

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

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

**УТВЕРЖДЕНО**

решением Ученого совета ННГУ  
протокол от «31» мая 2023 г. № 6

**ПРОГРАММА  
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ**

Уровень высшего образования

бакалавриат

---

(бакалавриат / магистратура / специалитет)

Направление подготовки / специальность

42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

---

*(указывается код и наименование направления подготовки / специальности)*

Направленность образовательной программы

Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

---

*(указывается профиль / магистерская программа / специализация)*

Форма обучения

Очная, заочная

---

*(очная / очно-заочная / заочная)*

Год набора: 2022

Дзержинск

2023 год

## 1. Цель практики

Целью производственной преддипломной практики бакалавров является целенаправленная работа над исследовательскими материалами или практическими профессиональными проектами с применением и углублением знаний, полученных студентами в период теоретического обучения, на основе комплексного формирования общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций.

Задачами преддипломной практики являются:

- закрепление теоретических знаний на основе глубокого изучения характера и результатов рекламной деятельности и деятельности по связям с общественностью предприятия;
- развитие профессионального мышления и умения применять теоретические знания на практике;
- изучение опыта практического применения технологий в рекламной деятельности и деятельности по связям с общественностью;
- выработка навыков самостоятельного анализа результатов работы;
- проведение анализа и оценки экономической деятельности предприятия;
- проведение анализа и оценки управленческой деятельности предприятия;
- проведение анализа и оценки маркетинговой деятельности туристского предприятия;
- формирование навыков проектирования рекламной деятельности и деятельности по связям с общественностью;
- развитие навыков принятия оперативных решений в рекламной деятельности и деятельности по связям с общественностью;
- выполнение конкретного исследования в соответствии с индивидуальным заданием руководителя практики;
- сбор и структурирование практического материала для подготовки выпускной квалификационной работы.

## 2. Место практики в структуре образовательной программы

Вид практики: производственная.

Тип практики: преддипломная.

Способ проведения: **стационарная**

Форма проведения:

дискретная – путем выделения непрерывного периода учебного времени для проведения практики

Общая трудоемкость практики составляет:

**9 зачетных единиц**

324 часов

6 недель.

Производственная практика (преддипломная) относится к обязательной части Блока 2 «Практики» ОПОП реализуемой по направлению подготовки 42.03.01. Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата).

Прохождение практики предусматривает:

а) Контактную работу\_(практические занятия)- 2 ч.,  
КСРИФ – 1 ч.

б) Иную форму работы студента во время практики – 319 ч. (работа во взаимодействии с руководителем от профильной организации, работа с источниками и литературой в онлайн- и офлайн-библиотеках, самостоятельная работа над отчетом, подготовка к собеседованию)

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

Для успешного прохождения практики студентам необходима база теоретических и прикладных знаний, заложенная в процессе изучения курсов «Теория и практика медиакommunikаций», «Теория и практика связей с общественностью», «Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью», «Организация и проведение коммуникационных кампаний», «Современные технологии PR», «Планирование и организация PR компаний», «Бизнес-планирование рекламной деятельности» и др.

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

### 3. Место и сроки проведения практики

Продолжительность практики для всех форм обучения составляет 6 недель, сроки проведения в соответствии с учебными планами:

| Форма обучения | Курс (семестр)    |
|----------------|-------------------|
| очная          | 4 курс, 8 семестр |
| заочная        | 5 курс, 9 семестр |

Практика проводится в отделах по связям с общественностью, пресс-службах государственных и муниципальных структур, коммерческих, общественных организаций, рекламных агентствах г. Дзержинска, в средствах массовой информации, в том числе корпоративных медиа, а также в брендовых представительствах организаций в социальных медиа и др. Например: ООО «ПрофитМедиа», ООО «Яркий мир», ПАО «Промсвязьбанк», ЗАО «ТК «Дзержинск», ООО «Либхерр-Нижний Новгород», ООО «Тосол-Синтез», ООО «МедиаТранс», Акционерное общество «Научно-исследовательский институт химии и технологии полимеров имени академика В.А. Каргина с опытным заводом», Управление Министерства внутренних дел Российской Федерации по г. Дзержинску, Администрация Володарского муниципального района Нижегородской области и др.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья выбор мест прохождения практик должен учитывать состояние здоровья и требования по доступности.

