

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет
им. Н.И. Лобачевского»**

Институт филологии и журналистики

УТВЕРЖДЕНО
решением
Ученого совета ННГУ
протокол №6 от 31.05.2023 года

ПРОГРАММА

ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности

Уровень высшего образования
бакалавриат

(бакалавриат / магистратура / специалитет)

Направление подготовки / специальность
42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

(указывается код и наименование направления подготовки / специальности)

Направленность образовательной программы
Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере,

Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления
(указывается профиль / магистерская программа / специализация)

Форма обучения

Очная, заочная

(очная / очно-заочная / заочная)

Нижний Новгород

2023 год

1. Цель практики

Целью производственной практики является получение профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности опыта работы по направлению подготовки, закрепление теоретических знаний, полученных в процессе обучения.

Задачами производственной практики являются:

- изучение принципов работы отделов по рекламе и связям с общественностью;
- участие в организации и проведении конкретного рекламного или PR – мероприятия;
- создание и редактирование рекламных и PR-текстов
- участие в подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ.
- подготовка и проведение маркетинговых и социологических исследований;
- создание и редактирование собственных рекламных текстов,
- разработка, подготовка к выпуску, производство и распространение рекламной продукции;
- проведение мероприятий по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок.

2. Место практики в структуре образовательной программы

Вид практики: производственная.

Тип практики: Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности

Способ проведения: **стационарная/выездная**

Форма проведения:

дискретная – путем выделения непрерывного периода учебного времени для проведения практики

Общая трудоемкость практики составляет:

6 зачетных единиц

216 часов

4 недели.

Производственная практика (Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности) относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 2 «Практики» ОПОП реализуемой по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата).

Прохождение практики для очной формы обучения предусматривает:

а) Контактную работу (лекции)- 2 ч.,

КСР (прием зачета) – 1 ч.

б) Иную форму работы студента во время практики – 213 ч. (работа во взаимодействии с руководителем от профильной организации, работа с источниками и литературой в онлайн- и офлайн-библиотеках, самостоятельная работа над отчетом, подготовка к собеседованию)

Для прохождения практики необходимы знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами в процессе обучения на предыдущих курсах.

Для успешного прохождения практики студентам необходима база теоретических и прикладных знаний, заложенная в процессе изучения курсов «Теория и практика рекламы»,

«Теория и практика массовой информации», «Социология массовых коммуникаций». Опыт и навыки, полученные в ходе производственной практики, впоследствии станут ключевыми в понимании практической работы средств массовой коммуникации при освоении программ курсов «Современная пресс-служба», «Основы менеджмента», «Основы маркетинга», «Реклама и связи с общественностью в социальной сфере».

Прохождение практики необходимо для получения знаний, умений и навыков, формируемых для последующей преддипломной практики и написания выпускной квалификационной работы, а также для применения в профессиональной деятельности.

3. Место и сроки проведения практики

Продолжительность практики составляет 4 недели для дневной формы обучения, для заочной формы обучения практика рассредоточенная. Сроки проведения в соответствии с учебными планами:

Форма обучения	Курс (семестр)
очная	3 курс 6 семестр
заочная	4 курс, 8 семестр

Практика проводится в Медиацентре ННГУ, пресс-службе ННГУ, отделах по связям с общественностью, пресс-службах государственных и муниципальных структур, коммерческих, общественных организаций (например, пресс-службы Нижегородской области и Нижнего Новгорода, муниципальных районов Нижнего Новгорода, ЗАО "Нижегородская ярмарка", ООО "Узорочье" и др.), рекламных агентствах Нижнего Новгорода, в средствах массовой информации, в том числе корпоративных медиа, а также в брендовых представительствах организаций в социальных медиа и др.

4. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики

Практика направлена на формирование компетенций и результатов обучения, представленных в Таблице 1.

Перечисленные ниже компетенции, формируемые в ходе проведения производственной практики, вырабатываются частично. Полученные обучающимися знания, умения и навыки являются частью планируемых. В результате обучения обучающиеся получают представление о работе отделов по связям с общественностью и рекламных структур; выполняют задания руководителя по организации и планированию мероприятий, созданию соответствующей документации, производству и распространению рекламной продукции, получают навыки работы самостоятельно и в команде, вырабатывают умения по созданию материалов для СМИ, оценке эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью.

Таблица 1

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции	
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Планируемые результаты обучения при прохождении практики
ПК-1. Способен организовывать процесс создания коммуникацион	ПК-1.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей	Знать обязанности линейного менеджера отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью;

ного продукта и (или) мероприятия	деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью;	<p>Уметь выполнять в рамках реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью; обязанности линейного менеджера отдела по рекламе и (или) связям с общественностью;</p> <p>Владеть практическими навыками участия в планировании и организации коммуникационных кампаний и мероприятий; анализа и самоанализа в системе реализации профессиональных функций в процессе деятельности отдела рекламы и отдела по связям с общественностью в различных структурах</p>
ПК-1. Способен организовывать процесс создания коммуникационного продукта и (или) мероприятия	ПК-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии;	<p>Знать основные теоретические и практические аспекты планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий</p> <p>Уметь использовать в практической деятельности знания о теоретических и практических аспектах планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий;</p> <p>Владеть практическими навыками участия в планировании и организации коммуникационных кампаний и мероприятий;</p>
ПК-1. Способен организовывать процесс создания коммуникационного продукта и (или) мероприятия	ПК-1.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	<p>Знать основные теоретические и практические аспекты менеджмента организации и коммуникационного менеджмента, в том числе специфику организационно-управленческой работы с малыми коллективами;</p> <p>- теоретические аспекты формирования внешней и внутренней коммуникации организации;</p> <p>Уметь применять на практике основные теоретические и практические аспекты менеджмента организации и коммуникационного менеджмента, в том числе связанные со спецификой организационно-управленческой работы с малыми коллективами;</p> <p>- использовать в практической деятельности знания о специфике формирования и функционирования внешней и внутренней коммуникации организации;</p> <p>Владеть практической деятельностью, связанной с организационно-управленческой работой с малыми коллективами;</p> <p>- непосредственного участия в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации</p>
ПК-4. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики	ПК-4.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом	<p>Знать основные принципы и приемы создания текстов рекламы и связей с общественностью; методы литературного редактирования и копирайтинга;</p> <p>Уметь использовать</p>

разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта;	<p>в практической деятельности основные принципы и приемы создания текстов рекламы и связей с общественностью; методы литературного редактирования и копирайтинга;</p> <p>Владеть навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга</p>
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;	<p>Знать специфику проведения коммуникационных кампаний и мероприятий в различных областях социально-экономической и общественной жизни;</p> <p>Уметь использовать в практической деятельности знания о специфике проведения коммуникационных кампаний и мероприятий в различных областях социально-экономической и общественной жизни;</p> <p>Владеть навыками практического участия в проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в различных областях социально-экономической и общественной жизни;</p>
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;	<p>Знать технологии создания сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании;</p> <p>Уметь создавать основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании;</p> <p>Владеть практическими навыками создания сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании;</p>
ПК-4. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-4.4. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде	<p>Знать технологии формирования положительного имиджа организации, паблисити, трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде</p> <p>Уметь использовать технологии формирования положительного имиджа организации, паблисити, трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде</p> <p>Владеть практическими навыками участия в деятельности по формированию положительного</p>

		имиджа организации, публицити, трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде.
ПК-7. Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК-7.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта;	Знать основные маркетинговые инструменты, используемые при планировании и производстве и (или) реализации коммуникационного продукта; Уметь использовать основные маркетинговые инструменты при планировании и производстве и (или) реализации коммуникационного продукта; Владеть навыками использования в практической деятельности основных маркетинговых инструментов при планировании и производстве и (или) реализации коммуникационного продукта;
ПК-7. Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК-7.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта;	Знать методы и технологии проведения маркетинговых исследований; Уметь использовать знания о методах и технологиях проведения маркетинговых исследований в практической деятельности; Владеть навыками проведения самостоятельных маркетинговых исследований;
ПК-7. Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК-7.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами.	Знать методы и технологии организации и проведения социологических исследований; Уметь использовать в практической деятельности методики и технологии организации и проведения социологических исследований; Владеть навыками самостоятельной организации
ПК-2. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.	ПК-2.1. Анализирует коммуникационные аспекты работы организации (проекта	Знать коммуникационные аспекты деятельности организации; Уметь выстраивать внешние и внутренние коммуникации в рамках деятельности организации;

