

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

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

Институт международных отношений и мировой истории

УТВЕРЖДЕНО
решением ученого совета ННГУ
протокол от
«___» _____ 2024 г. № ___

**ПРОГРАММА
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**

Б2.В.01(П) Профессионально-творческая практика. ПрНачальный уровень.

(тип практики в соответствии с ФГОС ВО/ОС ННГУ)

Направление подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль/специализация/магистерская программа
Реклама и связи с общественностью в политике и коммерции

Квалификация
бакалавр

Форма обучения
Очная, заочная

Нижний Новгород
2024 год

Программа составлена на основании Образовательного стандарта ННГУ по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

СОСТАВИТЕЛЬ: д.и.н., доцент Фоменков А.А. _____

Заведующий кафедрой _____ / А.Н. Фортунатов

Программа одобрена на заседании методической комиссии института международных отношений и мировой истории ННГУ

от «_16_» января 2024 года, протокол № 1.

1. Цель практики

Целями производственной (профессионально-творческая практика. Начальный уровень) практики бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» являются приобретение студентами реального практического опыта, навыков самостоятельной работы необходимых им в дальнейшей профессиональной деятельности, а также закрепление теоретических знаний, полученных в процессе обучения в учреждениях высшего профессионального образования.

Задачами производственной практики являются:

- формирование у студентов практических навыков и компетенций в сфере профессиональной деятельности;
- обучение практическим навыкам сферы рекламы и связей с общественностью;
- закрепление, углубление и расширение теоретических знаний, умений и навыков, полученных студентами в процессе теоретического обучения;
- получение дополнительной мотивации на активную деятельность по развитию своего общего культурного и профессионального уровня;

По окончании производственной (профессионально-творческая практика. Начальный уровень) практики у студента складывается более ясное и глубокое понимание того, каким образом знания, умения и навыки, получаемые им в ИМОИ, могут быть использованы в реальной профессиональной деятельности.

2. Место практики в структуре образовательной программы

Производственная (профессионально-творческая практика. Начальный уровень) практика относится к «Блоку 2. Практика» и является частью, формируемой участниками образовательных отношений основной образовательной программы высшего профессионального образования по направлению 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью» подготовки бакалавра, проводится в соответствии с утвержденными рабочими учебными планами и графиком учебного процесса в целях приобретения студентами навыков профессиональной работы, углубления и закрепления знаний и компетенций, полученных в процессе теоретического обучения.

Вид практики: производственная

Тип практики: профессионально-творческая практика. Начальный уровень.

Способ проведения: стационарная

Форма проведения: дискретная – путем выделения непрерывного периода учебного времени для проведения практики

Общая трудоемкость практики составляет:

6 зачетных единиц

216 часов

4 недели

Форма организации практики - практическая подготовка, предусматривающая выполнение обучающимися видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью:

- продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации;
- организация процесса создания коммуникационного продукта;
- продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации;
- организация процесса создания коммуникационного продукта.

Прохождение практической подготовки предусматривает:

а) Контактную работу – 2 часа лекции, 16 часов практических занятий.

КСР (понимается проведение консультаций по расписанию, прием зачета) – 2 часа.

б) Иную форму работы студента во время практики – 196 часов (подразумевается работа во взаимодействии с руководителем от профильной организации)

Для прохождения практики необходимы знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами в процессе обучения на предыдущих курсах, такими как «Стилистика и литературное редактирование», «Современные международные отношения», «Современная пресс-служба. Экспертный семинар», «Имиджмейкинг в политике и бизнесе», «Управление информацией в современном медиапространстве», «Креативные технологии в рекламной и PR-деятельности», «Политическое манипулирование: теория и практика», «Социология массовых коммуникаций», «Психология массовых коммуникаций», «Медиапланирование», «Связи с общественностью в системе органов государственной власти», «Дизайн и реклама», «Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью».

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 для всех форм обучения составляет 4 недели (дни), сроки проведения в соответствии с учебными планами:

Форма обучения	Курс (семестр)
очная	3 курс 6 семестр

Практика проводится в форме практической подготовки в профильных организациях, в т.ч. в коммерческих структурах, частных компаниях, рекламных и коммуникационных агентствах; в структурных подразделениях ННГУ- кафедрах, управление по связям с общественностью, научно-исследовательские центры при ННГУ.

Студент может предлагать место прохождения производственной практики, в этом случае он обязан в письменной форме проинформировать кафедру и руководителя практики не менее чем за 3 недели до распределения на практику, получить направление на прохождение практики в выбранном им месте и представить на кафедру гарантийное письмо. Распределение на практику закрепляется Приказом ректора (проректора).

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 целях и задачах рекламы и связей с общественностью; учатся выполнять конкретные задачи в своей профессиональной деятельности и применять на практике методы работы PR-специалистов и специалистов в сфере рекламы, работать самостоятельно и в команде, а также вырабатывают навыки деловой коммуникации.

Таблица 1

Формируемые компетенции с указанием кода компетенции	Планируемые результаты обучения при прохождении практики
--	---

ОПК-1.1	Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью
ОПК-1.2	Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии
ОПК-2.2	Владеет техниками организации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий
ОПК-3.2	Реализует основные принципы и правила работы в рекламном (маркетинговом) отделе, отделе по связям с общественностью (пресс-службе)
ПК-3.2	Применяет компьютерные технологии при создании рекламного и коммуникационного продукта, осуществляет фото- и видеосъемку для производства рекламного и коммуникационного продукта
ПК-3.3	Владеет техническими и программными средствами для создания рекламы, навыком разработки средств продвижения рекламного и коммуникационного продукта
ПК-7.1	Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта; Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью
ПК-7.2	Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта.
ПК-7.3	Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами

Формируемые компетенции с указанием кода компетенции	Планируемые результаты обучения при прохождении практики
ОПК-1.1	Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью
ОПК-1.2	Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии
ОПК-2.2	Владеет техниками организации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий
ОПК-3.2	Реализует основные принципы и правила работы в рекламном (маркетинговом) отделе, отделе по связям с общественностью (пресс-службе)
ПК-3.2	Применяет компьютерные технологии при создании рекламного и коммуникационного продукта, осуществляет фото- и видеосъемку для производства рекламного и коммуникационного продукта
ПК-3.3	Владеет техническими и программными средствами для создания рекламы, навыком разработки средств продвижения рекламного и коммуникационного продукта
ПК-8.1	Осуществляет поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке
ПК-8.2.	Применяет на практике техники и технологии медиапланирования в коммуникационной и рекламной деятельности
ПК-9.1.	Разрабатывает концепции продвижения продукта, формирует коммуникационные цели и маркетинговые стратегии
ПК-9.2.	Осуществляет выбор маркетинговых технологий и инструментов для продвижения рекламного и коммуникационного продукта

Формируемые компетенции с указанием кода компетенции	Планируемые результаты обучения при прохождении практики
ОПК-1.1	Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью
ОПК-1.2	Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии
ОПК-2.2	Владеет техниками организации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий
ОПК-3.2	Реализует основные принципы и правила работы в рекламном (маркетинговом) отделе, отделе по связям с общественностью (пресс-службе)
ПК-3.2	Применяет компьютерные технологии при создании рекламного и коммуникационного продукта, осуществляет фото- и видеосъемку для производства рекламного и коммуникационного продукта
ПК-3.3	Владеет техническими и программными средствами для создания рекламы, навыком разработки средств продвижения рекламного и коммуникационного продукта
ПК-9.3.	Разрабатывает план мероприятий по продвижению рекламного и коммуникационного продукта и формирует проект бюджета на его реализацию
ПК-9.4.	Владеет навыками изучения предпочтений и установок аудитории и использует эту информацию в профессиональной деятельности

5. Содержание практики

Конкретное содержание практики, её структура, место проведения определяется видом профессиональной деятельности, к которому преимущественно готовится бакалавр.

Процесс прохождения практики в форме практической подготовки состоит из этапов:

- подготовительный;
- основной;
- заключительный.

Технологическая карта

Таблица 2

п/п	Этап	Содержание этапа	Трудоемкость (часов/недель)
1	Организационный	<ul style="list-style-type: none"> - проведение организационного собрания - получение индивидуального задания - проведение инструктажа руководителем практики 	2 часа
2	Основной	<ul style="list-style-type: none"> - изучить организационно-правовую форму и штатную структуру организации (компании, учреждения), функциональное предназначение и содержание работы основных структурных подразделений; - ознакомиться с содержанием методико-технологических и программно-технических средств, используемых организацией (компанией, учреждением) в исследовательской деятельности; - принять непосредственное участие в конкретных исследовательских проектах (на различных этапах их реализации); - осуществить сбор информационных материалов и эмпирических данных для подготовки первой главы выпускной квалификационной работы. 	212 часов

3	Заключительный	- формирование отчета - сдача зачета по практике	2 часа
	ИТОГО:		216 часов

На первом этапе со студентами проводится организационное собрание, на котором руководитель практики сообщает о сроках ее проведения, о цели и задачах, знакомит с программой практики, рекомендует для выполнения отчетных заданий учебную и учебно-методическую литературу, информирует о базах прохождения практики, форме и времени отчётности. Затем руководитель практики оформляет соответствующие документы (материалы для приказа по направлению студентов на практику, направления студентам на практику). На подготовительном этапе проводится инструктаж по технике безопасности.