### 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.

В результате обучения студенты **получают представление** об организационных основах рекламной деятельности и деятельности по связям с общественностью, структуре рекламной отрасли, особенностях правовых и хозяйственных отношений между участниками рекламной и PR-деятельности, составе рекламного продукта и его составных элементов; функциях менеджмента, формах управления предприятиями;

**учатся** составлять договорную документацию, компетентно определять необходимую структуру и содержание рекламного продукта;

вырабатывают **навыки** создания новых рекламных продуктов, оценки удовлетворенности потребителей услугами рекламной индустрии, анализа и составления договорной документации; навыками формирования и продвижения рекламных и PR-услуг.

**Таблица 1**

| <b>Формируемые компетенции</b><br>(код, содержание компетенции)   | <b>Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции</b>  |  |
|---|---|--|
|   | <b>Индикатор достижения компетенции</b><br>(код, содержание индикатора)   | <b>Результаты обучения по дисциплине</b>   |
| УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач   | УК-1.2 Имеет практический опыт работы с информационными объектами и сетью Интернет, опыт библиографического разыскания, создания научных текстов.   | <b>Уметь</b> применять методы работы с информационными объектами и сетью Интернет;<br><br><b>Знать</b> методы работы с информационными объектами и сетью Интернет;<br><b>Владеть</b> практическим опытом работы с информационными объектами и сетью Интернет, опыт библиографического разыскания, создания научных текстов.  |
| УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде  | УК-3.1 Знает различные приемы и способы социализации личности и социального взаимодействия.   | <b>Уметь</b> применять различные приемы и способы социализации личности и социального взаимодействия;<br><b>Знать</b> различные приемы и способы социализации личности и социального взаимодействия;<br><b>Владеть</b> навыками формирования отношений с окружающими людьми, с коллегами;  |
| ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, | ОПК-1.2. (по направлению подготовки "Реклама и связи с общественностью") Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в | <b>Уметь</b> 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;<br><b>Знать</b> нормы литературного языка и основы культуры речи, нормы письменной речи и законы ее функционирования на высоком уровне; жанры и нормы иностранного языков, особенности иных знаковых систем; основные понятия стилистики; основы литературного редактирования и копирайтинга;<br><b>Владеть</b> практическим опытом 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. |