		Владеть практическими навыками формирования внешних и внутренних коммуникаций в рамках деятельности организации;
ПК-2. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний,	ПК-2.2. Владеет техниками организации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.	<p>Знать технологии и техники организации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий;</p> <p>Уметь применять в практической деятельности организации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий;</p> <p>Владеть практическими навыками участия в организации и проведении коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p>
ПК-12. Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	ПК-12.1. Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы;	<p>Знать специфику продвижения социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы; мировой и отечественный опыт продвижения социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы;</p> <p>Уметь использовать знания о специфике и мировом и отечественном опыте продвижения социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы;</p> <p>Владеть практическими навыками продвижения социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы;</p>
ПК-12. Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности;	ПК-12.2. При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности.	<p>Знать принципы открытости и корпоративной социальной ответственности в деятельности в области рекламы и связей с общественностью;</p> <p>Уметь при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опираться на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности;</p> <p>Владеть практическими навыками использования принципов открытости и корпоративной социальной ответственности в деятельности в области рекламы и связей с общественностью;</p>
ПК-3. Способен учитывать в профессиональной деятельности специфику организационной структуры подразделения	ПК-3.1. Реализует основные принципы и правила работы в рекламном (маркетинговом) отделе, отделе по связям с	<p>Знать основные принципы и правила работы в рекламном (маркетинговом) отделе, отделе по связям с общественностью (пресс-службе);</p> <p>Уметь учитывать в профессиональной деятельности специфику организационной структуры подразделения по связям с общественностью (пресс-службы), рекламного (маркетингового) отдела;</p>

по связям с общественностью и рекламы.	общественностью (пресс-службе);	Владеть навыками выполнения профессиональных обязанностей в рамках организационной структуры подразделения по связям с общественностью (пресс-службы), рекламного (маркетингового) отдела;
ПК-3. Способен учитывать в профессиональной деятельности специфику организационной структуры подразделения по связям с общественностью и рекламы	ПК-3.2. Применяет компьютерные технологии при создании рекламного и коммуникационного продукта, осуществляет фото- и видеосъемку для производства рекламного и коммуникационного продукта;	Знать основные принципы и правила работы в рекламном (маркетинговом) отделе, отделе по связям с общественностью (пресс-службе); Уметь учитывать в профессиональной деятельности специфику организационной структуры подразделения по связям с общественностью (пресс-службы), рекламного (маркетингового) отдела; Владеть навыками выполнения профессиональных обязанностей в рамках организационной структуры подразделения по связям с общественностью (пресс-службы), рекламного (маркетингового) отдела;
ПК-3. Способен учитывать в профессиональной деятельности специфику организационной структуры подразделения по связям с общественностью и рекламы	ПК-3.3. Владеет техническими и программными средствами для создания рекламы, навыком разработки средств продвижения рекламного и коммуникационного продукта.	Знать основные компьютерные технологии, применяемые при создании рекламного и коммуникационного продукта, основы фото- и видеосъемки; Уметь применять в процессе создания рекламного и коммуникационного продукта компьютерные технологии, осуществлять фото- и видеосъемку; Владеть практическими навыками использования в процессе создания рекламного и коммуникационного продукта компьютерных технологий, основ фото и видеосъемки.
ПК-13. Способен соотносить деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с требованиями профессиональных этических стандартов.	ПК-13.1. При реализации профессиональной деятельности опирается на принципы и требования профессиональных этических стандартов;	Знать основные положения профессиональных этических стандартов в сфере рекламы и связей с общественностью; Уметь соотносить принципы и требования профессиональных этических стандартов в сфере рекламы и связей с общественностью с практической деятельностью в сфере рекламы и связей с общественностью; Владеть навыками рефлексии и саморефлексии практической деятельности в области рекламы связей с общественностью в процессе применения требований профессиональных стандартов.

ПК-13. Способен соотносить деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с требованиями профессиональных этических стандартов.	ПК-13.2. Демонстрирует понимание ответственности перед аудиторией в процессе продвижения коммуникационного продукта.	Знать положения деонтологических документов в области журналистики и массовых коммуникаций; Уметь применять принципы деонтологических документов в области журналистики и массовых коммуникаций, осознавать в процессе практической деятельности необходимость следования принципам социальной ответственности перед аудиторией; Владеть навыками рефлексии и саморефлексии осознания ответственности перед аудиторией в рамках анализа практической деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью;
ПК-17. Способен продвигать индивидуальный и (или) коллективный проект в области рекламы и связей с общественностью путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации.	ПК-17.1. Применяет на практике технологии продвижения продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации;	Знать технологии взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации; Уметь применять на практике технологии продвижения продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации; Владеть практическими навыками взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации в процессе продвижения коммуникационного продукта;
ПК-17. Способен продвигать индивидуальный и (или) коллективный проект в области рекламы и связей с общественностью путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных	ПК-17.2. Анализирует требования потребителей к продукту, владеет навыками взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации;	Знать методики анализа требования потребителей к коммуникационному продукту; Уметь применять в практической деятельности методики анализа требования потребителей к коммуникационному продукту; Владеть навыками самостоятельного анализа требований потребителя к коммуникационному продукту, взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации;

каналов коммуникации.		
ПК-17. Способен продвигать индивидуальный и (или) коллективный проект в области рекламы и связей с общественностью путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации.	ПК-17.3. Проводит презентацию, интервью, пресс-конференцию и т.д. при продвижении индивидуального и (или) коллективного проекта в области рекламы и связей с общественностью.	<p>Знать теоретические аспекты проведения презентаций, интервью, пресс-конференций и т.д. при продвижении индивидуального и (или) коллективного проекта в области рекламы и связей с общественностью;</p> <p>Уметь применять в практической деятельности технологии проведения презентаций, интервью, пресс-конференций и т.д. при продвижении индивидуального и (или) коллективного проекта в области рекламы и связей с общественностью;</p> <p>Владеть практическими навыками участия в проведении презентаций, интервью, пресс-конференций и т.д. при продвижении индивидуального и (или) коллективного проекта в области рекламы и связей с общественностью</p>
ПК-5. Владеет навыками создания рекламного и PR-текста с учетом жанрово-стилевой и тематической специфики, а также требований разных типов СМИ;	ПК-5.1. Создает рекламный и PR-текст, учитывая жанрово-стилевую и тематическую специфику коммуникационного продукта;	<p>Знать специфику создания рекламного и PR-текста, жанрово-стилевые и тематические аспекты создания коммуникационного продукта;</p> <p>Уметь применять в практической деятельности теоретические основы создания рекламного и PR-текста;</p> <p>Владеть практическими навыками создания рекламного и PR-текста;</p>
ПК-5. Владеет навыками создания рекламного и PR-текста с учетом жанрово-стилевой и тематической специфики, а также требований разных типов СМИ;	ПК-5.2. Адаптирует рекламный и PR-текст с учетом требований разных типов СМИ	<p>Знать технологии адаптации рекламного и PR-текста к требованиям требований разных типов СМИ;</p> <p>Уметь применять в практической деятельности технологии адаптации рекламного и PR-текста к требованиям требований разных типов СМИ;</p> <p>Владеть практическими навыками адаптации рекламного и PR-текста к требованиям требований разных типов СМИ</p>
ПК-6. Способен привлекать и удерживать внимание аудитории в	ПК-6.1. Применяет на практике методы сторителлинга,	Знать современные технологии сочетания текстовых и мультимедийных элементов публикации, в том числе в цифровой сфере, методы использования технологии сторителлинга;

процессе создания рекламного и коммуникационного продукта, используя методы сторителлинга, приемы структурирования материала и сочетания текстовых и мультимедийных элементов.	сочетает текстовые и мультимедийные элементы в профессиональной деятельности;	Уметь использовать в процессе создания коммуникационного продукта современные технологии сочетания текстовых и мультимедийных элементов публикации, в том числе в цифровой сфере; Владеть навыками применения в профессиональной деятельности современных технологий сочетания текстовых и мультимедийных элементов публикации, в том числе в цифровой сфере, технологий сторителлинга;
ПК-6. Способен привлекать и удерживать внимание аудитории в процессе создания рекламного и коммуникационного продукта, используя методы сторителлинга, приемы структурирования материала и сочетания текстовых и мультимедийных элементов.	ПК-6.2. Применяет на практике приемы привлечения и удержания внимания аудитории при создании рекламного и коммуникационного продукта.	Знать технологии и методы организации обратной связи с целевой аудиторией на различных медиаплощадках при создании рекламного и коммуникационного продукта; Уметь применять технологии и методы формирования целевой аудитории на различных медиаплощадках при создании рекламного и коммуникационного продукта; Владеть навыками непосредственного участия в рамках осуществления профессиональной деятельности в процессе формирования целевой аудитории на различных медиаплощадках в процессе создания рекламного и коммуникационного продукта;
ПК-8. Способен использовать стратегии и технологии медиапланирования в коммуникационной и рекламной деятельности;	ПК-8.1. Осуществляет поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке;	Знать технологии поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке; Уметь использовать технологии поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке; Владеть практическими навыками поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке;
ПК-8. Способен использовать стратегии и технологии медиапланирования в коммуникационной и рекламной деятельности;	ПК-8.2. Применяет на практике техники и технологии медиапланирования в коммуникационной и рекламной деятельности;	Знать техники и технологии медиапланирования в коммуникационной и рекламной деятельности; Уметь использовать в практической деятельности техники и технологии медиапланирования в коммуникационной и рекламной деятельности;