На втором этапе студенты знакомятся с основными направлениями деятельности предприятия – базы практики, изучают ее организационную структуру, нормативно-правовую базу деятельности предприятия, под руководством специалиста на предприятии осуществляют деятельность по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, выполняют задания по программе практики. В ходе прохождения практики студенты в обязательном порядке заполняют дневник практики, в котором предусмотрено описание видов деятельности и результатов их выполнения за каждый день практики.

На третьем этапе студенты оформляют отчет по практике. По окончании прохождения практики специалист предприятия, на котором студент проходил производственную практику, оформляет характеристику на студента, с указанием рекомендуемой оценки.

6. Форма отчетности

По итогам прохождения практики в форме практической подготовки обучающийся представляет руководителю практики отчетную документацию:

- письменный отчет
- индивидуальное задание
- совместный рабочий график (план)
- предписание

Формой промежуточной аттестации по практике является зачет с оценкой.

По результатам проверки отчетной документации, выполнения контрольных заданий и собеседования выставляется оценка.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение

7.1 Основная учебная литература:

1. Кондратьев, Э. В. Связи с общественностью : учебное пособие для высшей школы / Под общ. ред. С. Д. Резника - Москва : Академический Проект, 2020. - 511 с. (Gaudeamus) - ISBN 978-5-8291-2912-5. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785829129125.html>

2. Шарков, Ф. И. Паблик рилейшнз (связи с общественностью) : учебное пособие для вузов / Шарков Ф. И. - Москва : Академический Проект, 2020. - 304 с. ("Gaudeamus") - ISBN 978-5-8291-2933-3. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785829129333.html>

3. Горохов, В. М. Связи с общественностью : Теория, практика, коммуникативные стратегии : учебное пособие для студентов вузов / Горохов В. М. , Гринберг Т. Э. - Москва : Аспект Пресс, 2018. - 224 с. - ISBN 978-5-7567-0896-7. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756708967.html>

7.2 Дополнительная учебная, научная и методическая литература:

1. Чумиков, А. Н. Реклама и связи с общественностью : Имидж, репутация, бренд : учебное пособие для студентов вузов / Чумиков А. Н. - Москва : Аспект Пресс, 2016. - 159 с. (Серия "Учебник нового поколения") - ISBN 978-5-7567-0819-6. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756708196.html>

2. Минаева, Л. В. Связи с общественностью. Составление документов : Теория и практика : учебное пособие для студентов вузов / Минаева Л. В. - Москва : Аспект Пресс, 2012. - 320 с. - ISBN 978-5-7567-0642-0. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756706420.html>

3. Чумиков, А. Н. Реклама и связи с общественностью : профессиональные компетенции : учебное пособие / Чумиков А. Н. , Бочаров М. П. , Самойленко С. А. - Москва : Дело, 2016. - 520 с. - ISBN 978-5-7749-1135-6. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785774911356.html>

7.3 Ресурсы сети Интернет.

1. Портал специалистов по рекламе, маркетингу, PR [электронный ресурс] // www.sostav.ru
2. Сайт Российской Ассоциации по Связям с Общественностью (РАСО) [электронный ресурс] // www.raso.ru
3. Сайт специалистов в области рекламы и связей с общественностью [электронный ресурс] // www.advertology.ru
4. Федеральный Закон РФ о рекламе от 13.03.2006 N 38-ФЗ [электронный ресурс] / <http://www.consultant.ru/popular/advert/>
5. Федеральный закон РФ о СМИ [электронный ресурс] // <http://www.sovetnik.ru/documents/smi/>
6. АКАР (Ассоциация коммуникационных Агентств России) [электронный ресурс] <http://www.akarussia.ru/>

8. Информационные технологии, используемые при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и

информационных справочных систем

В процессе организации практики руководителями от выпускающей кафедры и руководителем от предприятия (организации) должны применяться современные информационные технологии:

мультимедийные технологии: ознакомительные лекции и инструктаж студентов во время учебной практики проводятся в помещениях, оборудованных экраном, видео- проектором, персональными компьютерами.

дистанционные технологии: консультирование во время прохождения конкретных этапов учебной практики, предоставление студентами промежуточных и окончательных отчетных материалов обеспечивается выходом в глобальную сеть Интернет, системами электронной почты.

электронное обучение: методические материалы по практике предоставляются студентам посредством электронной образовательной информационной среды, к которой каждому студенту организовано индивидуальное подключение; используется учебная литература из электронно-библиотечных систем.

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

Учебная практика осуществляется на оборудовании организации (учреждения, предприятия), где студент проходит практику. Материально-техническое обеспечение учебной (ознакомительной) практики включает в себя: лекционные аудитории (оборудованные видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения), библиотеку (имеющую рабочие места для обучающихся, оснащенные компьютерами с доступом к Интернет), компьютерные классы, бытовые помещения потенциальных баз практики, соответствующие действующим санитарным и противопожарным нормам, а также требованиям техники безопасности при проведении учебных и научно-производственных работ

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

По результатам практики в форме практической подготовки бакалавр составляет отчет о выполнении работы в соответствии с программой практики, индивидуальным заданием и совместным рабочим графиком (планом), свидетельствующий о закреплении знаний, умений, приобретении практического опыта, освоении общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, определенных образовательной программой, с описанием решения задач практики.

Вместе с отчетом обучающийся предоставляет на кафедру оформленное предписание, индивидуальное задание и совместный рабочий график (план).

Проверка отчетов по учебным, производственным (в том числе преддипломным) практикам и проведение промежуточной аттестации по ним проводятся в соответствии с графиком прохождения практики.

Отчет и характеристика рассматриваются руководителем практики.

Проведение промежуточной аттестации предполагает определение руководителем практики уровня овладения бакалавром практическими навыками работы и степени применения на практике полученных в период обучения теоретических знаний в соответствии с компетенциями, формирование которых предусмотрено программой практики, как на основе представленного отчета, так и с использованием оценочных материалов, предусмотренных программой практики.

10.1. Паспорт фонда оценочных средств по учебной практике профессионально-ознакомительной (в форме практической подготовки)

№ п/п	Код и содержание компетенции	Код и содержание индикатора достижения компетенции	Результаты освоения	Наименование оценочного средства
	ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.	Знать отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ Уметь выявлять в практической деятельности отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных	<i>Отчет по практике, совместный график прохождения практики (план), собеседование</i>

			<p>продуктов разных медиасегментов и платформ</p> <p>Владеть навыками применения в профессиональной деятельности знаний об отличительных особенностях медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ</p> <p>Знать нормы литературного языка и основы культуры речи, нормы письменной речи и законы ее функционирования на высоком уровне; жанры и нормы иностранного</p>	
		ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов		

		<p>рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.</p>	<p>языков, особенности иных знаковых систем; основные понятия стилистики; основы литературного редактирования и копирайтинга</p> <p>Уметь создавать тексты рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p> <p>Владеть практическим опытом создавать тексты рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в</p>	
--	--	--	--	--

			соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	
	ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.	ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития.	Знать основные категории и понятия государственного и муниципального управления, систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития Уметь ориентироваться в системе общественных и государственных институтов, механизмах их функционирования и тенденциях развития Владеть навыками применения в профессиональной деятельности знаний о	<i>Отчет по практике, совместный график прохождения практики (план), собеседование</i>

		<p>системе общественных и государственных институтов, механизмов их функционирования и тенденций развития</p> <p>Знать основные категории и понятия государственного и муниципального управления, систему государственных и общественных институтов, а также тенденции их развития; специфику организации и функционирования отдела рекламы и отдела по связям с общественностью в различных структурах</p> <p>Уметь учитывать основные тенденции развития общественных и</p>	
		<p>ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или</p>	

		коммуникационных продуктов.	государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов; осуществлять профессиональные функции в рамках деятельности отдела рекламы и отдела по связям с общественностью в различных структурах Владеть практическим опытом создавать тексты рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом основных тенденций развития общественных и государственных институтов; анализа и самоанализа в системе	
--	--	--------------------------------	--	--

			реализации профессиональных функций в процессе деятельности отдела рекламы и отдела по связям с общественностью в различных структурах	
	ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.	ОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса.	Знать основные этапы и процессы развития отечественной и зарубежной теории и практики рекламы и связей с общественностью, отечественной и зарубежной журналистики, отечественного и мирового культурного процесса Уметь ориентироваться в основных этапах и процессах развития	<i>Отчет по практике, совместный график прохождения практики (план), собеседование</i>

			<p>отечественной и зарубежной теории и практики рекламы и связей с общественностью, отечественной и зарубежной журналистики, отечественного и мирового культурного процесса и использовать знания и опыт прошлого в практике профессиональной деятельности</p> <p>Владеть навыками анализа и самоанализа в процессе использования в профессиональной деятельности знаний об основных этапах и процессах развития отечественной и зарубежной теории и</p>	
--	--	--	--	--

		<p>практики рекламы и связей с общественностью, отечественной и зарубежной журналистики, отечественного и мирового культурного процесса</p> <p>Знать тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса; знает средства художественной выразительности, необходимые для создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p> <p>Уметь интегрировать достижения</p>	
		<p>ОПК-3.2. Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также</p>	

		<p>средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.</p>	<p>отечественной и мировой культуры в процесс создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p> <p>Владеть навыком применения достижений отечественной и мировой культуры, а также средств художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p>	
	ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных	Знать специфику целевой аудитории, знать способы сбора эмпирических данных (наблюдение, статистический анализ,	<i>Отчет по практике, совместный график прохождения практики (план),</i>