|   |  |  |
|---|--|--|
| особенностями<br>иных знаковых<br>систем  | соответствии с<br>нормами русского<br>и иностранного<br>языков,<br>особенностями<br>иных знаковых<br>систем  |  |
| ОПК-2. Способен<br>учитывать<br>тенденции<br>развития<br>общественных и<br>государственных<br>институтов для их<br>разностороннего<br>освещения в<br>создаваемых<br>медиа текстах и<br>(или)<br>медиа продуктах, и<br>(или)<br>коммуникационны<br>х продуктах | ОПК-2.2. (по<br>направлению<br>подготовки<br>"Реклама и связи с<br>общественностью<br>)" Способен<br>учитывать<br>основные<br>тенденции<br>развития<br>общественных и<br>государственных<br>институтов при<br>создании текстов<br>рекламы и связей<br>с<br>общественностью<br>и/или<br>коммуникационн<br>ых продуктов. | <p><b>Уметь</b> учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов;<br/>- осуществлять профессиональные функции в рамках деятельности отдела рекламы и отдела по связям с общественностью в различных структурах</p> <p><b>Знать</b> основные категории и понятия государственного и муниципального управления, систему государственных и общественных институтов, а также тенденции их развития;<br/>- специфику организации и функционирования отдела рекламы и отдела по связям с общественностью в различных структурах</p> <p><b>Владеть</b> практическим опытом создавать тексты рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом основных тенденций развития общественных и государственных институтов;<br/>- анализа и самоанализа в системе реализации профессиональных функций в процессе деятельности отдела рекламы и отдела по связям с общественностью в различных структурах</p> |
| ОПК-3. Способен<br>использовать<br>многообразие<br>достижений<br>отечественной и<br>мировой культуры<br>в процессе<br>создания<br>медиа текстов и<br>(или)<br>медиа продуктов,<br>и (или)<br>коммуникационн<br>ых продуктов                                   | ОПК-3.1.(общий<br>по УГСН)<br>Демонстрирует<br>кругозор в сфере<br>отечественного и<br>мирового<br>культурного<br>процесса   | <p><b>Уметь</b> ориентироваться в основных этапах и процессах развития 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><b>Знать</b> 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;</p> <p><b>Владеть</b> навыками анализа и самоанализа в процессе использования в профессиональной деятельности знаний об основных этапах и процессах развития отечественной и зарубежной теории и практики рекламы и связей с общественностью, отечественной и зарубежной журналистики, отечественного и мирового культурного процесса.</p>  |
| ОПК-4. Способен<br>отвечать на<br>запросы и<br>потребности<br>общества и  | ОПК-4.2.(по<br>направлению<br>подготовки<br>"Реклама и связи с<br>общественностью  | <b>Уметь</b> использовать в профессиональной деятельности основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности; уметь учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с   |

|  |   |  |
|--|---|--|
| аудитории в профессиональной деятельности  | " ) Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов   | общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов;<br><b>Знать</b> специфику и основные характеристики целевой аудитории, знать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности;<br><b>Владеть</b> 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.  |
| ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования | ОПК-5.2.(по направлению подготовки "Реклама и связи с общественностью" )<br>Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы | <b>Уметь</b> осуществлять свои профессиональные функции во всех сферах жизнедеятельности общества с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы;<br><b>Знать</b> теоретические основы рекламы и PR; принципы и правила создания рекламы и принципы работы в сфере связей с общественностью;<br><b>Владеть</b> навыками формирования общественного мнения, приемами создания рекламы, производства коммуникационного продукта в сфере связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы. |
| ОПК-6. Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные   | ОПК-6.2. (по направлению подготовки "Реклама и связи с общественностью" )<br>Применяет современные  | <b>Уметь</b> применять современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов;<br><b>Знать</b> основы компьютерной грамотности, технические и программные средства подготовки презентаций, текстовых документов и электронных таблиц; технологию поиска информации в Интернет; основные методы и средства   |

|  |  |  |
|--|--|--|
| ые технологии  | цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов  | обработки, хранения, передачи и накопления информации; знать современные цифровые технологии и программное обеспечение в сфере рекламы и связей с общественностью; <b>Владеть</b> 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.  |
| ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности | ОПК-7.2.(по направлению подготовки "Реклама и связи с общественностью")<br>Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом | <b>Уметь</b> осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом;<br><b>Знать</b> 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 социальной ответственности, принятыми профессиональным сообществом;<br><b>Владеть</b> навыком отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом. |
| ПКО-1. Способен организовывать процесс создания коммуникационного продукта и (или) мероприятия                                   | ПКО-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии;   | <b>Знать</b> основные теоретические и практические аспекты планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий<br><b>Уметь</b> использовать в практической деятельности знания о теоретических и практических аспектах планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий;<br><b>Владеть</b> практическими навыками участия в планировании и организации коммуникационных кампаний и мероприятий;   |
| ПКО-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом   | ПКО-2.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей  | <b>Знать</b> специфику проведения коммуникационных кампаний и мероприятий в различных областях социально-экономической и общественной жизни;<br><b>Уметь</b> использовать в практической деятельности знания о специфике проведения коммуникационных кампаний и  |