ной и рекламной деятельности;	й и рекламной деятельности.	Владеть навыками применения в практической деятельности техники и технологии медиапланирования в коммуникационной и рекламной деятельности;
ПК-9. Способен интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций, анализировать эффективность продвижения рекламного и коммуникационного продукта;	ПК-9.1. Разрабатывает концепции продвижения продукта, формирует коммуникационные цели и маркетинговые стратегии;	Знать теоретические аспекты интегрированных маркетинговых коммуникаций, концепции продвижения коммуникационного продукта; Уметь в рамках должностных полномочий разрабатывать самостоятельные концепции продвижения коммуникационного продукта, формирует коммуникационные цели и маркетинговые стратегии; Владеть практическими навыками продвижения коммуникационного продукта, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий;
ПК-9. Способен интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций, анализировать эффективность продвижения рекламного и коммуникационного продукта;	ПК-9.2. Осуществляет выбор маркетинговых технологий и инструментов для продвижения рекламного и коммуникационного продукта;	Знать маркетинговые технологии и инструменты для продвижения рекламного и коммуникационного продукта; Уметь в процессе осуществления практической деятельности выбирать маркетинговые технологии и инструменты для продвижения рекламного и коммуникационного продукта; Владеть практическими навыками использования маркетинговых технологий и инструментов для продвижения рекламного и коммуникационного продукта;
ПК-9. Способен интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций, анализировать эффективность продвижения рекламного и коммуникационного продукта;	ПК-9.3. Разрабатывает план мероприятий по продвижению рекламного и коммуникационного продукта и формирует проект бюджета на его реализацию.	Знать теоретические аспекты разработки мероприятий по продвижению рекламного и коммуникационного продукта, формирования проекта бюджета на его реализацию; Уметь использовать в практической деятельности методы разработки мероприятий по продвижению рекламного и коммуникационного продукта, формирования проекта бюджета на его реализацию; Владеть навыками практического участия в процессе разработки мероприятий по продвижению рекламного и коммуникационного продукта, формирования проекта бюджета на его реализацию;
ПК-9. Способен интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций, анализировать эффективность продвижения рекламного и коммуникационного продукта;	ПК-9.4. Владеет навыками изучения предпочтений и установок аудитории и	Знать методы изучения предпочтений и установок аудитории; Уметь использовать в профессиональной деятельности методы изучения предпочтений и установок аудитории; Владеть практическими навыками изучения предпочтений и установок аудитории в процессе создания и продвижения коммуникационного продукта.

коммуникаций, анализировать эффективность продвижения рекламного и коммуникационного продукта;	использует эту информацию в профессиональной деятельности	
ПК-16. Способен участвовать в планировании, разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-16.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью;	<p>Знать особенности и основные методы планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью;</p> <p>Уметь использовать особенности и основные методы планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью;</p> <p>Владеть практическими навыками реализации основных методов планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью;</p>
ПК-16. Способен участвовать в планировании, разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-16.2. Готовит в рамках исполнения должностных обязанностей документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	<p>Знать основные методы подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) в сфере рекламы и связей с общественностью;</p> <p>Уметь применять на практике знания по подготовке проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) в сфере рекламы и связей с общественностью;</p> <p>Владеть навыками непосредственной практической деятельности по подготовке и составлению проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) в сфере рекламы и связей с общественностью;</p>
ПК-16. Способен участвовать в планировании, разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-16.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании	<p>Знать особенности и приемы работы над проектом с области рекламы и связей с общественностью; иметь представление о методах его реализации;</p> <p>- основные приемы и технологии написания аналитических справок, обзоров и прогнозов;</p> <p>Уметь использовать в практической деятельности приемы работы над проектом с области рекламы и связей с общественностью, а также методы его реализации;</p>

общественность ю	коммуникационно го продукта.	- использовать в практической деятельности приемы создания аналитических справок, обзоров и прогнозов; Владеть навыками практического участия в работе над созданием проектов, а также в процессе их реализации и продвижения;
---------------------	---------------------------------	---

5. Содержание практики

Процесс прохождения практики состоит из этапов:

- подготовительный;
- основной;
- заключительный.

Технологическая карта

Таблица 2

п/п	Этап	Содержание этапа	Трудоемкость (часов/неделя)
1	Организационный	- проведение организационного собрания - проведение инструктажа руководителем практики	2 часа
2	Основной	<ul style="list-style-type: none"> • изучение принципов работы отделов по рекламе и связям с общественностью; • участие в организации и проведении конкретного рекламного или PR – мероприятия; • создание и редактирование рекламных и PR-текстов • участие в реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ. • подготовка аналитических материалов (обзоров, аналитических пресс-релизов); • создание и редактирование собственных рекламных текстов, • разработка, подготовка к выпуску, производство и распространение рекламной продукции; • проведение мероприятий по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок • подготовка к собеседованию по практике • формирование отчета 	213 ч.
3	Заключительный	- сдача зачета по практике	1 ч.
	ИТОГО:		216 ч.

6. Форма отчетности

По итогам прохождения производственной практики обучающийся представляет руководителю практики отчетную документацию:

- индивидуальный отчет (в формате эссе)
- индивидуальное задание
- рабочий график(план)/совместный рабочий график (план)
- предписание
- портфолио
- заверенный список работ
- титальный лист

Формой промежуточной аттестации по практике является зачет с оценкой.

По результатам проверки отчетной документации и собеседования выставляется оценка.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение

7.1 Основная учебная литература

1. Жильцова, О. Н. Связи с общественностью : учебное пособие для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — М. : Издательство Юрайт, 2017. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/6450F6BE-CE23-4946-8078-93121F0C851D>

2. Савинова О.Н. Основы связей с общественностью. Учебно-методическое пособие // ФОЭР ННГУ, № 896.15.09 [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.unn.ru/books/resources.html>

7.2. Дополнительная учебная, научная и методическая литература

1. Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов.. — М. : Издательство Юрайт, 2022.[Электронный ресурс] Режим доступа: <http://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=785730&idb=0> <https://urait.ru/bcode/492279>

2. Потапов Ю.А. Современная пресс-служба : Учебник для вузов / Потапов Ю. А., Тепляков О. В. - 2-е изд. - Москва : Юрайт, 2020. - 294 с. <http://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=583255&idb=0> <https://urait.ru/bcode/447084>

3. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и рг-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — М. : Издательство Юрайт, 2018. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=578982&idb=0> <https://urait.ru/bcode/415803>

4. Синяева И.М. Реклама и связи с общественностью : Учебник для вузов / Синяева И. М., Жильцова О. Н., Жильцов Д. А. - Москва : Юрайт, 2021. - 552 с.[Электронный ресурс] Режим доступа: <http://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=762755&idb=0>

7.3 Ресурсы сети Интернет

<http://www.mediascope.ru> «Медиаскоп» - электронный научный журнал факультета журналистики МГУ им. Ломоносова

<http://sovetnik.ru/> - «Советник» – профессиональный PR-портал

<http://www.raso.ru/> - сайт Российской ассоциации специалистов по связям с общественностью

<http://www.journ.msu.ru/> - сайт факультета журналистики МГУ

<http://elibrary.ru> - E-library -российская научная электронная библиотека

<http://www.vestnik.unn.ru> - Вестник ННГУ им. Н.И. Лобачевского

<http://www.lib.unn.ru> -Фундаментальная библиотека ННГУ им. Н.И. Лобачевского

<http://www.unn.ru/books/resources.html> Фонд электронных образовательных ресурсов ННГУ

<http://journalist-virt.ru> Сетевая версия журнала «Журналист»

<http://znaniyum.com/> Электронно-библиотечная система «Знаниум»

<http://e.lanbook.com> Электронно-библиотечная система «Лань»

<http://www.studentlibrary.ru/> Электронно-библиотечная система «Консультант студента»

<https://biblio-online.ru/> Электронно-библиотечная система «Юрайт»

8. Информационные технологии, используемые при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

MS Windows 7, Microsoft Office 2010, Лицензия на ГОУ ВПО ННГУ им. Лобачевского, идентификатор 47276400, идентификатор 47729513, лицензионный договор № 6-16-016 от 01.04.2016 ООО “Альт-Инвест”;

Windows 7 Pro., OpenOffice 4.1.0 ., Office 2003 Накладная №2660-1 от 28.08.14г.

Для самостоятельной работы:

Windows 7 Pro., Office 2010; Номер лицензии: 48902277, номер клиента: 68875201ZZE1308, дата: 10.08.2011

Доступ в интернет, в том числе к электронной образовательной среде ННГУ

Интернет-браузер Mozilla Firefox (<https://www.mozilla.org/ru/firefox/>) - бесплатное свободно распространяемое приложение с открытым исходным кодом, распространяется под лицензией GNU GPL (универсальная общедоступная лицензия GNU, <http://www.gnu.org/licenses/gpl.html>)

Доступ к электронным библиотечным системам ЭБС Консультант студента, ЭБС Лань, ЭБС Znanium.com, ЭБС Юрайт (Договор № 342-3К-17/5-100 (5.3.3) от 19.12.2017 Договор № 349-3К-17/5-100(2016) (5.3.3) от 22.12.2017, Договор № 344-3К-17/5-100(2016)(5.3.3) от 22.12.2017 Договор № 332-3К-17/5-100 (5.3.3) от 18.12.2017, Договор № 115-17-ЕП от 25.12.2017)

9. Материально-техническая база, необходимая для проведения практики.

Материально-техническое обеспечение организационного и заключительного этапов практики: аудитория для проведения занятий лекционного типа; аудитория для промежуточной аттестации; помещение для самостоятельной работы (компьютер с доступом к сети Интернет: доступ к электронным библиотечным системам, доступ в электронную образовательную среду организации для работы над отчетом).