		<p>групп.</p> <p>интервью, анкетный опрос), знать типичные программы и приемы исследования общества и отдельных аудиторных групп</p> <p>Уметь использовать в профессиональной деятельности эффективные формы взаимодействия с аудиторией и приемы изучения и управления общественным мнением; уметь соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп</p> <p>Владеть навыками анализа общества и отдельных аудиторных групп, а также приемов</p>	<p><i>собеседование</i></p>
--	--	--	-----------------------------

			<p>эффективного взаимодействия с общественным мнением; навыком соотнесения социологических данных с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп</p> <p>Знать специфику и основные характеристики целевой аудитории, знать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности</p> <p>Уметь использовать в профессиональной деятельности основные инструменты поиска информации о текущих</p>	
		ОПК-4.2. Использует основные инструменты		

		<p>поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.</p>	<p>запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности; уметь учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p> <p>Владеть навыками применения на практике инструментов поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.</p>	
	ОПК-5. Способен	ОПК-5.1. Знает	Знать основные	<i>Отчет по практике,</i>

	<p>учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.</p>	<p>совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p>	<p>категории, предметную область и задачи социально-политических, гуманитарных и экономических наук; знать специфику и содержание правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p> <p>Уметь учитывать методы и положения социальных, гуманитарных и экономических наук в профессиональной деятельности и общении; использовать основные положения правовых и этических нормы при реализации задач</p>	<p><i>совместный график прохождения практики (план), собеседование</i></p>
--	--	---	--	--

			<p>профессиональной деятельности; знать совокупность политических и экономических факторов, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p> <p>Владеть навыками анализа политических, экономических, правовых и этических проблем, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях; навыками их решения в профессиональной деятельности</p>	
--	--	--	---	--

		<p>ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с</p>	<p>Знать теоретические основы рекламы и PR; принципы и правила создания рекламы и принципы работы в сфере связей с общественностью</p> <p>Уметь осуществлять свои профессиональные функции во всех сферах жизнедеятельности общества с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</p> <p>Владеть навыками формирования общественного мнения, приемами создания рекламы, производства</p>	
--	--	--	--	--

		общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.	коммуникационного продукта в сфере связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.	
	ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности.	ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение.	Знать принципы работы современного технического оборудования и программного обеспечения в сфере рекламы и связей с общественностью; тенденции дизайна и инфографики в сфере рекламы и связей с общественностью Уметь отбирать и применять современное	<i>Отчет по практике, совместный график прохождения практики (план), собеседование</i>

			<p>техническое оборудование и программное обеспечение в сфере рекламы и связей с общественностью, применяемые в профессиональной деятельности; ориентироваться в современных тенденциях дизайна и инфографики в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>Владеть навыками использования в профессиональной деятельности современного технического оборудования и программного обеспечения, новейших цифровых технологий,</p>	
--	--	--	---	--

		<p>применяемых в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>Знать основы компьютерной грамотности, технические и программные средства подготовки презентаций, текстовых документов и электронных таблиц; технологию поиска информации в Интернет; основные методы и средства обработки, хранения, передачи и накопления информации; знать современные цифровые технологии и программное обеспечение в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>ОПК-6.2. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.</p>	<p>Уметь применять</p>	
--	--	--	------------------------	--

			<p>современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p> <p>Владеть навыками использования в профессиональной деятельности современных цифровых устройств, платформ и программных обеспечений на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.</p>	
	ОПК-7. Способен учитывать эффекты и	ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной	Знать значение и общественный смысл	<i>Отчет по практике, совместный график</i>

	<p>последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.</p>	<p>ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности.</p>	<p>выбранной трудовой деятельности; знать общественное значение своей деятельности и ее связь с чувством долга; знать понятие мотивации и ее влияние на профессиональные достижения</p> <p>Уметь квалифицированно выполнять виды работ, которые необходимы в избранной профессии; уметь задействовать мотив саморазвития, стремиться к реализации своих способностей; уметь идентифицировать себя с социальной группой, ее ценностями, целями и интересами</p> <p>Владеть знанием, опытом, обладать творческим мышлением,</p>	<p><i>прохождения практики (план), собеседование</i></p>
--	--	--	---	--

			<p>позволяющим создавать объективно новое; способностью удовлетворять свои профессиональные потребности, сочетая их с общественными интересами; владеть умением создавать новые материальные и духовные ценности</p> <p>Знать основные методы, способы и средства получения, хранения, переработки и отбора информации; знать принципы и правила создания рекламы и принципы работы в сфере связей с общественностью, учитывая этические нормы и принципы</p>	
--	--	--	---	--

		<p>ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом.</p>	<p>социальной ответственности, принятыми профессиональным сообществом</p> <p>Уметь осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом</p> <p>Владеть навыком отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в</p>	
--	--	---	--	--

			соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом.	
	ОПК ОС-8. Способен к ведению инновационно-предпринимательской деятельности в сфере массовых коммуникаций и информационно-библиотечного дела	ОПК ОС-8.1. Знает способы ведения инновационно-предпринимательской деятельности в сфере массовых коммуникаций и информационно-библиотечного дела.	Знать теоретические основы ведения инновационно-предпринимательской деятельности в сфере массовых коммуникаций и информационно-библиотечного дела Уметь анализировать предпринимательскую среду региона в сфере массовых коммуникаций и информационно-библиотечного дела Владеть навыками ведения инновационно-предпринимательской	<i>Отчет по практике, совместный график прохождения практики (план), собеседование</i>

			<p>деятельности в сфере массовых коммуникаций и информационно-библиотечного дела</p> <p>Знать основные теоретические и практические аспекты ведения инновационно-предпринимательской деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>Уметь применять на практике методы ведения инновационно-предпринимательской деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>Владеть практическими навыками использования методов ведения инновационно-</p>	
		ОПК ОС-8.2. Понимает специфику использования методов ведения инновационно-предпринимательской деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.		

			предпринимательской деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью	
	ПК-1. Способен организовывать процесс создания коммуникационного продукта и (или) мероприятия	ПК-1.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью;	Знать основные теоретические и практические аспекты планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий; специфику организации и функционирования отдела рекламы и отдела по связям с общественностью в различных структурах Уметь выполнять функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и	<i>Отчет по практике, совместный график прохождения практики (план), собеседование</i>

			<p>(или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью; осуществлять профессиональные функции в рамках деятельности отдела рекламы и отдела по связям с общественностью в различных структурах</p> <p>Владеть практическими навыками участия в планировании и организации коммуникационных кампаний и мероприятий; анализа и самоанализа в системе реализации профессиональных функций в процессе</p>	
--	--	--	--	--

		<p>деятельности отдела рекламы и отдела по связям с общественностью в различных структурах</p> <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</p>	
	ПК-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии;		

			<p>планировании и организации коммуникационных кампаний и мероприятий</p> <p>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</p> <p>Уметь применять на практике основные теоретические и</p>	
		<p>ПК-1.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по</p>		

		<p>формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p>	<p>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 Владеть навыками практической деятельности, связанной с организационно- управленческой работой с малыми коллективами;</p>	
--	--	---	---	--

		коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.	<p>организации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p> <p>Уметь использовать в практической деятельности знания об организации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p> <p>Владеть навыками применения на практике техник организации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.</p>	
	ПК-3. Способен учитывать в профессиональной деятельности специфику организационной структуры подразделения по связям с общественностью и	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)	<i>Отчет по практике, совместный график прохождения практики (план), собеседование</i>

	рекламы		<p>Уметь использовать основные принципы и правила работы рекламного (маркетингового) отдела, отдела по связям с общественностью (пресс-службы)</p> <p>Владеть навыками использования в практической деятельности основных принципов и правил работы в рекламном (маркетинговом) отделе, отделе по связям с общественностью (пресс-службе)</p>	
		<p>ПК-3.2. Применяет компьютерные технологии при создании рекламного и коммуникационного продукта, осуществляет фото- и видеосъемку для производства</p>	<p>Знать компьютерные технологии при создании рекламного и коммуникационного продукта, основные</p>	

		<p>рекламного и коммуникационного продукта;</p> <p>ПК-3.3. Владеет техническими и</p>	<p>правила фото- и видеосъемки</p> <p>Уметь применять компьютерные технологии при создании рекламного и коммуникационного продукта, осуществляет фото- и видеосъемку для производства рекламного и коммуникационного продукта</p> <p>Владеть навыками применения на практике компьютерных технологий при создании рекламного и коммуникационного продукта, осуществления фото- и видеосъемки для производства рекламного и коммуникационного продукта</p>	
--	--	---	---	--

		программными средствами для создания рекламы, навыком разработки средств продвижения рекламного и коммуникационного продукта.	Знать технические и программные средства для создания рекламы, средства продвижения рекламного и коммуникационного продукта Уметь использовать в практической деятельности технические и программные средства для создания рекламы, средства продвижения рекламного и коммуникационного продукта Владеть навыком разработки средств продвижения рекламного и коммуникационного продукта	
	ПК-7. Способен применять основные технологии маркетинговых	ПК-7.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании	Знать основные показатели эффективности	<i>Отчет по практике, совместный график прохождения</i>

	коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	производства и (или) реализации коммуникационного продукта;	<p>медианосителя; методы и приемы анализа, позволяющих систематизировать смысловые конструкции и делать выводы специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной коммуникационной системы</p> <p>Уметь прогнозировать и анализировать особенности поведения потенциальных потребителей и особенностей организации рекламных и пиар кампаний</p> <p>Владеть навыками использования основных маркетинговых инструментов при</p>	<i>практики (план), собеседование</i>
--	---	---	---	---------------------------------------

		<p>ПК-7.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта;</p> <p>ПК-7.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами.</p>	<p>планировании реализации коммуникационного продукта</p> <p>Знать особенности использования качественных, количественных, полевых и кабинетных методик сбора информации</p> <p>Уметь пользоваться методиками систематизации потоков информации, интерпретации содержательно значимых эмпирических данных</p> <p>Владеть технологиями маркетинговых исследований рынка для выявления общественных настроений</p>	
--	--	--	--	--

			<p>Знать различные методы сбора данных для проведения мониторинга обратной связи, такие как анкетирование, интервьюирование, социологические исследования, онлайн-опросы, фокус-группы и другие</p> <p>Уметь определять принципы выборки, анализировать данные, полученные в результате мониторинга, и на основе этого делать выводы и рекомендации для улучшения работы организации; иметь навыки работы с программами для анализа данных и уметь интерпретировать полученные результаты</p>	
--	--	--	---	--

			Владеть навыками коммуникации, для эффективного взаимодействия с разными целевыми группами; уметь формулировать вопросы, устанавливать контакт с целевыми аудиториями, анализировать полученную информацию и использовать ее при принятии маркетинговых решений	
	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 основы поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке Уметь осуществлять поиск статистической и аналитической информации,	<i>Отчет по практике, совместный график прохождения практики (план), собеседование</i>

		<p>ПК-8.2. Применяет на практике техники и технологии медиапланирования в коммуникационной и рекламной деятельности.</p>	<p>характеризующей ситуацию на рынке</p> <p>Владеть навыками поиска статистической и аналитической информации,</p> <p>характеризующей ситуацию на рынке</p> <p>Знать техники и технологии медиапланирования в коммуникационной и рекламной деятельности</p> <p>Уметь применять на практике техники и технологии медиапланирования в коммуникационной и рекламной деятельности</p> <p>Владеть навыками медиапланирования в коммуникационной и рекламной деятельности</p>	
--	--	--	---	--

	<p>ПК-9. Способен интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций, анализировать эффективность продвижения рекламного и коммуникационного продукта</p>	<p>ПК-9.1. Разрабатывает концепции продвижения продукта, формирует коммуникационные цели и маркетинговые стратегии;</p> <p>ПК-9.2. Осуществляет выбор маркетинговых технологий и инструментов для продвижения рекламного и</p>	<p>Знать особенности разработки концепции продвижения продукта, коммуникационные цели и маркетинговые стратегии</p> <p>Уметь разрабатывать концепции продвижения продукта, формировать коммуникационные цели и маркетинговые стратегии</p> <p>Владеть практическими навыками разработки концепции продвижения продукта, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий</p> <p>Знать теоретические основы маркетинговых технологий и инструментов для</p>	<p><i>Отчет по практике, совместный график прохождения практики (план), собеседование</i></p>
--	---	--	---	---

		<p>коммуникационного продукта;</p> <p>ПК-9.3. Разрабатывает план мероприятий по продвижению рекламного и коммуникационного продукта и формирует проект бюджета на его реализацию.</p>	<p>продвижения рекламного и коммуникационного продукта</p> <p>Уметь осуществлять выбор маркетинговых технологий и инструментов для продвижения рекламного и коммуникационного продукта</p> <p>Владеть навыками выбора маркетинговых технологий и инструментов для продвижения рекламного и коммуникационного продукта</p> <p>Знать основы продвижения рекламного и коммуникационного продукта, основы бюджетирования проекта</p> <p>Уметь разрабатывать план</p>	
--	--	---	--	--

			<p>мероприятий по продвижению рекламного и коммуникационного продукта и формировать проект бюджета на его реализацию</p> <p>Владеть навыками разработки плана мероприятий по продвижению рекламного и коммуникационного продукта, формирования проекта бюджета на его реализацию</p>	
		<p>ПК-9.4. Владеет навыками изучения предпочтений и установок аудитории и использует эту информацию в профессиональной деятельности</p>	<p>Знать теоретические и практические основы изучения установок аудитории</p> <p>Уметь исследовать предпочтения и установки аудитории, использовать эту информацию в профессиональной</p>	

			деятельности Владеть навыками изучения предпочтений и установок аудитории, использования этой информации в профессиональной деятельности	
--	--	--	---	--

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	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

	отказа обучающегося от ответа на вопросы собеседования, отсутствует отчет, оформленный в соответствии с требованиями						
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 несущественным и 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,	Учебная активность и мотивация слабо выражены,	Учебная активность и мотивация низкие, слабо	Учебная активность и мотивация проявляются на	Учебная активность и мотивация проявляются на	Учебная активность и мотивация проявляются на	Учебная активность и мотивация проявляются на

	пропущена большая часть периода практики	готовность решать поставленные задачи качественно отсутствует	выражены, стремление решать задачи на низком уровне качества	среднем уровне, демонстрируется готовность выполнять поставленные задачи на среднем уровне качества	уровне выше среднего, демонстрируется готовность выполнять большинство поставленных задач на высоком уровне качества	высоком уровне, демонстрируется готовность выполнять все поставленные задачи на высоком уровне качества	очень высоком уровне, демонстрируется готовность выполнять нестандартные дополнительные задачи на высоком уровне качества
Характеристика сформированности 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 компетенци й	Нулевой	Низкий	Ниже среднего	Средний	Выше среднего	Высокий	Очень высокий
	низкий		достаточный				

Критерии итоговой оценки результатов практики

Критериями оценки результатов прохождения обучающимися практики в форме практической подготовки являются сформированность предусмотренных программой компетенций, т.е. полученных теоретических знаний, практических навыков и умений.

Основными критериями оценки являются:

- добросовестность и качество выполнения функциональных обязанностей;
- своевременное выполнение всех поручений;
- самостоятельность;
- творческая активность;
- доброжелательность, корректность в поведении;
- аккуратность и четкость ведения документации;
- отсутствие замечаний.

Оценка	Уровень подготовки
Превосходно	обучающиеся своевременно выполнил весь объем работы, требуемый программой практики, показал глубокую теоретическую, профессионально-прикладную подготовку; умело применил полученные знания во время прохождения практики, показал владение традиционными и инновационными приемами в рамках своей профессиональной деятельности, точно использовал профессиональную терминологию; ответственно и с интересом относился к своей работе, грамотно, в соответствии с требованиями сделал анализ проведенной работы; отчет по практике выполнил в полном объеме, результативность практики представлена в количественной и качественной обработке, продуктах деятельности, обучающийся показал сформированность общепрофессиональных компетенций.
Отлично	обучающийся своевременно выполнил весь объем работы, требуемый программой практики, показал глубокую теоретическую, профессионально-прикладную подготовку; умело применил полученные знания во время прохождения практики, показал владение традиционными приемами в рамках своей профессиональной деятельности, точно использовал профессиональную терминологию; ответственно и с интересом относился к своей работе, грамотно, в соответствии с требованиями сделал анализ проведенной работы; отчет по практике выполнил в полном объеме, результативность практики представлена в количественной и качественной обработке, продуктах деятельности, обучающийся показал сформированность общепрофессиональных компетенций.
Очень хорошо	обучающийся демонстрирует достаточно полные знания всех профессионально-прикладных и методических вопросов в объеме программы практики; полностью выполнил программу, но допустил незначительные ошибки при выполнении задания, владеет инструментарием методики в рамках своей профессиональной подготовки, умением использовать его; грамотно использует профессиональную терминологию при оформлении отчетной документации по практике.

Хорошо	обучающийся демонстрирует достаточно полные знания всех профессионально-прикладных и методических вопросов в объеме программы практики; полностью выполнил программу, но допустил заметные ошибки или недочеты при выполнении задания, владеет инструментарием методики в рамках своей профессиональной подготовки, умением использовать его; грамотно использует профессиональную терминологию при оформлении отчетной документации по практике
Удовлетворительно	обучающийся выполнил программу практики, однако в процессе работы не проявил достаточной самостоятельности, инициативы и заинтересованности, допустил существенные ошибки при выполнении заданий практики, демонстрирует недостаточный объем знаний и низкий уровень их применения на практике; неосознанное владение инструментарием, низкий уровень владения терминологией; низкий уровень владения профессиональным стилем речи; низкий уровень оформления документации по практике.
Неудовлетворительно	обучающийся владеет фрагментарными знаниями и не умеет применить их на практике, обучающийся не выполнил программу практики, не получил положительной характеристики, не проявил инициативу, не представил рабочие материалы, не проявил склонностей и желания к работе, не представил необходимую отчетную документацию.
Плохо	Полное отсутствие знаний у обучающегося, обучающийся не выполнил программу практики, не получил положительной характеристики, не проявил инициативу, не представил рабочие материалы, не проявил склонностей и желания к работе, не представил необходимую отчетную документацию. Полное отсутствие учебной активности и мотивации, пропущена большая часть периода практики.