|  |  |   |
|--|--|---|
| специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта   | с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта;  | мероприятий в различных областях социально-экономической и общественной жизни;<br><b>Владеть</b> навыками практического участия в проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в различных областях социально-экономической и общественной жизни;   |
| ПКО-3.<br>Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта          | ПКО-3.2.<br>Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта; | <b>Знать</b> методы и технологии проведения маркетинговых исследований;<br><b>Уметь</b> использовать знания о методах и технологиях проведения маркетинговых исследований в практической деятельности;<br><b>Владеть</b> навыками проведения самостоятельных маркетинговых исследований;  |
| ОПК ОС-8.<br>Способен к ведению инновационно-предпринимательской деятельности в сфере массовых коммуникаций и информационно-библиотечного дела | ОПК ОС-8.2<br>Понимает специфику использования методов ведения инновационно-предпринимательской деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью. | <b>Уметь</b> определять оптимальные способы ведения инновационно-предпринимательской деятельности в сфере массовых коммуникаций и информационно-библиотечного дела.<br><b>Знать</b> новые формы и методы организации, регламентации деятельности, изменение соотношения сфер управленческого влияния, структурных подразделений, отдельных организаций в сфере массовых коммуникаций и информационно-библиотечного дела<br><b>Владеть</b> навыками управления и менеджмента данных ресурсов инновационного развития научно-технической деятельности подразделений, отдельных организаций в сфере массовых коммуникаций и информационно-библиотечного дела |

## 5. Содержание практики

Процесс прохождения практики состоит из этапов:

- подготовительный;
- основной;
- заключительный.

### Технологическая карта

| п/п | Этап | Содержание этапа | Трудоемкость (часов/неделя) |
|-----|------|------------------|-----------------------------|
|-----|------|------------------|-----------------------------|



|   |                 |  |                 |
|---|-----------------|--|-----------------|
| 1 | Организационный | <p>Студент:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- получает в предписание на практику;</li> <li>- получает на кафедре индивидуальное задание на преддипломную практику,</li> <li>- знакомится с условиями, целями, задачами практики,</li> <li>-изучает программу практики,</li> <li>-требования к оформлению отчетных документов,</li> <li>-изучает на сайте кафедры методические рекомендации по преддипломной практике,</li> <li>- определяет базу прохождения практики,</li> <li>-согласовывает с преподавателем кафедры время и форму проведения консультационных занятий,</li> <li>- проходит инструктаж по технике безопасности,</li> <li>- составляет индивидуальный план-график</li> <li>-разрабатывает совместно с руководителем практики от вуза программу будущего дипломного исследования.</li> </ul> | 4 часа          |
| 2 | Основной        | <p>Студент осуществляет сбор фактографического и статистического материала, проводит опросы и другие мероприятия согласно программе дипломного исследования.</p> <p>Режим работы студентов согласуется с расписанием работы предприятия и правилами внутреннего распорядка. Рабочий день студента на практике – 6 часов. Обеденный перерыв определяется по согласованию с базой практики. Выполненная работа ежедневно сверяется с индивидуальным планом-графиком. Консультируется с руководителями практики от вуза и базового предприятия.</p>   | 319 ч.          |
| 3 | Заключительный  | - сдача зачета по практике (1 ч.)  | 1 ч.            |
|   | <b>ИТОГО:</b>   |  | 324 ч. / 6 нед. |

## 6. Форма отчетности

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

- индивидуальное задание
- рабочий график(план)
- предписание
- письменный отчет (в формате реферата)
- титульный лист

Формой промежуточной аттестации по практике является зачет (зачет с оценкой).

По результатам проверки отчетной документации и собеседования (п.10.2.3. РПП) выставляется оценка.