Материально-техническое обеспечение основного этапа практики формируется редакциями СМИ, в том числе корпоративных, пресс-службами, отделами по связям с общественностью профильных организаций и прочими институтами медиаиндустрии.

10. Оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по практике

10.1. Паспорт фонда оценочных средств по производственной практике (Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности)

№ п/п	Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства
		Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Планируемые результаты обучения при прохождении практики	
I	ПК-1. Способен организовывать процесс создания	ПК-1.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей	Знать обязанности линейного менеджера отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью;	Эссе, портфолио, собеседование

	коммуникационного продукта и (или) мероприятия	деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью;	Уметь выполнять в рамках реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью; обязанности линейного менеджера отдела по рекламе и (или) связям с общественностью;	Эссе, портфолио, собеседование
			Владеть практическими навыками участия в планировании и организации коммуникационных кампаний и мероприятий; анализа и самоанализа в системе реализации профессиональных функций в процессе деятельности отдела рекламы и отдела по связям с общественностью в различных структурах	Эссе, портфолио, собеседование
			Мотивация (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи	Эссе, портфолио, собеседование
2	ПК-1. Способен организовывать процесс создания коммуникационного продукта и (или) мероприятия	ПК-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии;	Знать основные теоретические и практические аспекты планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий	Эссе, портфолио, собеседование
			Уметь использовать в практической деятельности знания о теоретических и практических аспектах планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий;	Эссе, портфолио, собеседование
			Владеть практическими навыками участия в планировании и организации коммуникационных кампаний и мероприятий;	Эссе, портфолио, собеседование
			Мотивация (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи	Эссе, портфолио, собеседование
3	ПК-1. Способен организовывать процесс создания коммуникационного продукта	ПК-1.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию	Знать основные теоретические и практические аспекты менеджмента организации и коммуникационного менеджмента, в том числе специфику организационно-управленческой работы с малыми коллективами; - теоретические аспекты формирования внешней и внутренней коммуникации организации	Эссе, портфолио, собеседование

	и (или) мероприятия	корпоративной идентичности и корпоративной культуры	Уметь применять на практике основные теоретические и практические аспекты менеджмента организации и коммуникационного менеджмента, в том числе связанные со спецификой организационно-управленческой работы с малыми коллективами; - использовать в практической деятельности знания о специфике формирования и функционирования внешней и внутренней коммуникации организации;	Эссе, портфолио, собеседование
			Владеть практической деятельностью, связанной с организационно-управленческой работой с малыми коллективами; - непосредственного участия в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	Эссе, портфолио, собеседование
			Мотивация (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи	Эссе, портфолио, собеседование
4	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;	Знать основные принципы и приемы создания текстов рекламы и связей с общественностью; методы литературного редактирования и копирайтинга;	Эссе, портфолио, собеседование
			Уметь использовать в практической деятельности основные принципы и приемы создания текстов рекламы и связей с общественностью; методы литературного редактирования и копирайтинга;	Эссе, портфолио, собеседование
			Владеть навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга	Эссе, портфолио, собеседование
			Мотивация (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи	Эссе, портфолио, собеседование

5	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;	Знать специфику проведения коммуникационных кампаний и мероприятий в различных областях социально-экономической и общественной жизни;	Эссе, портфолио, собеседование
			Уметь использовать в практической деятельности знания о специфике проведения коммуникационных кампаний и мероприятий в различных областях социально-экономической и общественной жизни	Эссе, портфолио, собеседование
			Владеть навыками практического участия в проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в различных областях социально-экономической и общественной жизни;	Эссе, портфолио, собеседование
			Мотивация (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи	Эссе, портфолио, собеседование
6	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;	Знать технологии создания сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании;	Эссе, портфолио, собеседование
			Уметь создавать основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании;	Эссе, портфолио, собеседование
			Владеть практическими навыками создания сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании;	Эссе, портфолио, собеседование
			Мотивация (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи	Эссе, портфолио, собеседование

7	ПК-4. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-4.4. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде	Знать технологии формирования положительного имиджа организации, паблисити, трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде	Эссе, портфолио, собеседование
			Уметь использовать технологии формирования положительного имиджа организации, паблисити, трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде	Эссе, портфолио, собеседование
			Владеть практическими навыками участия в деятельности по формированию положительного имиджа организации, паблисити, трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде.	Эссе, портфолио, собеседование
			Мотивация (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи	Эссе, портфолио, собеседование
8	ПК-7. Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК-7.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта; коммуникационного продукта;	Знать основные маркетинговые инструменты, используемые при планировании и производстве и (или) реализации коммуникационного продукта;	Эссе, портфолио, собеседование
			Уметь использовать основные маркетинговые инструменты при планировании и производстве и (или) реализации коммуникационного продукта;	Эссе, портфолио, собеседование
			Владеть навыками использования в практической деятельности основных маркетинговых инструментов при планировании и производстве и (или) реализации коммуникационного продукта;	Эссе, портфолио, собеседование
			Мотивация (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи	Эссе, портфолио,

				собеседование
9	ПК-7. Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК-7.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта;	Знать методы и технологии проведения маркетинговых исследований;	Эссе, портфолио, собеседование
			Уметь использовать знания о методах и технологиях проведения маркетинговых исследований в практической деятельности;	Эссе, портфолио, собеседование
			Владеть навыками проведения самостоятельных маркетинговых исследований;	Эссе, портфолио, собеседование
			Мотивация (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи	Эссе, портфолио, собеседование
10	ПК-7 Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК-7.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами.	Знать методы и технологии организации и проведения социологических исследований;	Эссе, портфолио, собеседование
			Уметь использовать в практической деятельности методики и технологии организации и проведения социологических исследований;	Эссе, портфолио, собеседование
			Владеть навыками самостоятельной организации и проведения социологических исследований	Эссе, портфолио, собеседование
			Мотивация (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи	Эссе, портфолио, собеседование
11	ПК-2. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.	ПК-2.1. Анализирует коммуникационные аспекты работы организации (проекта).	Знать коммуникационные аспекты деятельности организации;	Эссе, портфолио, собеседование
			Уметь выстраивать внешние и внутренние коммуникации в рамках деятельности организации;	Эссе, портфолио, собеседование

			Владеть практическими навыками формирования внешних и внутренних коммуникаций в рамках деятельности организации;	Эссе, портфолио, собеседование
			Мотивация (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи	Эссе, портфолио, собеседование
12	ПК-2. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.	ПК-2.2. Владеет техниками организации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.	Знать технологии и техники организации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий;	Эссе, портфолио, собеседование
			Уметь использовать знания о специфике и мировом и отечественном опыте продвижения социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы;	Эссе, портфолио, собеседование
			Владеть практическими навыками продвижения социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы;	Эссе, портфолио, собеседование
			Мотивация (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи	Эссе, портфолио, собеседование
13	ПК-12. Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности;	ПК-12.1. Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы;	Знать специфику продвижения социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы; мировой и отечественный опыт продвижения социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы;	Эссе, портфолио, собеседование
			Уметь использовать знания о специфике и мировом и отечественном опыте продвижения социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы;	Эссе, портфолио, собеседование
			Владеть практическими навыками продвижения социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы;	Эссе, портфолио, собеседование

			Мотивация (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи	Эссе, портфолио, собеседование
14	ПК-12. Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности;	ПК-12.2. При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности.	Знать принципы открытости и корпоративной социальной ответственности в деятельности в области рекламы и связей с общественностью;	Эссе, портфолио, собеседование
			Уметь при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опираться на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности;	Эссе, портфолио, собеседование
			Владеть практическими навыками использования принципов открытости и корпоративной социальной ответственности в деятельности в области рекламы и связей с общественностью;	Эссе, портфолио, собеседование
			Мотивация (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи	Эссе, портфолио, собеседование
15	ПК-3. Способен учитывать в профессиональной деятельности специфику организационной структуры подразделения по связям с общественностью и рекламы.	ПК-3.1. Реализует основные принципы и правила работы в рекламном (маркетинговом) отделе, отделе по связям с общественностью (пресс-службе);	Знать основные принципы и правила работы в рекламном (маркетинговом) отделе, отделе по связям с общественностью (пресс-службе);	Эссе, портфолио, собеседование
			Уметь учитывать в профессиональной деятельности специфику организационной структуры подразделения по связям с общественностью (пресс-службы), рекламного (маркетингового) отдела;	Эссе, портфолио, собеседование

			Владеть навыками выполнения профессиональных обязанностей в рамках организационной структуры подразделения по связям с общественностью (пресс-службы), рекламного (маркетингового) отдела;	Эссе, портфолио, собеседование
			Мотивация (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи	Эссе, портфолио, собеседование
16	ПК-3. Способен учитывать в профессиональной деятельности специфику организационной структуры подразделения по связям с общественностью и рекламы.	ПК-3.2. Применяет компьютерные технологии при создании рекламного и коммуникационного продукта, осуществляет фото- и видеосъемку для производства рекламного и коммуникационного продукта;	Знать основные принципы и правила работы в рекламном (маркетинговом) отделе, отделе по связям с общественностью (пресс-службе);	Эссе, портфолио, собеседование
			Уметь учитывать в профессиональной деятельности специфику организационной структуры подразделения по связям с общественностью (пресс-службы), рекламного (маркетингового) отдела;	Эссе, портфолио, собеседование
			Владеть навыками выполнения профессиональных обязанностей в рамках организационной структуры подразделения по связям с общественностью (пресс-службы), рекламного (маркетингового) отдела;	Эссе, портфолио, собеседование
			Мотивация (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи	Эссе, портфолио, собеседование
17	ПК-3. Способен учитывать в профессиональной деятельности специфику организационной	ПК-3.3. Владеет техническими и программными средствами для создания рекламы, навыком разработки	Знать основные компьютерные технологии, применяемые при создании рекламного и коммуникационного продукта, основы фото- и видеосъемки;	Эссе, портфолио, собеседование