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

Отчет по производственной практике – документ, отражающий содержание всех форм и видов деятельности практиканта в строгом соответствии с программой практики (работу с руководителем практики, научным руководителем, руководителем от профильной организации и т.д.), подводящий итоги практики.

По окончании практики студент обязан представить руководителю практики от письменный отчет. Объем отчета о прохождении практики должен составлять до 10 машинописных страниц (без приложений), набранных 14 шрифтом Times New Roman через 1,0 интервала.

В отчете должна содержаться информация о предприятии, на котором студент проходил практику, его целях, задачах, организационной структуре.

Помимо этого, в отчет следует включить описание подразделения, в котором студент проходил практику, должностные обязанности студента, и его личный вклад в деятельность организации. Поощряется приведение конкретных примеров и иллюстраций работы студента в организации.

В данной таблице содержатся основные пункты, которые необходимо отразить в отчете:

п/п	Список необходимых пунктов	Комментарий
1.	Название организации, контактная информация	
2.	Организационная структура	
3.	Организационный стиль	
4.	Стратегические цели	
5.	Специфические черты деятельности предприятия	
6.	Основные партнеры	
7.	Описание отдела, в котором студент проходил практику, и его взаимосвязь с другими отделами	
8.	Выполненная работа	Требуется описание не только должностных обязанностей, но и тех навыков, которые студент приобрел в ходе их выполнения; кроме того, эта работа должна рассматриваться в контексте деятельности всего предприятия, а не только отдела, в котором работал студент
9.	Области деятельности организации, требующие улучшения и имеющие такую перспективу	С точки зрения студента – с системой доказательств
10.	Личная оценка студента собственной деятельности в ходе практики	Достаточность/недостаточность теоретических и практических знаний в различных областях; трудности, связанные с общением; трудности работы в команде; межличностное общение

10.2.2. Задания для промежуточной аттестации

Для проведения итогового контроля сформированности компетенции по производственной практике (промежуточная аттестация) используются: дифференцированный зачет с оценкой, который осуществляется по итогам проверки отчета по практике, и собеседование (устный опрос).

10.2.3. Вопросы к собеседованию (устным опросам) по производственной практике - профессионально-творческая практика. Начальный уровень

№	Вопрос	Код компетенции (согласно РПП)
1.	Проанализируйте организационно-управленческую структуру предприятия, включенного в процесс рекламно-информационной деятельности	ОПК-1
2.	Какова специфика профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью на предприятии (места прохождения практики).	ОПК-2

3.	Назовите существующие на рынке современные федеральные и региональные СМИ, с которыми взаимодействует предприятие (место прохождения практики).	ОПК-3
4.	Каковы социально-психологические особенности коллективного взаимодействия предприятия (места прохождения практики)	ОПК-4, ОПК-5
5.	Проанализируйте целевую аудиторию (стейкхолдеров) предприятия	ОПК-6, ОПК-7
6.	Проанализируйте конкурентную среду предприятия	ОПК ОС-8.1. ОПК ОС-8.2.
7.	Назовите виды и каналы распространения рекламы, используемые предприятием (места прохождения практики).	ПК-7
8.	Назовите особенности организации производства рекламной продукции предприятия (места прохождения практики).	ПК-8
9.	Поиск/передачу какой информации/данных, необходимых для решения поставленных во время прохождения практики задач, Вы осуществляли, используя сетевые технологии?	ПК-8
10.	Назовите специфику коммуникационных кампаний и мероприятий предприятия (места прохождения практики)	ПК-9
11.	Назовите структурные компоненты пресс-релиза для предприятия (места прохождения практики)	ПК-1
12.	Перечислите нормативно-правовые акты, которыми руководствуется организация в своей профессиональной деятельности	ПК-2
13.	Перечислите нормативные документы, которыми руководствуется организация при реализации коммуникационной политики	ПК-3
14.	Перечислите основные принципы оформления официально деловых текстов организация в сфере профессиональной деятельности	ПК-3

11. Особенности организации практики для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Организация практики для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с законодательством Российской Федерации. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбор места прохождения практики устанавливается Университетом с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья, а также требования по доступности.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный
университет им. Н.И. Лобачевского»
Институт международных отношений и мировой истории
Кафедра социально-политических коммуникаций

Отчет о прохождении производственной профессионально-творческой
практики. Начальный уровень в

Выполнила:

студент группы _____
направления подготовки
«Реклама и связи с общественностью»

Проверил:

Нижегород
2024

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
Гагарина пр-т, д. 23, Н. Новгород, 603950, телефон: 462-30-36

Кафедра социально-политических коммуникаций
ИМОМИ ННГУ

ПРЕДПИСАНИЕ НА ПРАКТИКУ № _____

(ФИО обучающегося полностью в именительном падеже)

_____ факультет/институт/филиал

_____ курс направление подготовки/специальность _____

направляется для прохождения _____ практики
(указать вид и тип)

В _____
(указать место прохождения практики – профильную организацию / подразделение Университета)

Начало практики _____ 202_ г. Окончание практики _____ 202_ г.

Декан факультета/директор филиала,
института

(подпись)

(инициалы, фамилия)

Дата выдачи « _____ » _____ 202_ г.

МП

ОТМЕТКА О ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ

Приступил к практике

Окончил практику

«_____» _____ 202__ г.

«_____» _____ 202__ г.

(Подпись руководителя практики, печать структурного
подразделения ННГУ или профильной организации)

(Подпись руководителя практики, печать структурного
подразделения ННГУ или профильной организации)

КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ИТОГАМ ПРАКТИКИ

(Заполняется руководителем практики от профильной организации в случае прохождения
практики в профильной организации)

Оценка руководителя практики от профильной
организации _____

прописью

должность

подпись

И.О. Фамилия

«_____» _____
МП

КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ИТОГАМ ПРАКТИКИ

(заполняется руководителем практики от ННГУ)

Оценка руководителя практики от ННГУ _____

прописью

должность

подпись

И.О. Фамилия

«_____» _____

ИТОГОВАЯ ОЦЕНКА ЗА ПРАКТИКУ:

(прописью)

(подпись руководителя практики от ННГУ)

«_____» _____ г.

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

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ НА ПРАКТИКУ

Студента (студентки)

(фамилия, имя, отчество полностью)

Факультет/институт/филиал

Форма обучения

Направление/специальность

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 (при
прохождении практики в
профильной организации)

подпись

И.О. Фамилия

Ознакомлен:

Обучающийся

подпись

И.О. Фамилия

Совместный рабочий график (план) проведения практики

ФИО обучающегося: _____

Форма обучения: _____

Факультет/институт/филиал: _____

Направление подготовки/специальность: _____

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: _____

Срок прохождения практики: с _____ по _____.

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

Руководитель практики от ННГУ: _____

(Ф.И.О., подпись)

Руководитель практики от Профильной организации: _____

(Ф.И.О., подпись)

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ**

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

Институт международных отношений и мировой истории

УТВЕРЖДЕНО
решением учёного совета ННГУ
протокол от
«___» _____ 202__ г. № ___

**ПРОГРАММА
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**

Б2.В.01(П) Профессионально-творческая практика. Начальный уровень.

(тип практики в соответствии с ФГОС ВО/ОС ННГУ)

Направление подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль/специализация/магистерская программа
Реклама и связи с общественностью в политике и коммерции

Квалификация
бакалавр

Форма обучения
Очная, заочная

Нижегород
2024 год

Программа составлена на основании Образовательного стандарта ННГУ по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

СОСТАВИТЕЛЬ: д.и.н., доцент Фоменков А.А. _____

Заведующий кафедрой _____ / А.Н. Фортунатов

Программа одобрена на заседании методической комиссии института международных отношений и мировой истории ННГУ

от «16» января_ 2024 года, протокол № 1.

1. Цель практики

Целями производственной (профессионально-творческая практика. Начальный уровень) практики бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» являются приобретение студентами реального практического опыта, навыков самостоятельной работы необходимых им в дальнейшей профессиональной деятельности, а также закрепление теоретических знаний, полученных в процессе обучения в учреждениях высшего профессионального образования.

Задачами производственной практики являются:

- формирование у студентов практических навыков и компетенций в сфере профессиональной деятельности;
- обучение практическим навыкам сферы рекламы и связей с общественностью;
- закрепление, углубление и расширение теоретических знаний, умений и навыков, полученных студентами в процессе теоретического обучения;
- получение дополнительной мотивации на активную деятельность по развитию своего общего культурного и профессионального уровня;

По окончании производственной (профессионально-творческая практика. Начальный уровень) практики у студента складывается более ясное и глубокое понимание того, каким образом знания, умения и навыки, получаемые им в ИМОМИ, могут быть использованы в реальной профессиональной деятельности.

2. Место практики в структуре образовательной программы

Производственная (профессионально-творческая практика. Начальный уровень) практика относится к «Блоку 2. Практика» и является частью, формируемой участниками образовательных отношений основной образовательной программы высшего профессионального образования по направлению 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью» подготовки бакалавра, проводится в соответствии с утвержденными рабочими учебными планами и графиком учебного процесса в целях приобретения студентами навыков профессиональной работы, углубления и закрепления знаний и компетенций, полученных в процессе теоретического обучения.

Вид практики: производственная

Тип практики: профессионально-творческая практика. Начальный уровень.