## **7. Учебно-методическое и информационное обеспечение**

### **7.1 Основная учебная литература**

1. Архангельская И.Б. Интегрированные маркетинговые коммуникации [Электронный ресурс] /Архангельская И.Б., МезинаЛ.Г., Архангельская А.С. - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 171 с.: 60х90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат) (Переплёт) ISBN 978-5-369-01485-1(доступно в ЭБС «Znaniy.com», Режим доступа <http://znanium.com/bookread2.php?book=517067>)
2. Кузнецов П.А. Publik Relations. Связи с общественностью для бизнеса: практические приемы и технологии / П.А. Кузнецов. - Самара: Дашков и К, 2013. - 296 с.; . - ISBN 5-39401183-2.
3. Организация и практика работы рекламного агентства: Учебник для бакалавров/В.А.Евстафьев - М.: Дашков и К, 2016. - 512 с.: 60х90 1/16 (Переплёт) ISBN 978-5-394-02549-5, 1000 экз. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/520466>
4. Рекламная деятельность: Учебник / Ю.В. Гусаров, Л.Ф. Гусарова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 313 с.: 60х90 1/16 + ( Доп. мат. znaniy.com). - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-005525-1 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/3421>
5. Рекламный менеджмент: Учебное пособие / В.А. Поляков, А.А. Романов. - М.: КУРС: НИЦ Инфра-М, 2015. - 352 с.: 60х90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-905554-07-0 Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/257602>
6. Связи с общественностью. Теория, практика, коммуникативные стратегии: учебное пособие / Под ред. В.М. Горохова. - М.: Аспект Пресс, 2013. - 198 с. ; . – ISBN 5-7567-598-0."
7. Связи с общественностью: стратегическое управление коммуникациями: учебное пособие / под ред. Л.С. Сальниковой; Московский государственный институт международных отношений (Университет) МИД России. - Москва; Берлин: ДиректМедиа, 2017. – 445 с. : ил., табл. - Библиогр. В кн. – ISBN 978-5-4475-9406-0; [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=480378>.

### **7.2. Дополнительная учебная, научная и методическая литература**

1. Рекламная деятельность в торговле: Учебник / В.Н. Хапенков, Г.Г. Иванов, Д.В. Федюнин. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ Инфра-М, 2013. - 368 с.: 60х90 1/16. - (Высшее образование). (переплет) ISBN 978-5-8199-0533-3 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/371157>
2. Рекламная и маркетинговая поддержка нового товара при выводе на российский рынок [Интернет-журнал "Науковедение", Вып. 2 (21), 2014, стр. -] Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/482294>
3. ГОСТ 7.1–2003. Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/1200034383>
4. ГОСТ Р 7.05–2008. Библиографическая ссылка. Общие требования и правила

составления. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/gost-r-7-0-5-2008>

### 7.3. Ресурсы сети Интернет

1. АКАР (Ассоциация коммуникационных Агентств России) [электронный ресурс] Режим доступа <http://www.akarussia.ru/> — Загл. с экрана.
2. Портал специалистов по рекламе, маркетингу, PR [электронный ресурс] // Режим доступа [www.sostav.ru](http://www.sostav.ru), . — Загл. с экрана. Сайт специалистов в области рекламы и связей с общественностью [электронный ресурс] Режим доступа // [www.advertology.ru](http://www.advertology.ru). — Загл. с экрана.
3. Фонд образовательных электронных ресурсов ННГУ Электронный ресурс [Электронный ресурс]. <http://www.unn.ru/books/resources.html> - Загл. с экрана.
4. <http://www.unn.ru/books/resources.html> Фонд электронных образовательных ресурсов ННГУ
5. <http://znaniyum.com/> Электронно-библиотечная система «Знаниум»
6. <http://e.lanbook.com> Электронно-библиотечная система «Лань»
7. <http://www.studentlibrary.ru/> Электронно-библиотечная система «Консультант студента»
8. <https://biblio-online.ru/> Электронно-библиотечная система «Юрайт»

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

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

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

*Для самостоятельной работы:*

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

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

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

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

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

Аудитория для проведения занятий лекционного типа; аудитория для промежуточной аттестации; помещение для самостоятельной работы (компьютер с доступом к сети Интернет: доступ к электронным библиотечным системам, доступ в электронную образовательную среду организации для работы над отчетом).