	ой структуры подразделения по связям с общественностью и рекламы.	средств продвижения рекламного и коммуникационного продукта.	Уметь применять в процессе создания рекламного и коммуникационного продукта компьютерные технологии, осуществлять фото- и видеосъемку;	Эссе, портфолио, собеседование
			Владеть практическими навыками использования в процессе создания рекламного и коммуникационного продукта компьютерных технологий, основ фото и видеосъемки.	Эссе, портфолио, собеседование
			Мотивация (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи	Эссе, портфолио, собеседование
18	ПК-13. Способен соотносить деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с требованиями профессиональных этических стандартов.	ПК-13.1. При реализации профессиональной деятельности опирается на принципы и требования профессиональных этических стандартов;	Знать основные положения профессиональных этических стандартов в сфере рекламы и связей с общественностью;	Эссе, портфолио, собеседование
			Уметь соотносить принципы и требования профессиональных этических стандартов в сфере рекламы и связей с общественностью с практической деятельностью в сфере рекламы и связей с общественностью;	Эссе, портфолио, собеседование
			Владеть навыками рефлексии и саморефлексии практической деятельности в области рекламы связей с общественностью в процессе применения требований профессиональных стандартов.	Эссе, портфолио, собеседование
			Мотивация (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи	Эссе, портфолио, собеседование
19	ПК-13. Способен соотносить деятельность в	ПК-13.2. Демонстрирует понимание ответственности	Знать положения деонтологических документов в области журналистики и массовых коммуникаций;	Эссе, портфолио, собеседование

	сфере рекламы и связей с общественностью с требованиями профессиональных этических стандартов.	перед аудиторией в процессе продвижения коммуникационного продукта.	Уметь применять принципы деонтологических документов в области журналистики и массовых коммуникаций, осознавать в процессе практической деятельности необходимость следования принципам социальной ответственности перед аудиторией;	Эссе, портфолио, собеседование
			Владеть навыками рефлексии и саморефлексии осознания ответственности перед аудиторией в рамках анализа практической деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью;	Эссе, портфолио, собеседование
			Мотивация (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи	Эссе, портфолио, собеседование
20	ПК-17. Способен продвигать индивидуальный и (или) коллективный проект в области рекламы и связей с общественностью путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации.	ПК-17.1. Применяет на практике технологии продвижения продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации;	Знать технологии взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации;	Эссе, портфолио, собеседование
			Уметь применять на практике технологии продвижения продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации;	Эссе, портфолио, собеседование
			Владеть практическими навыками взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации в процессе продвижения коммуникационного продукта;	Эссе, портфолио, собеседование
			Мотивация (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи	Эссе, портфолио, собеседование
21	ПК-17. Способен продвигать индивидуальный и (или)	ПК-17.2. Анализирует требования потребителей к продукту,	Знать методики анализа требования потребителей к коммуникационному продукту;	Эссе, портфолио, собеседование

	коллективный проект в области рекламы и связей с общественностью путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации.	владеет навыками взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации;	Уметь применять в практической деятельности методики анализа требования потребителей к коммуникационному продукту;	Эссе, портфолио, собеседование
			Владеть навыками самостоятельного анализа требований потребителя к коммуникационному продукту, взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации;	Эссе, портфолио, собеседование
			Мотивация (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи	Эссе, портфолио, собеседование
22	ПК-17. Способен продвигать индивидуальный и (или) коллективный проект в области рекламы и связей с общественностью путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации.	ПК-17.3. Проводит презентацию, интервью, пресс-конференцию и т.д. при продвижении индивидуального и (или) коллективного проекта в области рекламы и связей с общественностью	Знать теоретические аспекты проведения презентаций, интервью, пресс-конференций и т.д. при продвижении индивидуального и (или) коллективного проекта в области рекламы и связей с общественностью;	Эссе, портфолио, собеседование
			Уметь применять в практической деятельности технологии проведения презентаций, интервью, пресс-конференций и т.д. при продвижении индивидуального и (или) коллективного проекта в области рекламы и связей с общественностью;	Эссе, портфолио, собеседование
			Владеть практическими навыками участия в проведении презентаций, интервью, пресс-конференций и т.д. при продвижении индивидуального и (или) коллективного проекта в области рекламы и связей с общественностью	Эссе, портфолио, собеседование
			Мотивация (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи	Эссе, портфолио, собеседование
23	ПК-5. Владеет навыками создания рекламного и PR-текста с учетом жанрово-стилевой и тематической	ПК-5.1. Создает рекламный и PR-текст, учитывая жанрово-стилевую и тематическую специфику коммуникационного продукта;	Знать специфику создания рекламного и PR-текста, жанрово-стилевые и тематические аспекты создания коммуникационного продукта;	Эссе, портфолио, собеседование
			Уметь применять в практической деятельности теоретические основы создания рекламного и PR-текста;	Эссе, портфолио, собеседование

	специфики, а также требований разных типов СМИ;		Владеть практическими навыками создания рекламного и PR-текста;	Эссе, портфолио, собеседование
			Мотивация (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи	Эссе, портфолио, собеседование
24	ПК-5. Владеет навыками создания рекламного и PR-текста с учетом жанрово-стилевой и тематической специфики, а также требований разных типов СМИ;	ПК-5.2. Адаптирует рекламный и PR-текст с учетом требований разных типов СМИ	Знать технологии адаптации рекламного и PR-текста к требованиям требований разных типов СМИ	Эссе, портфолио, собеседование
			Уметь применять в практической деятельности технологии адаптации рекламного и PR-текста к требованиям требований разных типов СМИ;	Эссе, портфолио, собеседование
			Владеть практическими навыками адаптации рекламного и PR-текста к требованиям требований разных типов СМИ	Эссе, портфолио, собеседование
			Мотивация (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи	Эссе, портфолио, собеседование
25	ПК-6. Способен привлекать и удерживать внимание аудитории в процессе создания рекламного и коммуникационного продукта, используя методы сторителлинга, приемы структурирования материала и сочетания текстовых и мультимедийных элементов.	ПК-6.1. Применяет на практике методы сторителлинга, сочетает текстовые и мультимедийные элементы в профессиональной деятельности;	Знать современные технологии сочетания текстовых и мультимедийных элементов публикации, в том числе в цифровой сфере, методы использования технологии сторителлинга;	Эссе, портфолио, собеседование
			Уметь использовать в процессе создания коммуникационного продукта современные технологии сочетания текстовых и мультимедийных элементов публикации, в том числе в цифровой сфере;	Эссе, портфолио, собеседование
			Владеть навыками применения в профессиональной деятельности современных технологий сочетания текстовых и мультимедийных элементов публикации, в том числе в цифровой сфере, технологий сторителлинга;	Эссе, портфолио, собеседование
			Мотивация (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи	Эссе, портфолио, собеседование

26	ПК-6. Способен привлекать и удерживать внимание аудитории в процессе создания рекламного и коммуникационного продукта, используя методы сторителлинга, приемы структурирования материала и сочетания текстовых и мультимедийных элементов.	ПК-6.2. Применяет на практике приемы привлечения и удержания внимания аудитории при создании рекламного и коммуникационного продукта.	Знать технологии и методы организации обратной связи с целевой аудиторией на различных медиаплощадках при создании рекламного и коммуникационного продукта;	Эссе, портфолио, собеседование
			Уметь применять технологии и методы формирования целевой аудитории на различных медиаплощадках при создании рекламного и коммуникационного продукта;	Эссе, портфолио, собеседование
			Владеть навыками непосредственного участия в рамках осуществления профессиональной деятельности в процессе формирования целевой аудитории на различных медиаплощадках в процессе создания рекламного и коммуникационного продукта;	Эссе, портфолио, собеседование
			Мотивация (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи	Эссе, портфолио, собеседование
27	ПК-8. Способен использовать стратегии и технологии медиапланирования в коммуникационной и рекламной деятельности;	ПК-8.1. Осуществляет поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке;	Знать технологии поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке;	Эссе, портфолио, собеседование
			Уметь использовать технологии поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке;	Эссе, портфолио, собеседование
			Владеть практическими навыками поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке;	Эссе, портфолио, собеседование
			Мотивация (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи	Эссе, портфолио, собеседование
28	ПК-8. Способен использовать стратегии и технологии медиапланирования в коммуникационной и	ПК-8.2. Применяет на практике техники и технологии медиапланирования в коммуникационн	Знать техники и технологии медиапланирования в коммуникационной и рекламной деятельности;	Эссе, портфолио, собеседование
			Уметь использовать в практической деятельности техники и технологии медиапланирования в коммуникационной и рекламной деятельности;	Эссе, портфолио, собеседование