Способ проведения: стационарная

Форма проведения: дискретная – путём выделения непрерывного периода учебного времени для проведения практики

Общая трудоёмкость практики составляет:

6 зачётных единиц

216 часов

4 недели

Форма организации практики - практическая подготовка, предусматривающая выполнение обучающимися видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью:

- продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации;
- организация процесса создания коммуникационного продукта;
- продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации;
- организация процесса создания коммуникационного продукта.

Прохождение практической подготовки предусматривает:

а) Контактную работу – 2 часа лекции, 16 часов практических занятий.

КСР (понимается проведение консультаций по расписанию, прием зачета) – 2 часа.

б) Иную форму работы студента во время практики – 196 часов (подразумевается работа во взаимодействии с руководителем от профильной организации)

Для прохождения практики необходимы знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами в процессе обучения на предыдущих курсах, такими как «Стилистика и литературное редактирование», «Современные международные отношения», «Современная пресс-служба. Экспертный семинар», «Имиджмейкинг в политике и бизнесе», «Управление информацией в современном медиапространстве», «Креативные технологии в рекламной и PR-деятельности», «Политическое манипулирование: теория и практика», «Социология массовых коммуникаций», «Психология массовых коммуникаций», «Медиапланирование», «Связи с общественностью в системе органов государственной власти», «Дизайн и реклама», «Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью».

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 для всех форм обучения составляет 4 недели (дни), сроки проведения в соответствии с учебными планами:

Форма обучения	Курс (семестр)
очная	5 курс 10 семестр

Практика проводится в форме практической подготовки в профильных организациях, в т.ч. в коммерческих структурах, частных компаниях, рекламных и коммуникационных агентствах; в структурных подразделениях ННГУ- кафедрах, управление по связям с общественностью, научно-исследовательские центры при ННГУ.

Студент может предлагать место прохождения производственной практики, в этом случае он обязан в письменной форме проинформировать кафедру и руководителя практики не менее чем за 3 недели до распределения на практику, получить направление нахождение практики в выбранном им месте и представить на кафедру гарантийное письмо. Распределение на практику закрепляется Приказом ректора (проректора).

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 целях и задачах рекламы и связей с общественностью; учатся выполнять конкретные задачи в своей профессиональной деятельности и применять на практике методы работы PR-специалистов и специалистов в сфере рекламы, работать самостоятельно и в команде, а также вырабатывают навыки деловой коммуникации.

Таблица 1

Формируемые компетенции с указанием кода компетенции	Планируемые результаты обучения при прохождении практики
ПК-1.1	Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью
ПК-1.2	Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии
ПК-1.3	Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры
ПК-2.2	Владеет техниками организации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий
ПК-3.1	Реализует основные принципы и правила работы в рекламном (маркетинговом) отделе, отделе по связям с общественностью (пресс-службе)
ПК-3.2	Применяет компьютерные технологии при создании рекламного и коммуникационного продукта, осуществляет фото- и видеосъемку для производства рекламного и коммуникационного продукта
ПК-3.3	Владеет техническими и программными средствами для создания рекламы, навыком разработки средств продвижения рекламного и коммуникационного продукта
ПК-7.1	Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта; Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с

Формируемые компетенции с указанием кода компетенции	Планируемые результаты обучения при прохождении практики
ПК-1.1	Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью
ПК-1.2	Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии
ПК-1.3	Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры
ПК-2.2	Владеет техниками организации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий
ПК-3.1	Реализует основные принципы и правила работы в рекламном (маркетинговом) отделе, отделе по связям с общественностью (пресс-службе)
ПК-3.2	Применяет компьютерные технологии при создании рекламного и коммуникационного продукта, осуществляет фото- и видеосъемку для производства рекламного и коммуникационного продукта
ПК-3.3	Владеет техническими и программными средствами для создания рекламы, навыком разработки средств продвижения рекламного и коммуникационного продукта
	общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью
ПК-7.2	Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта.
ПК-7.3	Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами
ПК-8.1	Осуществляет поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке
ПК-8.2.	Применяет на практике техники и технологии медиапланирования в коммуникационной и рекламной деятельности
ПК-9.1.	Разрабатывает концепции продвижения продукта, формирует коммуникационные цели и маркетинговые стратегии
ПК-9.2.	Осуществляет выбор маркетинговых технологий и инструментов для продвижения рекламного и коммуникационного продукта
ПК-9.3.	Разрабатывает план мероприятий по продвижению рекламного и коммуникационного продукта и формирует проект бюджета на его реализацию

Формируемые компетенции с указанием кода компетенции	Планируемые результаты обучения при прохождении практики
ПК-1.1	Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью
ПК-1.2	Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии
ПК-1.3	Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры
ПК-2.2	Владеет техниками организации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий
ПК-3.1	Реализует основные принципы и правила работы в рекламном (маркетинговом) отделе, отделе по связям с общественностью (пресс-службе)
ПК-3.2	Применяет компьютерные технологии при создании рекламного и коммуникационного продукта, осуществляет фото- и видеосъемку для производства рекламного и коммуникационного продукта
ПК-3.3	Владеет техническими и программными средствами для создания рекламы, навыком разработки средств продвижения рекламного и коммуникационного продукта
ПК-9.4.	Владеет навыками изучения предпочтений и установок аудитории и использует эту информацию в профессиональной деятельности

5. Содержание практики

Конкретное содержание практики, её структура, место проведения определяется видом профессиональной деятельности, к которому преимущественно готовится бакалавр.

Процесс прохождения практики в форме практической подготовки состоит из этапов:

- подготовительный;
- основной;
- заключительный.

Технологическая карта

Таблица 2

п/п	Этап	Содержание этапа	Трудоемкость (часов/неделя)
1	Организационный	<ul style="list-style-type: none"> - проведение организационного собрания - получение индивидуального задания - проведение инструктажа руководителем практики 	2 часа

2	Основной	<ul style="list-style-type: none"> - изучить организационно-правовую форму и штатную структуру организации (компании, учреждения), функциональное предназначение и содержание работы основных структурных подразделений; - ознакомиться с содержанием методико-технологических и программно-технических средств, используемых организацией (компанией, учреждением) в исследовательской деятельности; - принять непосредственное участие в конкретных исследовательских проектах (на различных этапах их реализации); - осуществить сбор информационных материалов и эмпирических данных для подготовки первой главы выпускной квалификационной работы. 	212 часов
3	Заключительный	<ul style="list-style-type: none"> - формирование отчета - сдача зачета по практике 	2 часа
	ИТОГО:		216 часов

На первом этапе со студентами проводится организационное собрание, на котором руководитель практики сообщает о сроках ее проведения, о цели и задачах, знакомит с программой практики, рекомендует для выполнения отчетных заданий учебную и учебно-методическую литературу, информирует о базах прохождения практики, форме и времени отчетности. Затем руководитель практики оформляет соответствующие документы (материалы для приказа по направлению студентов на практику, направления студентам на практику). На подготовительном этапе проводится инструктаж по технике безопасности.

На втором этапе студенты знакомятся с основными направлениями деятельности предприятия – базы практики, изучают ее организационную структуру, нормативно-правовую базу деятельности предприятия, под руководством специалиста на предприятии осуществляют деятельность по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, выполняют задания по программе практики. В ходе прохождения практики студенты в обязательном порядке заполняют дневник практики, в котором предусмотрено описание видов деятельности и результатов их выполнения за каждый день практики.

На третьем этапе студенты оформляют отчет по практике. По окончании прохождения практики специалист предприятия, на котором студент проходил производственную практику, оформляет характеристику на студента, с указанием рекомендуемой оценки.

6. Форма отчетности

По итогам прохождения практики в форме практической подготовки обучающийся представляет руководителю практики отчетную документацию:

- письменный отчет

- индивидуальное задание
- совместный рабочий график (план)
- предписание

Формой промежуточной аттестации по практике является зачет с оценкой.

По результатам проверки отчетной документации, выполнения контрольных заданий и собеседования выставляется оценка.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение

7.1 Основная учебная литература:

1. Кондратьев, Э. В. Связи с общественностью : учебное пособие для высшей школы / Под общ. ред. С. Д. Резника - Москва : Академический Проект, 2020. - 511 с. (Gaudeamus) - ISBN 978-5-8291-2912-5. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785829129125.html>

2. Шарков, Ф. И. Паблик рилейшнз (связи с общественностью) : учебное пособие для вузов / Шарков Ф. И. - Москва : Академический Проект, 2020. - 304 с. ("Gaudeamus") - ISBN 978-5-8291-2933-3. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785829129333.html>

3. Горохов, В. М. Связи с общественностью : Теория, практика, коммуникативные стратегии : учебное пособие для студентов вузов / Горохов В. М. , Гринберг Т. Э. - Москва : Аспект Пресс, 2018. - 224 с. - ISBN 978-5-7567-0896-7. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756708967.html>

7.2 Дополнительная учебная, научная и методическая литература:

1. Чумиков, А. Н. Реклама и связи с общественностью : Имидж, репутация, бренд : учебное пособие для студентов вузов / Чумиков А. Н. - Москва : Аспект Пресс, 2016. - 159 с. (Серия "Учебник нового поколения") - ISBN 978-5-7567-0819-6. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756708196.html>

2. Минаева, Л. В. Связи с общественностью. Составление документов : Теория и практика : учебное пособие для студентов вузов / Минаева Л. В. - Москва : Аспект Пресс, 2012. - 320 с. - ISBN 978-5-7567-0642-0. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756706420.html>

3. Чумиков, А. Н. Реклама и связи с общественностью : профессиональные компетенции : учебное пособие / Чумиков А. Н. , Бочаров М. П. , Самойленко С. А. - Москва : Дело, 2016. - 520 с. - ISBN 978-5-7749-1135-6. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785774911356.html>

7.3 Ресурсы сети Интернет.