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

10.1. Паспорт фонда оценочных средств производственной преддипломной практики по направлению «Реклама и связи с общественностью»

| № | Формируемые | Планируемые результаты обучения по дисциплине | Наименован |
|---|-------------|---|------------|
|---|-------------|---|------------|

| п/<br>п | компетенции<br>(код,<br>содержание<br>компетенции)  | (модулю), в соответствии с индикатором достижения<br>компетенции   |  | не<br>оценочного<br>средства            |
|---------|---|--|--|---|
|         |   | Индикатор<br>достижения<br>компетенции<br>(код, содержание<br>индикатора)  | Планируемые результаты обучения  |   |
| 1       | УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач                           | УК-1.2 Имеет практический опыт работы с информационными объектами и сетью Интернет, опыт библиографического разыскания, создания научных текстов.                            | <b>Уметь</b> применять методы работы с информационными объектами и сетью Интернет;   | <i>Отчет по практике, собеседование</i> |
|         |   |  | <b>Знать</b> методы работы с информационными объектами и сетью Интернет;   | <i>Отчет по практике, собеседование</i> |
|         |   |  | <b>Владеть</b> практическим опытом работы с информационными объектами и сетью Интернет, опыт библиографического разыскания, создания научных текстов.  | <i>Отчет по практике, собеседование</i> |
|         |   |  | <b>Мотивация</b> (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи   | <i>Отчет по практике, собеседование</i> |
| 2       | УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде  | УК-3.1 Знает различные приемы и способы социализации личности и социального взаимодействия.  | <b>Уметь</b> применять различные приемы и способы социализации личности и социального взаимодействия;  | <i>Отчет по практике, собеседование</i> |
|         |   |  | <b>Знать</b> различные приемы и способы социализации личности и социального взаимодействия;  | <i>Отчет по практике, собеседование</i> |
|         |   |  | <b>Владеть</b> навыками формирования отношений с окружающими людьми, с коллегами;  | <i>Отчет по практике, собеседование</i> |
|         |   |  | <b>Мотивация</b> (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи   | <i>Отчет по практике, собеседование</i> |
| 3       | ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами | ОПК-1.2. (по направлению подготовки "Реклама и связи с общественностью")<br>Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных | <b>Уметь</b> 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;  | <i>Отчет по практике, собеседование</i> |
|         |   |  | <b>Знать</b> нормы литературного языка и основы культуры речи, нормы письменной речи и законы ее функционирования на высоком уровне; жанры и нормы иностранного языков, особенности иных знаковых систем; основные понятия стилистики; основы литературного редактирования и копирайтинга; | <i>Отчет по практике, собеседование</i> |

|   |  |   |  |   |
|---|--|---|--|---|
|   | русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем   | ых продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем  |  |   |
|   |  |   | <b>Владеть</b> практическим опытом 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.  | <i>Отчет по практике, собеседование</i> |
|   |  |   | <b>Мотивация</b> (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи   | <i>Отчет по практике, собеседование</i> |
| 4 | 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-2.2. (по направлению подготовки "Реклама и связи с общественностью") Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов. | <b>Уметь</b> учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов;<br>- осуществлять профессиональные функции в рамках деятельности отдела рекламы и отдела по связям с общественностью в различных структурах   | <i>Отчет по практике, собеседование</i> |
|   |  |   | <b>Знать</b> основные категории и понятия государственного и муниципального управления, систему государственных и общественных институтов, а также тенденции их развития;<br>- специфику организации и функционирования отдела рекламы и отдела по связям с общественностью в различных структурах   | <i>Отчет по практике, собеседование</i> |
|   |  |   | <b>Владеть</b> практическим опытом создавать тексты рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом основных тенденций развития общественных и государственных институтов;<br>- анализа и самоанализа в системе реализации профессиональных функций в процессе деятельности отдела рекламы и отдела по связям с общественностью в различных структурах | <i>Отчет по практике, собеседование</i> |
|   |  |   | <b>Мотивация</b> (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи   | <i>Отчет по практике, собеседование</i> |
| 5 | ОПК-3. Способен использовать   | ОПК-3.1. (общий по УГСН) Демонстрирует кругозор в   | <b>Уметь</b> ориентироваться в основных этапах и процессах развития отечественной и зарубежной литературы и журналистики, отечественного и мирового культурного  | <i>Отчет по практике, собеседование</i> |