	рекламной деятельности;	ой и рекламной деятельности.	Владеть навыками применения в практической деятельности техники и технологии медиапланирования в коммуникационной и рекламной деятельности	Эссе, портфолио, собеседование
			Мотивация (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи	Эссе, портфолио, собеседование
29	ПК-9. Способен интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций, анализировать эффективность продвижения рекламного и коммуникационного продукта;	ПК-9.1. Разрабатывает концепции продвижения продукта, формирует коммуникационные цели и маркетинговые стратегии;	Знать теоретические аспекты интегрированных маркетинговых коммуникаций, концепции продвижения коммуникационного продукта;	Эссе, портфолио, собеседование
			Уметь в рамках должностных полномочий разрабатывать самостоятельные концепции продвижения коммуникационного продукта, формирует коммуникационные цели и маркетинговые стратегии;	Эссе, портфолио, собеседование
			Владеть практическими навыками продвижения коммуникационного продукта, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий;	Эссе, портфолио, собеседование
			Мотивация (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи	Эссе, портфолио, собеседование
30	ПК-9. Способен интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций, анализировать эффективность продвижения рекламного и коммуникационного продукта;	ПК-9.2. Осуществляет выбор маркетинговых технологий и инструментов для продвижения рекламного и коммуникационного продукта;	Знать маркетинговые технологии и инструменты для продвижения рекламного и коммуникационного продукта;	Эссе, портфолио, собеседование
			Уметь в процессе осуществления практической деятельности выбирать маркетинговые технологии и инструменты для продвижения рекламного и коммуникационного продукта;	Эссе, портфолио, собеседование
			Владеть практическими навыками использования маркетинговых технологий и инструментов для продвижения рекламного и коммуникационного продукта;	Эссе, портфолио, собеседование
			Мотивация (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи	Эссе, портфолио, собеседование

31	ПК-9. Способен интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций, анализировать эффективность продвижения рекламного и коммуникационного продукта;	ПК-9.3. Разрабатывает план мероприятий по продвижению рекламного и коммуникационного продукта и формирует проект бюджета на его реализацию.	Знать теоретические аспекты разработки мероприятий по продвижению рекламного и коммуникационного продукта, формирования проекта бюджета на его реализацию;	Эссе, портфолио, собеседование
			Уметь использовать в практической деятельности методы разработки мероприятий по продвижению рекламного и коммуникационного продукта,	Эссе, портфолио, собеседование
			Владеть навыками практического участия в процессе разработки мероприятий по продвижению рекламного и коммуникационного продукта, формирования проекта бюджета на его реализацию;	Эссе, портфолио, собеседование
			Мотивация (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи	Эссе, портфолио, собеседование
32	ПК-9. Способен интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций, анализировать эффективность продвижения рекламного и коммуникационного продукта;	ПК-9.4. Владеет навыками изучения предпочтений и установок аудитории и использует эту информацию в профессиональной деятельности	Знать методы изучения предпочтений и установок аудитории;	Эссе, портфолио, собеседование
			Уметь использовать в профессиональной деятельности методы изучения предпочтений и установок аудитории;	Эссе, портфолио, собеседование
			Владеть практическими навыками изучения предпочтений и установок аудитории в процессе создания и продвижения коммуникационного продукта.	Эссе, портфолио, собеседование
			Мотивация (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи	Эссе, портфолио, собеседование
33	ПК-16. Способен участвовать в планировании, разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в	ПК-16.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью;	Знать особенности и основные методы планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью;	Эссе, портфолио, собеседование
			Уметь использовать особенности и основные методы планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и проектов	Эссе, портфолио, собеседование

	сфере рекламы и связей с общественностью		в сфере рекламы и связей с общественностью;	
			Владеть практическими навыками реализации основных методов планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью;	Эссе, портфолио, собеседование
			Мотивация (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи	Эссе, портфолио, собеседование
34	ПК-16. Способен участвовать в планировании, разработке и реализации индивидуально го и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-16.2. Готовит в рамках исполнения должностных обязанностей документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	Знать основные методы подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) в сфере рекламы и связей с общественностью;	Эссе, портфолио, собеседование
			Уметь применять на практике знания по подготовке проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) в сфере рекламы и связей с общественностью;	Эссе, портфолио, собеседование
			Владеть навыками непосредственной практической деятельности по подготовке и составлению проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) в сфере рекламы и связей с общественностью;	Эссе, портфолио, собеседование
			Мотивация (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи	Эссе, портфолио, собеседование
35	ПК-16. Способен участвовать в планировании, разработке и реализации индивидуально го и (или)	ПК-16.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или	Знать особенности и приемы работы над проектом с области рекламы и связей с общественностью; иметь представление о методах его реализации; - основные приемы и технологии написания аналитических справок, обзоров и прогнозов;	Эссе, портфолио, собеседование

	коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	PR-кампании при создании	Уметь использовать в практической деятельности приемы работы над проектом с области рекламы и связей с общественностью, а также методы его реализации; - использовать в практической деятельности приемы создания аналитических справок, обзоров и прогнозов;	Эссе, портфолио, собеседование
			Владеть навыками практического участия в работе над созданием проектов, а также в процессе их реализации и продвижения;	Эссе, портфолио, собеседование
			Мотивация (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи	Эссе, портфолио, собеседование

Критерии и шкалы для интегрированной оценки уровня сформированности компетенций:

Индикаторы компетенции	ОЦЕНКИ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ						
	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	не зачтено		зачтено				
Полнота знаний	Отсутствие знаний теоретического материала для выполнения индивидуального задания. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа на вопросы собеседования, отсутствует отчет, оформленный в соответствии с требованиями	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки при ответе на вопросы собеседования	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки и требований программы практики
Наличие умений	Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа на вопросы собеседования	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки	Продemonстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продemonстрированы все основные умения, решены все основные задачи с отдельными несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания в полном объеме без недочетов
Наличие навыков (владение опытом)	Отсутствие владения материалом. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа на вопросы собеседования	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов	Продemonстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов	Продemonстрирован творческий подход к решению нестандартных задач

Мотивация (личностное отношение)	Полное отсутствие учебной активности и мотивации, пропущена большая часть периода практики	Учебная активность и мотивация слабо выражены, готовность решать поставленные задачи качественно отсутствует	Учебная активность и мотивация низкие, слабо выражены, стремление решать задачи на низком уровне качества	Учебная активность и мотивация проявляются на среднем уровне, демонстрируется готовность выполнять поставленные задачи на среднем уровне качества	Учебная активность и мотивация проявляются на уровне выше среднего, демонстрируется готовность выполнять большинство поставленных задач на высоком уровне качества	Учебная активность и мотивация проявляются на высоком уровне, демонстрируется готовность выполнять все поставленные задачи на высоком уровне качества	Учебная активность и мотивация проявляются на очень высоком уровне, демонстрируется готовность выполнять нестандартные дополнительные задачи на высоком уровне качества
Характеристи- ка сформированно- сти компетенции	Компетенция не сформирована. Отсутствуют знания, умения, навыки, необходимые для решения практических (профессиональных) задач. Требуется повторное обучение	Компетенция в полной мере не сформирована. Имеющихся знаний, умений, навыков недостаточно для решения практических (профессиональных) задач. Требуется повторное обучение	Сформированность компетенции соответствует минимальным требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков в целом достаточно для решения практических (профессиональных) задач, но требуется дополнительная практика по большинству практических задач	Сформированность компетенции в целом соответствует требованиям, но есть недочеты. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в целом достаточно для решения практических (профессиональных) задач, но требуется отработка дополнительных практических навыков	Сформированность компетенции в целом соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в целом достаточно для решения стандартных практических (профессиональных) задач	Сформированность компетенции полностью соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в полной мере достаточно для решения сложных практических (профессиональных) задач	Сформированность компетенции превышает стандартные требования. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в полной мере достаточно для применения творческого подхода к решению сложных практических (профессиональных) задач
Уровень сформиро- ванности компетенций	Нулевой	Низкий	Ниже среднего	Средний	Выше среднего	Высокий	Очень высокий
	низкий		достаточный				

Критерии итоговой оценки результатов практики

Критериями оценки результатов прохождения обучающимися практики являются сформированность предусмотренных программой компетенций, т.е. полученных теоретических знаний, практических навыков и умений (самостоятельность, творческая активность, владение методиками сбора обработки информации, написания, редактирования текстов, организации мероприятий, аналитической работы).