1. Портал специалистов по рекламе, маркетингу, PR [электронный ресурс] // www.sostav.ru

2. Сайт Российской Ассоциации по Связям с Общественностью (РАСО) [электронный ресурс] // www.raso.ru

3. Сайт специалистов в области рекламы и связей с общественностью [электронный ресурс] // www.advertology.ru
4. Федеральный Закон РФ о рекламе от 13.03.2006 N 38-ФЗ [электронный ресурс] / <http://www.consultant.ru/popular/advert/>
5. Федеральный закон РФ о СМИ [электронный ресурс] // <http://www.sovetnik.ru/documents/smi/>
6. АКАР (Ассоциация коммуникационных Агентств России) [электронный ресурс] <http://www.akarussia.ru/>

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

В процессе организации практики руководителями от выпускающей кафедры и руководителем от предприятия (организации) должны применяться современные информационные технологии:

мультимедийные технологии: ознакомительные лекции и инструктаж студентов во время учебной практики проводятся в помещениях, оборудованных экраном, видео-проектором, персональными компьютерами.

дистанционные технологии: консультирование во время прохождения конкретных этапов учебной практики, предоставление студентами промежуточных и окончательных отчетных материалов обеспечивается выходом в глобальную сеть Интернет, системами электронной почты.

электронное обучение: методические материалы по практике предоставляются студентам посредством электронной образовательной информационной среды, к которой каждому студенту организовано индивидуальное подключение; используется учебная литература из электронно-библиотечных систем.

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

Учебная практика осуществляется на оборудовании организации (учреждения, предприятия), где студент проходит практику. Материально-техническое обеспечение учебной (ознакомительной) практики включает в себя: лекционные аудитории (оборудованные видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения), библиотеку (имеющую рабочие места для обучающихся, оснащенные компьютерами с доступом к Интернет), компьютерные классы, бытовые помещения потенциальных баз практики, соответствующие действующим санитарным и противопожарным нормам, а также требованиям техники безопасности при проведении учебных и научно-производственных работ

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

По результатам практики в форме практической подготовки бакалавр составляет отчет о выполнении работы в соответствии с программой практики, индивидуальным заданием и совместным рабочим графиком (планом), свидетельствующий о закреплении знаний, умений, приобретении практического опыта, освоении общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, определенных образовательной программой, с описанием решения задач практики.

Вместе с отчетом обучающийся предоставляет на кафедру оформленное предписание, индивидуальное задание и совместный рабочий график (план).

Проверка отчётов по учебным, производственным (в том числе преддипломным) практикам и проведение промежуточной аттестации по ним проводятся в соответствии с графиком прохождения практики.

Отчет и характеристика рассматриваются руководителем практики.

Проведение промежуточной аттестации предполагает определение руководителем практики уровня овладения бакалавром практическими навыками работы и степени применения на практике полученных в период обучения теоретических знаний в соответствии с компетенциями, формирование которых предусмотрено программой практики, как на основе представленного отчета, так и с использованием оценочных материалов, предусмотренных программой практики.

10.2. Паспорт фонда оценочных средств по учебной практике профессионально-ознакомительной (в форме практической подготовки)

№ п/п	Код компетенции	Содержание компетенции	Планируемые результаты обучения	Наименование оценочного средства
1	ПК-1	Способен организовывать процесс создания коммуникационного продукта и (или) мероприятия	знать принципы теоретические аспекты реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	<i>Отчет по практике, совместный график прохождения практики (план), собеседование</i>
			уметь применять на практике знания по реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	
			владеть навыком реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	
			мотивация (личностное отношение): способность к систематической работе в рамках дисциплины, готовность выполнять задания разного уровня сложности, дисциплинированность	
2	ПК-2	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	знать коммуникационные аспекты работы организации (проекта)	<i>Отчет по практике, совместный график прохождения практики (план), собеседование</i>
			уметь участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	
			владеть техниками организации коммуникационных	

			кампаний, проектов и мероприятий	
			мотивация (личностное отношение): способность к систематической работе в рамках дисциплины, готовность выполнять задания разного уровня сложности, дисциплинированность	
3	ПК-3	Способен учитывать в профессиональной деятельности специфику организационной структуры подразделения по связям с общественностью и рекламы	<p>знать основные принципы и правила работы в рекламном (маркетинговом) отделе, отделе по связям с общественностью (пресс-службе)</p> <p>уметь применять компьютерные технологии при создании рекламного и коммуникационного продукта, осуществляет фото- и видеосъемку для производства рекламного и коммуникационного продукта</p> <p>владеть техническими и программными средствами для создания рекламы, навыком разработки средств продвижения рекламного и коммуникационного продукта</p> <p>мотивация (личностное отношение): способность к систематической работе в рамках дисциплины, готовность выполнять задания разного уровня сложности, дисциплинированность</p>	Отчет по практике, совместный график прохождения практики (план), собеседование
4	ПК-7	Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	<p>знать теоретические аспекты технологий медиапланирования в коммуникационной и рекламной деятельности</p> <p>уметь использовать стратегии и технологии медиапланирования в коммуникационной и рекламной деятельности</p> <p>владеть навыком применения на практике техники и</p>	Отчет по практике, совместный график прохождения практики (план), собеседование

			технологии медиапланирования в коммуникационной и рекламной деятельности	
			мотивация (личностное отношение): способность к систематической работе в рамках дисциплины, готовность выполнять задания разного уровня сложности, дисциплинированность	
5	ПК-8	Способен использовать стратегии и технологии медиапланирования в коммуникационной и рекламной деятельности	<p>знать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций</p> <p>уметь интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций, анализировать эффективность продвижения рекламного и коммуникационного продукта</p> <p>владеть навыком изучения предпочтений и установок аудитории и использует эту информацию в профессиональной деятельности</p> <p>мотивация (личностное отношение): способность к систематической работе в рамках дисциплины, готовность выполнять задания разного уровня сложности, дисциплинированность</p>	Отчет по практике, совместный график прохождения практики (план), собеседование
6	ПК-9	Способен интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций, анализировать эффективность	<p>знать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций</p> <p>уметь интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций,</p>	Отчет по практике, совместный график прохождения практики (план), собеседование

		<p>продвижения рекламного и коммуникационного продукта</p>	<p>анализировать эффективность продвижения рекламного и коммуникационного продукта</p>	
			<p>владеть навыком изучения предпочтений и установок аудитории и использует эту информацию в профессиональной деятельности</p> <p>мотивация (личностное отношение): способность к систематической работе в рамках дисциплины, готовность выполнять задания разного уровня сложности, дисциплинированность</p>	

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 незначительных 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	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, в полном объеме,	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 незначительными и недочетами, выполнены все задания в полном объеме.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания в полном объеме без недочетов

			объеме	но некоторые с недочетами			
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
Характеристика сформированности компетенции	Компетенция не сформирована. Отсутствуют знания, умения, навыки, необходимые для решения практических (профессиональных)	Компетенция в полной мере не сформирована. Имеющихся знаний, умений, навыков недостаточно для решения практических	Сформированность компетенции соответствует минимальным требованиям. Имеющихся знаний, умений,	Сформированность компетенции в целом соответствует требованиям, но есть недочеты. Имеющихся	Сформированность компетенции в целом соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений,	Сформированность компетенции полностью соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в	Сформированность компетенции превышает стандартные требования. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в

	х) задач. Требуется повторное обучение	(профессиональн ых) задач. Требуется повторное обучение	навыков в целом достаточно для решения практических (профессиональ ных) задач, но требуется дополнительная практика по большинству практических задач	знаний, умений, навыков и мотивации в целом достаточно для решения практических (профессиональ ных) задач, но требуется отработка дополнительных практических навыков	навыков и мотивации в целом достаточно для решения стандартных практических (профессиональ ных) задач	полной мере достаточно для решения сложных практических (профессиональн ых) задач	полной мере достаточно для применения творческого подхода к решению сложных практических (профессиональ ных) задач
Уровень сформированности компетенций	Нулевой	Низкий	Ниже среднего	Средний	Выше среднего	Высокий	Очень высокий
	низкий		достаточный				

Критерии итоговой оценки результатов практики

Критериями оценки результатов прохождения обучающимися практики в форме практической подготовки являются сформированность предусмотренных программой компетенций, т.е. полученных теоретических знаний, практических навыков и умений.

Основными критериями оценки являются:

- добросовестность и качество выполнения функциональных обязанностей;
- своевременное выполнение всех поручений;
- самостоятельность;
- творческая активность;
- доброжелательность, корректность в поведении;
- аккуратность и четкость ведения документации;
- отсутствие замечаний.

