBox Копир-принтер-цветной сканер в e-mail с 4 лотками Xerox WorkCentre 5330 (WC5330C) Полноцветный копир-принтер-сканер Xerox WorkCentre 7530 (WC7530CPS) Оборудование для инвали-	ЭУ0198072_ЭА-667-17_08.02.2018_Арт-Лайн Технолоджи_ПО ADOBE, ЭУ0201024_ЭА-091-18_24.04.2018_Софтлайн Проекты_ПО ESET NOD32, ЭУ0205486_ЭА-261-18_02.08.2018_СофтЛайн Трейд_ПО Microsoft

	<p>дов и лиц с ограниченными возможностями здоровья: Дисплей Брайля Focus-40 Blue – 3 шт. Дисплей Брайля Focus-80 Blue Рабочая станция Lenovo ThinkCentre E73z – 3 шт. Видео увеличитель ONYX Swing-Arm PC edition Маркер-диктофон Touch Мемо цифровой Устройство портативное для чтения плоскочечатных текстов PEarl Сканирующая и читающая машина для незрячих и слабовидящих пользователей SARA Принтер Брайля Emprint SpotDot - 2 шт. Принтер Брайля Everest - DV4 Видео увеличитель ONYX Swing-Arm PC edition Видео увеличитель Toraz 24" XL стационарный электронный Обучающая система для детей тактильно-речевая, либо для людей с ограниченными возможностями здоровья Увеличитель ручной видео RUBY портативный – 2 шт. Экран Samsung S23C200B Маркер-диктофон Touch Мемо цифровой</p>	
<p>г. Владивосток, Фрунзенский р-н, ул. Алеутская, д. 65б, Этаж 2, зл.203 Аудитория для самостоятельной работы студентов (Универсальный читальный зал)</p>	<p>Многофункциональное устройство (МФУ) Моноблок Lenovo C360G-i34164G500UDK Персональные системы для читальных залов терминала – 12 шт. Рабочее место для медиа-зала HP dc7700 – 2 шт. Персональные системы для медиа-зала в комплекте - 7 шт.</p>	<p>Microsoft Office. Номер лицензии Standard Enrollment 62820593. Дата окончания 2020-06-30. Родительская программа Campus 3 49231495. Торговый посредник: JSC «Softline Trade». Номер заказа торгового посредника: Tr000270647-18. ESET NOD32 Secure Enterprise. Контракт с ООО «Софтлайн Проекты» № ЭА-091-18 от 24.04.2018. Дата окончания 01.03.2019. BLACKBOARD Learn. Суб-</p>

		лицензионное соглашение BLACKBOARD с ООО «Отраслевые порталы» №2906/1 от 29.06.2012, постоянное (бессрочное) исключительное право на использование программного обеспечения. Заказ на покупку 032901.
690922, Приморский край, г. Владивосток, остров Русский, полуостров Саперный, поселок Аякс, 10. Корпус 26, , помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования – ауд. F 530	Шкафы для хранения демонстрационных материалов, столы.	

Рабочие места для людей с ограниченными возможностями здоровья оснащены дисплеями и принтерами Брайля; оборудованы: портативными устройствами для чтения плоскочечатных текстов, сканирующими и читающими машинами, видеоувеличителем 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.

11. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

По результатам прохождения учебной практики бакалавры должны овладеть компетенциями, перечисленными в п.5 настоящей программы.

№ п/п	Формируемые компетенции	Разделы практики (этапы)	Виды учебной работы на практике, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)		Формы текущего контроля
1	ПК-1.1., ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-4.4, ПК-5.1, ПК-5.2, ПК-5.3, ПК-6.1, ПК-6.2, ПК-7.1, ПК-7.2, ПК-7.3, ПК-7.4, ПК-7.5, ПК-8.1, ПК-8.2, ПК-8.3	Подготовительный этап	Ознакомительные лекции	20	Контроль за присутствием студента
			Инструктаж по технике безопасности	10	Подпись в журнале по ТБ
2	ПК-1.1., ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-2.1,	Производственный этап (может	Мероприятия по сбору научного и материала	30	Контроль за присутствием студента

	ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-4.4, ПК-5.1, ПК-5.2, ПК-5.3, ПК-6.1, ПК-6.2, ПК-7.1, ПК-7.2, ПК-7.3, ПК-7.4, ПК-7.5, ПК-8.1, ПК-8.2, ПК-8.3	конкретизироваться научным руководителем)			Дневник практики
			Мероприятия по обработке и систематизации фактического, научного и иных материалов	40	Контроль за присутствием студента Дневник практики
			Работа с документами предприятия	10	Контроль за присутствием студента со стороны рук-ля от предприятия Дневник практики
			Текущая работа на предприятии	400	Контроль за присутствием студента со стороны рук-ля от предприятия Дневник практики
			Наблюдение, анализ, выводы	132	Контроль за присутствием студента Дневник практики
			Создание творческих материалов/подготовка законченного исследования	280	Контроль со стороны руководителя от предприятия Дневник практики
3	ПК-1.1., ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-4.4, ПК-5.1, ПК-5.2, ПК-5.3, ПК-6.1, ПК-6.2, ПК-7.1, ПК-7.2, ПК-7.3, ПК-7.4, ПК-7.5, ПК-8.1, ПК-8.2, ПК-8.3	Подготовка отчета по практике и презентация выполненных работ	Подготовка отчета	30	Представление научному руководителю
			Подготовка презентации выполненных результатов	10	Представление научному руководителю
			Защита отчет по практике	10	Зачет с оценкой Защита отчета

Краткая характеристика процедуры реализации текущего и итогового контроля по практике для оценки компетенций обучающихся представлена в таблице:

№	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика процедуры оценивания компетенций	Представление оценочного средства в фонде
1	Дневник практики	Проверка полноты и своевременности записей, соответствия записей заданию практики, наличие самостоятельного анализа в дневнике практики	Дневник практики
2	Типовое задание на практику	Проверка выполнения всех производственных заданий и подготовки творческого материала, проверка его полноты и качества	Перечень производственных заданий
3	Отчет по практике	Проверка качества и полноты отчета по практике, контроль сроков его предоставления,	Требования к подготовке и оформлению отчета по практике

		соответствия заданию по практике, соответствия нормам оформления	
4	Защита отчета по практике	Учет качества представления результатов практики, уровня сформированности компетенций	Требования к представлению результатов практики. Отзыв руководителя от организации

Оценивание составления дневника практики:

В течение всего периода практики студент ежедневно производит записи в дневнике, обстоятельно отражая проделанную работу в соответствии с заданием. Записи должны отражать не только проведенную работу, но и самостоятельный анализ ее содержания и особенностей, отношения практиканта к спорным вопросам практики, встретившимся затруднениям в решении тех или иных вопросов. Заполняя дневник, практикант должен исходить из того, что полнота и своевременность записей о прохождении практики существенно облегчит составление письменного отчета. Записи в дневнике ежедневно заверяются подписью непосредственного руководителя практики от организации.

Оценивание выполнения задания на практику:

№	Шкала оценивания	Критерии оценивания
1	Отлично	Задание выполнено в полном объеме, все материалы подготовлены, студент проявил высокий уровень самостоятельности и творческий подход к выполнению задания. Материал практики соответствует теме выпускной квалификационной работы бакалавра
2	Хорошо	Задание выполнено в полном объеме, все материалы подготовлены, имеются отдельные недостатки в оформлении подготовленного материала. Материал практики соответствует теме выпускной квалификационной работы бакалавра
3	Удовлетворительно	Задание в целом выполнено, однако имеются недостатки, не все материалы подготовлены или подготовлены с существенными ошибками, имеются замечания по оформлению собранного материала. Материал практики соответствует теме выпускной квалификационной работы бакалавра
4	Неудовлетворительно	Задание выполнено лишь частично, имеются многочисленные замечания. Материал практики не соответствует теме выпускной квалификационной работы бакалавра

Оценивание качества подготовки отчета:

Критерии оценки	Оценка
-----------------	--------

<ul style="list-style-type: none"> – соответствие содержания прохождения практики – отчет собран в полном объеме; – структурированность (четкость, логичность, наличие титульного листа, нумерации страниц, подробного оглавления отчета и др.); – задание выполнено полностью; – отличное оформление; – не нарушены сроки сдачи отчета; – материал практики соответствует теме выпускной квалификационной работы бакалавра. 	Зачтено «отлично»
<ul style="list-style-type: none"> – соответствие содержания отчета программе прохождения практики – отчет собран в полном объеме; – не везде прослеживается структурированность (четкость, логичность, наличие титульного листа, нумерации страниц, подробного оглавления отчета и др.); – задание выполнено полностью; – хорошее оформление; – не нарушены сроки сдачи отчета; – материал практики соответствует теме выпускной квалификационной работы бакалавра. 	Зачтено «хорошо»
<ul style="list-style-type: none"> – соответствие содержания отчета программе прохождения практики - отчет собран в полном объеме; – не везде прослеживается структурированность (четкость, нумерация страниц, подробное оглавление отчета); – в оформлении отчета и портфолио прослеживается небрежность; – задание выполнено не полностью; – нарушены сроки сдачи отчета; – материал практики соответствует теме выпускной квалификационной работы бакалавра. 	Зачтено «удовлетворительно»
<ul style="list-style-type: none"> – соответствие содержания отчета программе прохождения практики – отчет собран не в полном объеме; – нарушена структурированность (четкость, нумерация страниц, подробное оглавление отчета); – в оформлении отчета и портфолио прослеживается небрежность; – задание не выполнено; – нарушены сроки сдачи отчета; – материал практики не соответствует теме выпускной квалификационной работы бакалавра. 	Не зачтено «неудовлетворительно»

Оценивание защиты отчета:

№	Шкала оценивания	Критерии оценивания
1	Отлично	<ul style="list-style-type: none"> – студент демонстрирует системность и глубину знаний, полученных при прохождении практики; – стилистически грамотно, логически правильно излагает ответы на вопросы; – дает исчерпывающие ответы на дополнительные вопросы преподавателя по темам, предусмотренным программой практики.
2	Хорошо	<ul style="list-style-type: none"> – студент демонстрирует достаточную полноту знаний в

		<p>объеме программы практики, при наличии лишь несущественных неточностей в изложении содержания основных и дополнительных ответов;</p> <ul style="list-style-type: none"> – владеет необходимой для ответа терминологией; – недостаточно полно раскрывает сущность вопроса; – допускает незначительные ошибки, но исправляется при наводящих вопросах преподавателя.
3	Удовлетворительно	<ul style="list-style-type: none"> – студент демонстрирует недостаточно последовательные знания по вопросам программы практики; – использует специальную терминологию, но могут быть допущены 1-2 ошибки в определении основных понятий, которые студент затрудняется исправить самостоятельно; – способен самостоятельно, но не глубоко, анализировать материал, – раскрывает сущность решаемой проблемы только при наводящих вопросах преподавателя.
4	Неудовлетворительно	<ul style="list-style-type: none"> – студент демонстрирует фрагментарные знания в рамках программы практики; – не владеет минимально необходимой терминологией; – допускает грубые логические ошибки, отвечая на вопросы преподавателя, которые не может исправить самостоятельно.

Общие критерии оценивания результатов практики:

Оценки «отлично» выставляется, если:

- рабочий график (план) проведения практики выполнен полностью, поставленная цель достигнута и конкретные задачи решены;
- задания и указания руководителя практики от организации выполнены в установленные сроки;
- все необходимые документы представлены в срок и оформлены в соответствии с требованиями;
- представленная характеристика не содержит каких-либо замечаний в отношении обучающегося;
- отсутствуют нарушения правил внутреннего трудового распорядка организации по месту прохождения практики;
- обучающийся показывает глубокие знания источников данных, используемых в отчете;
- обучающийся уверенно отвечает на вопросы теоретического и практического характера по проблемам, изложенным в тексте отчета;
- проявляет самостоятельность мышления, показывает овладение практическими навыками;
- материал практики соответствует теме выпускной квалификационной работы бакалавра.

Оценка «хорошо» выставляется, если:

- рабочий график (план) проведения практики выполнен, поставленные цели достигнуты, решены конкретные задачи;
- выполнены в установленные сроки задания и указания руководителя практики от организации;
- представлены в срок правильно оформленные документы;

-представленная характеристика не содержит каких-либо замечаний в отношении обучающегося;

- отсутствуют нарушения правил внутреннего трудового распорядка организации по месту прохождения практики;

- обучающийся хорошо ориентируется в источниках данных, используемых в отчёте;

-обучающийся отвечает на вопросы теоретического и практического характера по проблемам, изложенным в тексте отчета;

-грамотно излагает материал;

– материал практики соответствует теме выпускной квалификационной работы бакалавра.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если:

- рабочий график (план) проведения практики в целом выполнен, но поставленная цель достигнута частично, и/или конкретные задачи решены не полностью;

-задания и указания руководителя практики от организации выполнялись с нарушением установленных сроков;

-отчётные документы в целом правильно оформлены, представлены в срок, но имеют некоторые несоответствия требованиям (устранённые в ходе предварительной проверки отчёта);

-имеются нарушения правил внутреннего трудового распорядка организации по месту прохождения практики

- обучающийся показывает слабые знания в ответах на вопросы теоретического и практического характера по проблемам, изложенным в тексте отчета;

- обучающийся плохо ориентируется в материале;

– материал практики соответствует теме выпускной квалификационной работы бакалавра.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется, если:

- рабочий график (план) проведения практики не выполнен,

- поставленные цели не достигнуты, не решены конкретные задачи;

- не выполнены в установленные сроки задания и указания руководителя практики от организации;

- не представлены в срок правильно оформленные документы;

- грубо нарушены правила внутреннего трудового распорядка организации по месту прохождения практики;

- обучающийся не ориентируется в источниках данных;

- обучающийся не отвечает на вопросы теоретического и практического характера по проблемам, изложенным в тексте отчета;

– материал практики не соответствует теме выпускной квалификационной работы бакалавра.



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

ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК
Департамент коммуникаций и медиа

О Т Ч Е Т
о прохождении производственной практики
Преддипломная практика

Выполнил студент группы

Б _____
(ФИО студента)

Отчет защищен:
с оценкой _____

подпись

И.О.Фамилия

« ____ » _____ 20 г.

Руководитель практики:

(подпись)

(И.О.Фамилия)

Регистрационный № _____
« ____ » _____ 20 г. веду-
щий специалист ДКМ

подпись

И.О.Фамилия

Практика пройдена в срок
с « ____ » _____ 20 г.
по « ____ » _____ 20 г.

г. Владивосток
202

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

«Дальневосточный федеральный университет»
 (ДВФУ)

ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК
 Департамент коммуникаций и медиа

**Направление на производственную преддипломную практику
 от Департамента коммуникаций и медиа ШИГН ДВФУ**

Студент _____
Фамилия Имя Отчество

Группы _____ согласно приказу № _____ от «__» _____ 200__ г.
 Направляется _____

для прохождения производственной практики по направлению подготовки
 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «Реклама и связи с
 общественностью»

на срок __ недель с «__» _____ 202__ г. по «__» _____ 202__ г.

Руководитель практики _____

Отметки о выполнении и сроках практики

Наименование базы практики	Отметка о прибытии и убытии	Печать, подпись

КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН-ГРАФИК прохождения производственной практики студента

Студент _____ направляется для прохождения производственной преддипломной практики в _____
наименование организации

с «__» _____ 202__ г. по «__» _____ 202__ г.

Содержание выполняемых работ по программе	Сроки выполнения		Заключение и оценка руководителя от организации	Подпись руководителя от организации
	Начало	Окончание		

Согласовано:

_____ должность руководителя подразделения, где проводится практика

_____ И.О. Фамилия

_____ дата

Студент-практикант

_____ И.О. Фамилия

_____ подпись

_____ дата

Руководитель от кафедры

_____ И.О. Фамилия

_____ подпись

_____ дата

Руководитель от организации

_____ И.О. Фамилия

_____ подпись

_____ дата

ОТЗЫВ
о результатах прохождения производственной практики

Студента

(ки)

Фамилия Имя Отчество

группы _____ Департамента коммуникаций и медиа ШИГН ДВФУ.

СОДЕРЖАНИЕ ОТЗЫВА

В отзыве рекомендуется четко и лаконично отразить следующие вопросы:

1. степень достижения цели практики и выполнение поставленных перед практикантом задач;
2. общая оценка умения практиканта выполнять поставленные задачи;
3. степень самостоятельности выполненной работы и способность практиканта к профессиональной деятельности;
4. соответствие деятельности практиканта общим требованиям, предъявляемым к специалистам по рекламе и связям с общественностью, степень сформированности профессиональных навыков и умений;
5. вывод о положительной оценке.

Руководитель практики от организации:

должность

подпись

Фамилия ИО

« ____ » _____ 20 ____ года

М.П.



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

ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК
Департамент коммуникаций и медиа

ДНЕВНИК
производственной практики

г. Владивосток
20__