Оценка	Уровень подготовки
Превосходно	Предусмотренные программой практики результаты обучения в рамках компетенций достигнуты. Обучающийся демонстрирует высокий уровень подготовки, творческий подход к решению нестандартных ситуаций во время выполнения индивидуального задания. Обучающийся представил подробный отчет по практике, активно работал в течение всего периода практики, работы, представленные в портфолио, выполнены на высоком профессиональном уровне
Отлично	Предусмотренные программой практики результаты обучения в рамках компетенций достигнуты. Обучающийся демонстрирует высокий уровень подготовки. Обучающийся представил подробный отчет по практике, активно работал в течение всего периода практики, работы, представленные в портфолио, соответствуют профессиональным требованиям
Очень хорошо	Предусмотренные программой практики результаты обучения в рамках компетенций достигнуты. Обучающийся демонстрирует хорошую подготовку. Обучающийся представил подробный отчет по практике с незначительными неточностями, активно работал в течение всего периода практики, работы, представленные в портфолио, обладают хорошим уровнем качества
Хорошо	Предусмотренные программой практики результаты обучения в рамках компетенций достигнуты практически полностью. Обучающийся демонстрирует в целом хорошую подготовку, но при подготовке отчета по практике и проведении собеседования допускает заметные ошибки или недочеты. Обучающийся активно работал в течение всего периода практики, работы, представленные в портфолио, соответствуют требованиям, но имеют недочеты.
Удовлетворительно	Предусмотренные программой практики результаты обучения в рамках компетенций в целом достигнуты, но имеются явные недочеты в демонстрации умений и навыков. Обучающийся показывает минимальный уровень теоретических знаний, делает существенные ошибки при выполнении индивидуального задания, но при ответах на наводящие вопросы во время собеседования, может правильно сориентироваться и в общих

	чертах дать правильный ответ. Обучающийся имел пропуски в течение периода практики, портфолио или дневник практики не представлены.
Неудовлетворительно	Предусмотренные программой практики результаты обучения в рамках компетенций в целом не достигнуты, обучающийся не представил своевременно /представил недостоверный отчет по практике, пропустил большую часть времени, отведенного на прохождение практики, имели место серьезные дисциплинарные нарушения
Плохо	Предусмотренные программой практики результаты обучения в рамках компетенций не достигнуты, обучающийся не представил своевременно отчет по практике, пропустил большую часть времени, отведенного на прохождение практики, не может дать правильный ответ на вопросы собеседования.

10.2. Перечень контрольных заданий и иных материалов, необходимых для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности

10.2.1. Требования к отчету по практике

Перечень отчетной документации и правила ее составления

По окончании практики студент представляет руководителю практики:

1. Предписание с заполненной второй страницей, содержащее

- место и сроки прохождения практики, заверенные подписями руководителя от базы практики и печатями организации;
- краткую характеристику работы студента от руководителя от профильной организации, рекомендуемую оценку, заверенную подписью руководителя и печатью организации;
- краткую характеристику работы студента от руководителя от ННГУ на основании организационного этапа практики, качества представленной отчетной документации, наличия всех его компонентов, своевременности предоставления документации, качества и количества авторских материалов в портфолио (характера работ, выполненных согласно дневнику практики) с указанием замечаний и предварительную оценку.

2. **Индивидуальное задание** (*Приложение 2*), разработанное руководителем практики от ННГУ, согласованное с руководителем практики от Профильной организации и подписанное студентом.

3. **Рабочий план (график)** (*Приложение 3*), разработанный руководителем практики от ННГУ и согласованный с руководителем практики от Профильной организации.

4. **Индивидуальный отчет** по практике в формате *эссе*, где студент детально описывает ежедневный процесс прохождения практики, выполнение индивидуальных заданий, работу над каждым из выполненных материалов. В индивидуальном отчете необходимо отразить следующую информацию:

- провести анализ работы организации, дать краткую ее характеристику, обозначить основные цели и задачи деятельности организации, место и роль, функции подразделения, где непосредственно проводилась практика;
- проанализировать процесс прохождения практики, выполнение индивидуальных заданий, полученных от руководителя практики от организации, работу над каждым из выполненных материалов, отметить сложности, проблемы;

- проанализировать ход и логику редакторских правок, объяснить изменения и их причины;
 - отметить приобретенные умения и навыки по поиску и верификации актуальной релевантной информации;
 - оценить приобретенные умения и навыки технического характера, отметить какие программы и системы были освоены;
 - отметить психологические аспекты работы: умение вливаться в коллектив, работать в команде, просить, принимать и оказывать помощь, воспринимать критику.
- Объем отчета – не менее 5000 знаков.

5. Портфолио

Портфолио представляет собой подборку работ студента, выполненных в ходе практики и раскрывающих его индивидуальные образовательные достижения. При формировании портфолио следует обращать внимание на его жанровое разнообразие.

В портфолио могут быть включены:

- оригиналы/ксерокопии подготовленных студентов и опубликованных печатных материалов (газеты, журналы, буклеты, брошюры, рекламные листовки и др.) Ксерокопия заверяется руководителем практики от Профильной организации;
- работы, выполненные по заданию организации, но неопубликованные;
- примеры работы над авторскими оригиналами;
- пресс-релизы, поздравительные адреса (заверенные);
- тексты для сайта компании, социальных сетей (заверенные)
- рекламные модули;
- скриншоты сетевой рекламы;
- документы и проекты документов, подготовленные по заданию Профильной организации, заверенные руководителем практики и др.

По итогам производственной практики оценка «отлично» может быть поставлена за 3 опубликованных материал в портфолио, а также грамотный детальный отчет о ходе практике в формате эссе, без значительного количества ошибок. В результате собеседования, а также рассмотрения неопубликованных материалов портфолио или дневника практики окончательная оценка может быть изменена как в большую, так и в меньшую сторону.

6. Титульный лист (Приложение 1)

10.2.2. Вопросы к собеседованию (устным опросам) по производственной практике

№	Вопрос	Код компетенции (согласно РПП)
1.	Каковы общие принципы, на основе которых осуществляется организация и планирование деятельности фирмы (организации)?	ПК-12
2.	Какие существуют методы структурирования планирования деятельности организации или отдельного человека?	ПК-8
3.	Дать характеристику организации, обозначить ее место в медиапространстве и на рынке региона	ПК-3
4.	Структура организации, порядок взаимодействия ее отделов, координация	ПК-3
5.	Разновидности пресс-релизов и правила их написания	ПК-4
6.	В чем специфика подготовки креативного брифа? В каких случаях он применяется?	ПК-5

7.	Особенности жанра рекламной статьи. Ее отличие от нативной рекламы	ПК-4
8.	Что представляет собой проект в сфере рекламы и связей с общественностью? В чем его специфика?	ПК-16
9.	Какие методы продвижения проектов в сфере рекламы и связей с общественностью существуют? Какие из них реализуются в профильной организации?	ПК-17
10.	При помощи каких методов и технологий осуществляется руководство проектами, их планирование и мониторинг?	ПК-8
11.	В чем основная специфика проведения коммуникационных мероприятий? Такие типы мероприятий существуют?	ПК-2
12.	В организации каких коммуникационных мероприятиях и кампаниях вы принимали участие в ходе практики?	ПК-2
13.	Выделите этапы в процессе организации подготовки, производства рекламной продукции. Какие внутренние ресурсы организации и внешние мощности задействованы в этом процессе?	ПК-1
14.	Каковы профессиональные роли и функции специалиста по связям с общественностью/рекламе в организации?	ПК-3
15.	Правила написания материалов для СМИ, их типы	ПК-4
16.	Принципы подготовки и редактирования рекламных текстов. Типы рекламных текстов	ПК-5
17.	Охарактеризуйте одно из проведенных мероприятий. Оцените его эффективность и собственную роль в его подготовке	ПК-2
18.	Охарактеризуйте современные технологии производства рекламной продукции	ПК-7
19.	Принципы работы организации в социальных медиа (соцсети, видеохостинги). Какие методы распространения рекламной продукции в этой сфере практикуются в организации. Привести примеры.	ПК-9
20.	Формы работы отдела (организации) с мультимедийной информацией. Привести примеры собственной работы над мультимедийными элементами материалов	ПК-6
21.	Как метод сторителлинга используется в практике организации?	ПК-6
22.	Каковы базовые этические принципы работы специалиста по связям с общественностью? Каких принципов придерживается профильная организация. Кто осуществляет контроль этических аспектов работы?	ПК-13
23.	Какие каналы продвижения проекта в области рекламы и связей с общественностью применяются в организации?	ПК-17
24.	По каким каналам и при помощи каких форматов осуществляется обратная связь организации от аудитории и клиентов?	ПК-7

По итогам собеседования с учетом качества отчетной документации и двух предварительных оценок (руководителя от Профильной организации и руководителя от ННГУ) формируется окончательная оценка за практику.

В качестве Приложений к программе практики прилагаются титульный лист отчета по практике, бланк индивидуального задания на практику, бланк совместного плана (графика), типовой договор с предприятиями на прохождение практики.

Составитель:

____ К. филол. н., доцент кафедры журналистики Бейненсон В.А..

(подпись)

Приложение 1. Образец титульного листа

Министерство науки и высшего образования РФ
ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный
университет им. Н.И. Лобачевского»
(ННГУ)

Институт филологии и журналистики

Кафедра журналистики

ОТЧЕТ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ

студентки ____ курса
направления «Реклама и связи
с общественностью»
Ивановой Татьяны Ивановны.
Место практики:
ООО "Узорочье"

Нижний Новгород
20____

Приложение 2. Бланк индивидуального задания на практику

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования

«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского»

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ НА ПРОИЗВОДСТВЕННУЮ ПРАКТИКУ
(Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности)

Обучающийся _____
(фамилия, имя, отчество полностью)

Курс _____

Институт филологии и журналистики

Форма обучения _____

Направление подготовки _____

Содержание задания на практику (перечень подлежащих рассмотрению вопросов):

Дата выдачи задания _____

Руководитель практики
от ННГУ

подпись

И.О. Фамилия

Согласовано:

Руководитель практики
от профильной организации

подпись

И.О. Фамилия

Ознакомлен:

Обучающийся

подпись

И.О. Фамилия

Приложение 3. Бланк совместного рабочего плана (графика) на практику
Совместный рабочий график (план) проведения практики
(для проведения практики в Профильной организации)

ФИО обучающегося: _____

Форма обучения: _____

Институт филологии и журналистики

Направление подготовки: _____

Курс: _____

База практики _____
(наименование базы практики - Профильной организации)

Руководитель практики от ННГУ _____
(Ф.И.О., должность)

Руководитель практики
от Профильной организации _____
(Ф.И.О., должность)

Вид и тип практики: производственная практика, практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности

Срок прохождения практики: с _____ по _____.