Оценка	Уровень подготовки
Превосходно	обучающиеся своевременно выполнили весь объем работы, требуемый программой практики, показали глубокую теоретическую, профессионально-прикладную подготовку; умело применили полученные знания во время прохождения практики, показали владение традиционными и инновационными приемами в рамках своей профессиональной деятельности, точно использовали профессиональную терминологию; ответственно и с интересом относились к своей работе, грамотно, в соответствии с требованиями сделали анализ проведенной работы; отчет по практике выполнили в полном объеме, результативность практики представлена в количественной и качественной обработке, продуктах деятельности, обучающийся показал сформированность общепрофессиональных компетенций.
Отлично	обучающийся своевременно выполнил весь объем работы, требуемый программой практики, показал глубокую теоретическую, профессионально-прикладную подготовку; умело применил полученные знания во время прохождения практики, показал владение традиционными приемами в рамках своей профессиональной деятельности, точно использовал профессиональную терминологию; ответственно и с интересом относился к своей работе, грамотно, в соответствии с требованиями сделал анализ проведенной работы; отчет по практике выполнил в полном объеме, результативность практики представлена в количественной и качественной обработке, продуктах деятельности, обучающийся показал сформированность общепрофессиональных компетенций.
Очень хорошо	обучающийся демонстрирует достаточно полные знания всех профессионально-прикладных и методических вопросов в объеме программы практики; полностью выполнил программу, но допустил незначительные ошибки при выполнении задания, владеет инструментарием методики в рамках своей профессиональной подготовки, умением использовать его; грамотно использует профессиональную терминологию при оформлении отчетной документации по практике.

Хорошо	обучающийся демонстрирует достаточно полные знания всех профессионально-прикладных и методических вопросов в объеме программы практики; полностью выполнил программу, но допустил заметные ошибки или недочеты при выполнении задания, владеет инструментарием методики в рамках своей профессиональной подготовки, умением использовать его; грамотно использует профессиональную терминологию при оформлении отчетной документации по практике
Удовлетворительно	обучающийся выполнил программу практики, однако в процессе работы не проявил достаточной самостоятельности, инициативы и заинтересованности, допустил существенные ошибки при выполнении заданий практики, демонстрирует недостаточный объем знаний и низкий уровень их применения на практике; неосознанное владение инструментарием, низкий уровень владения терминологией; низкий уровень владения профессиональным стилем речи; низкий уровень оформления документации по практике.
Неудовлетворительно	обучающийся владеет фрагментарными знаниями и не умеет применить их на практике, обучающийся не выполнил программу практики, не получил положительной характеристики, не проявил инициативу, не представил рабочие материалы, не проявил склонностей и желания к работе, не представил необходимую отчетную документацию.
Плохо	Полное отсутствие знаний у обучающегося, обучающийся не выполнил программу практики, не получил положительной характеристики, не проявил инициативу, не представил рабочие материалы, не проявил склонностей и желания к работе, не представил необходимую отчетную документацию. Полное отсутствие учебной активности и мотивации, пропущена большая часть периода практики.

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

10.2.1. Требования к отчету по практике

Отчет по производственной практике – документ, отражающий содержание всех форм и видов деятельности практиканта в строгом соответствии с программой практики (работу с руководителем практики, научным руководителем, руководителем от профильной организации и т.д.), подводящий итоги практики.

По окончании практики студент обязан представить руководителю практики от письменный отчет. Объем отчета о прохождении практики должен составлять до 10 машинописных страниц (без приложений), набранных 14 шрифтом Times New Roman через 1,0 интервала.

В отчете должна содержаться информация о предприятии, на котором студент проходил практику, его целях, задачах, организационной структуре.

Помимо этого, в отчет следует включить описание подразделения, в котором студент проходил практику, должностные обязанности студента, и его личный вклад в деятельность организации. Поощряется приведение конкретных примеров и иллюстраций работы студента в организации.

В данной таблице содержатся основные пункты, которые необходимо отразить в отчете:

п/п	Список необходимых пунктов	Комментарий
1.	Название организации, контактная информация	
2.	Организационная структура	
3.	Организационный стиль	
4.	Стратегические цели	
5.	Специфические черты деятельности предприятия	
6.	Основные партнеры	
7.	Описание отдела, в котором студент проходил практику, и его взаимосвязь с другими отделами	
8.	Выполненная работа	Требуется описание не только должностных обязанностей, но и тех навыков, которые студент приобрел в ходе их выполнения; кроме того, эта работа должна рассматриваться в контексте деятельности всего предприятия, а не только отдела, в котором работал студент
9.	Области деятельности организации, требующие улучшения и имеющие такую перспективу	С точки зрения студента – с системой доказательств
10.	Личная оценка студента собственной деятельности в ходе практики	Достаточность/недостаточность теоретических и практических знаний в различных областях; трудности, связанные с общением; трудности работы в команде; межличностное общение

10.2.4. Задания для промежуточной аттестации

Для проведения итогового контроля сформированности компетенции по производственной практике (промежуточная аттестация) используются: дифференцированный зачет с оценкой, который осуществляется по итогам проверки отчета по практике, и собеседование (устный опрос).

10.2.5. Вопросы к собеседованию (устным опросам) по производственной практике - профессионально-творческая практика. Начальный уровень

№	Вопрос	Код компетенции (согласно РПП)
1.	Проанализируйте организационно-управленческую структуру предприятия, включенного в процесс рекламно-информационной деятельности	ПК-1
2.	Какова специфика профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью на предприятии (места прохождения практики).	ПК-2

3.	Назовите существующие на рынке современные федеральные и региональные СМИ, с которыми взаимодействует предприятие (место прохождения практики).	ПКР-3
4.	Каковы социально-психологические особенности коллективного взаимодействия предприятия (места прохождения практики)	ПК-7
5.	Проанализируйте целевую аудиторию (стейкхолдеров) предприятия	ПК-7
6.	Проанализируйте конкурентную среду предприятия	ПК-7
7.	Назовите виды и каналы распространения рекламы, используемые предприятием (места прохождения практики).	ПК-8
8.	Назовите особенности организации производства рекламной продукции предприятия (места прохождения практики).	ПК-8
9.	Поиск/передачу какой информации/данных, необходимых для решения поставленных во время прохождения практики задач, Вы осуществляли, используя сетевые технологии?	ПК-8
10.	Назовите специфику коммуникационных кампаний и мероприятий предприятия (места прохождения практики)	ПК-9
11.	Назовите структурные компоненты пресс-релиза для предприятия (места прохождения практики)	ПК-9
12.	Перечислите нормативно-правовые акты, которыми руководствуется организация в своей профессиональной деятельности	ПК-9
13.	Перечислите нормативные документы, которыми руководствуется организация при реализации коммуникационной политики	ПК-9
14.	Перечислите основные принципы оформления официально деловых текстов организация в сфере профессиональной деятельности	ПК-9

11. Особенности организации практики для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Организация практики для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с законодательством Российской Федерации. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбор места прохождения практики устанавливается Университетом с учётом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья, а также требования по доступности.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный
университет им. Н.И. Лобачевского»
Институт международных отношений и мировой истории
Кафедра социально-политических коммуникаций

Отчет о прохождении производственной профессионально-творческой
практики. Начальный уровень в

Выполнила:

студент группы _____
направления подготовки
«Реклама и связи с общественностью»

Проверил:

Нижегород
2024

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
Гагарина пр-т, д. 23, Н. Новгород, 603950, телефон: 462-30-36

Кафедра социально-политических коммуникаций
ИМОМИ ННГУ

ПРЕДПИСАНИЕ НА ПРАКТИКУ № _____

(ФИО обучающегося полностью в именительном падеже)

_____ факультет/институт/филиал

_____ курс направление подготовки/специальность _____

направляется для прохождения _____ практики
(указать вид и тип)

В _____
(указать место прохождения практики – профильную организацию / подразделение Университета)

Начало практики _____ 202_ г. Окончание практики _____ 202_ г.

Декан факультета/директор филиала,
института _____ (подпись) _____ (инициалы, фамилия)

Дата выдачи « _____ » _____ 202_ г.

МП

ОТМЕТКА О ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ

Приступил к практике

Окончил практику

«____» _____ 202__ г.

«____» _____ 202__ г.

(Подпись руководителя практики, печать структурного
подразделения ННГУ или профильной организации)

(Подпись руководителя практики, печать структурного
подразделения ННГУ или профильной организации)

КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ИТОГАМ ПРАКТИКИ

(Заполняется руководителем практики от профильной организации в случае прохождения
практики в профильной организации)

Оценка руководителя практики от профильной
организации _____

прописью

должность

подпись

И.О. Фамилия

«____» _____
МП

КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ИТОГАМ ПРАКТИКИ

(заполняется руководителем практики от ННГУ)

Оценка руководителя практики от ННГУ _____

прописью

должность

подпись

И.О. Фамилия

«____» _____

ИТОГОВАЯ ОЦЕНКА ЗА ПРАКТИКУ:

(прописью)

(подпись руководителя практики от ННГУ)

«____» _____ г.

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

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ НА ПРАКТИКУ

Студента (студентки)

(фамилия, имя, отчество полностью)

Факультет/институт/филиал

Форма обучения

Направление/специальность

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 (при
прохождении практики в
профильной организации)

подпись

И.О. Фамилия

Ознакомлен:

Обучающийся

подпись

И.О. Фамилия

Совместный рабочий график (план) проведения практики

ФИО обучающегося: _____

Форма обучения: _____

Факультет/институт/филиал: _____

Направление подготовки/специальность: _____

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: _____

Срок прохождения практики: с _____ по _____.

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

Руководитель практики от ННГУ: _____

(Ф.И.О., подпись)

Руководитель практики от Профильной организации: _____

(Ф.И.О., подпись)