Дата (период)	Содержание и планируемые результаты практики (Характеристика выполняемых работ, мероприятия, задания, поручения и пр.)

Руководитель практики от ННГУ _____
(ФИО, подпись)

Руководитель практики
от Профильной
организации _____
(ФИО, подпись)

Приложение 4. Бланк типового договора на проведение практики

Договор о практической подготовке обучающихся, заключаемый между организацией, осуществляющей образовательную деятельность, и организацией, осуществляющей деятельность по профилю соответствующей образовательной программы

Н.Новгород

2023 г.

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского», именуемое в дальнейшем «Университет», в лице проректора по учебной работе Рыхтика Михаила Ивановича, действующего на основании доверенности № 06.49-03-0185/23 от 02.06.2023 года с одной стороны, и _____), именуемое в дальнейшем «Профильная организация», в лице _____, действующего на основании **Устава или другого документа**, с другой стороны, именуемые по отдельности «Сторона», а вместе – «Стороны», заключили настоящий Договор о нижеследующем.

1. Предмет Договора

1.1. Предметом настоящего Договора является организация практической подготовки обучающихся (далее - практическая подготовка).

1.2. Образовательная программа (программы), компоненты образовательной программы, при реализации которых организуется практическая подготовка, количество обучающихся, осваивающих соответствующие компоненты образовательной программы, сроки организации практической подготовки, согласуются Сторонами и являются неотъемлемой частью настоящего Договора (приложение № 1).

1.3. Реализация компонентов образовательной программы, согласованных Сторонами в приложении №1 к настоящему Договору (далее - компоненты образовательной программы), осуществляется в помещениях Профильной организации, перечень которых согласуется Сторонами и является неотъемлемой частью настоящего Договора (приложение № 2).

2. Права и обязанности Сторон

2.1. Университет обязан:

2.1.1 не позднее, чем за 10 рабочих дней до начала практической подготовки по каждому компоненту образовательной программы представить в Профильную организацию поименные списки обучающихся, осваивающих соответствующие компоненты образовательной программы посредством практической подготовки;

2.1.2 назначить руководителя по практической подготовке от Университета, который: обеспечивает организацию образовательной деятельности в форме практической подготовки при реализации компонентов образовательной программы;

организует участие обучающихся в выполнении определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью;

оказывает методическую помощь обучающимся при выполнении определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью;

несет ответственность совместно с ответственным работником Профильной организации за реализацию компонентов образовательной программы в форме практической подготовки, за жизнь и здоровье обучающихся и работников Университета, соблюдение ими правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности и санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов;

2.1.3 при смене руководителя по практической подготовке в 3-х дневный срок сообщить об этом Профильной организации;

2.1.4 установить виды учебной деятельности, практики и иные компоненты образовательной программы, осваиваемые обучающимися в форме практической подготовки, включая место, продолжительность и период их реализации;

2.1.5 направить обучающихся в Профильную организацию для освоения компонентов образовательной программы в форме практической подготовки;

2.2. Профильная организация обязана:

2.2.1 создать условия для реализации компонентов образовательной программы в форме практической подготовки, предоставить оборудование и технические средства обучения в объеме, позволяющем выполнять определенные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью обучающихся;

2.2.2 назначить ответственное лицо, соответствующее требованиям трудового законодательства Российской Федерации о допуске к педагогической деятельности, из числа работников Профильной организации, которое обеспечивает организацию реализации компонентов образовательной программы в форме практической подготовки со стороны Профильной организации;

2.2.3 при смене лица, указанного в пункте 2.2.2, в 3-х дневный срок сообщить об этом Университету;

2.2.4 обеспечить безопасные условия реализации компонентов образовательной программы в форме

практической подготовки, выполнение правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности и санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов;

2.2.5 проводить оценку условий труда на рабочих местах, используемых при реализации компонентов образовательной программы в форме практической подготовки, и сообщать руководителю Университета об условиях труда и требованиях охраны труда на рабочем месте;

2.2.6 ознакомить обучающихся с правилами внутреннего трудового распорядка Профильной организации;

2.2.7 провести инструктаж обучающихся по охране труда и технике безопасности и осуществлять надзор за соблюдением обучающимися правил техники безопасности;

2.2.8 предоставить обучающимся и руководителю по практической подготовке от Университета возможность пользоваться помещениями Профильной организации, согласованными Сторонами (приложение № 2 к настоящему Договору), а также находящимися в них оборудованием и техническими средствами обучения;

2.2.9 обо всех случаях нарушения обучающимися правил внутреннего трудового распорядка, охраны труда и техники безопасности сообщить руководителю по практической подготовке от Университета;

2.3. Университет имеет право:

2.3.1 осуществлять контроль соответствия условий реализации компонентов образовательной программы в форме практической подготовки требованиям настоящего Договора;

2.3.2 запрашивать информацию об организации практической подготовки, в том числе о качестве и объеме выполненных обучающимися работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью;

2.4. Профильная организация имеет право:

2.4.1 требовать от обучающихся соблюдения правил внутреннего трудового распорядка, охраны труда и техники безопасности, режима конфиденциальности, принятого в Профильной организации, предпринимать необходимые действия, направленные на предотвращение ситуации, способствующей разглашению конфиденциальной информации;

2.4.2 в случае установления факта нарушения обучающимися своих обязанностей в период организации практической подготовки, режима конфиденциальности приостановить реализацию компонентов образовательной программы в форме практической подготовки в отношении конкретного обучающегося.

3. Срок действия договора

3.1. Настоящий Договор действует с 2023 г. до 2023 г.

4. Заключительные положения

4.1. Все споры, возникающие между Сторонами по настоящему Договору, разрешаются Сторонами в порядке, установленном законодательством Российской Федерации.

4.2. Изменение настоящего Договора осуществляется по соглашению Сторон в письменной форме в виде дополнительных соглашений к настоящему Договору, которые являются его неотъемлемой частью.

4.3. Настоящий Договор составлен в двух экземплярах, по одному для каждой из Сторон. Все экземпляры имеют одинаковую юридическую силу.

5. Адреса, реквизиты и подписи Сторон

Профильная организация:

Университет:

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского»

Адрес:

ИНН

Адрес: 603022, г. Нижний Новгород, пр. Гагарина, д.23
Тел/факс (831) 462-30-90/(831)462-30-85
ИНН 5262004442

Проректор по учебной работе

Рыхтик М.И.

(наименование должности, ФИО подписанта)

(наименование должности, ФИО подписанта)

М.П.

М.П.

Приложение № 1
к договору о практической подготовке обучающихся, заключаемого между организацией, осуществляющей образовательную деятельность и организацией, осуществляющей деятельность по профилю соответствующей образовательной программы № _____ от 2023 года

Факультет/ институт/ филиал	Направление подготовки/ специальности	Компоненты образовательной программы	ФИО обучающихся или количество человек	Сроки организации практической подготовки (практики)
Институт филологии и журналистики		ПРАКТИКА: ПРОИЗВОДСТВЕН- НАЯ Выбрать нужное (в соответствии с учебным планом и календарным учебным графиком)		В соответствии с календарным учебным графиком и по согласованию Сторон

Профильная организация:

Университет:

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского»

Адрес:

ИНН

Адрес: 603022, г. Нижний Новгород, пр. Гагарина, д.23
Тел/факс (831) 462-30-90/(831)462-30-85
ИНН 5262004442

(наименование должности, ФИО подписанта)

М.П.

Проректор по учебной работе Рыхтик М.И.

(наименование должности, ФИО подписанта)

М.П.

Приложение № 2
к договору о практической подготовке обучающихся, заключаемого между организацией, осуществляющей образовательную деятельность и организацией, осуществляющей деятельность по профилю соответствующей образовательной программы
№ _____ от 2023 года

Условия реализации компонентов образовательной программы

Помещения Профильной организации, в которых реализуются компоненты образовательной программы (с указанием адреса)	Оборудование и технические средства обучения, предоставляемые Профильной организацией
	Компьютер, средства сетевой коммуникации

Профильная организация:

Университет:

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского»

Адрес:

Адрес: 603022, г. Нижний Новгород, пр. Гагарина, д.23
Тел/факс (831) 462-30-90/(831)462-30-85
ИНН 5262004442

ИНН

(наименование должности, ФИО подписанта)

М.П.

Проректор по учебной работе Рыхтик М.И.

(наименование должности, ФИО подписанта)

М.П.