|   |  |   |   |   |
|---|--|---|---|---|
|   | многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов | сфере отечественного и мирового культурного процесса  | процесса и использовать знания и опыт прошлого в практике профессиональной деятельности;  |   |
|   |  |   | <b>Знать</b> основные этапы и процессы развития отечественной и зарубежной литературы и журналистики, отечественного и мирового культурного процесса;   | <i>Отчет по практике, собеседование</i> |
|   |  |   | <b>Владеть</b> навыками анализа и самоанализа в процессе использования в профессиональной деятельности знаний об основных этапах и процессах развития отечественной и зарубежной литературы и журналистики, отечественного и мирового культурного процесса  | <i>Отчет по практике, собеседование</i> |
| 6 | ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности   | ОПК-4.2.(по направлению подготовки "Реклама и связи с общественностью") Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов | <b>Уметь</b> использовать в профессиональной деятельности основные инструменты поиска информации о текущих 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; | <i>Отчет по практике, собеседование</i> |
|   |  |   | <b>Знать</b> специфику и основные характеристики целевой аудитории, знать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности;  | <i>Отчет по практике, собеседование</i> |
|   |  |   | <b>Владеть</b> 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.   | <i>Отчет по практике, собеседование</i> |
|   |  |   | Мотивация (личностное отношение):<br><b>учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи</b>   | <i>Отчет по практике, собеседование</i> |

|   |   |  |  |   |
|---|---|--|--|---|
| 7 | ОПК-5.<br>Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования | ОПК-5.2.(по направлению подготовки "Реклама и связи с общественностью")<br>Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы | <b>Уметь</b> осуществлять свои профессиональные функции во всех сферах жизнедеятельности общества с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы;  | <i>Отчет по практике, собеседование</i> |
|   |   |  | <b>Знать</b> теоретические основы рекламы и PR; принципы и правила создания рекламы и принципы работы в сфере связей с общественностью;  | <i>Отчет по практике, собеседование</i> |
|   |   |  | <b>Владеть</b> навыками формирования общественного мнения, приемами создания рекламы, производства коммуникационного продукта в сфере связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.   | <i>Отчет по практике, собеседование</i> |
|   |   |  | <b>Мотивация</b> (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи   | <i>Отчет по практике, собеседование</i> |
| 8 | ОПК-6.<br>Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии  | ОПК-6.2. (по направлению подготовки "Реклама и связи с общественностью")<br>Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов                  | <b>Уметь</b> применять современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов;  | <i>Отчет по практике, собеседование</i> |
|   |   |  | <b>Знать</b> 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; | <i>Отчет по практике, собеседование</i> |
|   |   |  | <b>Владеть</b> 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.   | <i>Отчет по практике, собеседование</i> |

|    |  |  |  |   |
|----|--|--|--|---|
|    |  |  | <b>Мотивация</b> (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи   | <i>Отчет по практике, собеседование</i> |
| 9  | ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности | ОПК-7.2.(по направлению подготовки "Реклама и связи с общественностью")<br>Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом | <b>Уметь</b> осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом;  | <i>Отчет по практике, собеседование</i> |
|    |  |  | <b>Знать</b> 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 социальной ответственности, принятыми профессиональным сообществом; | <i>Отчет по практике, собеседование</i> |
|    |  |  | <b>Владеть</b> навыком отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом.  | <i>Отчет по практике, собеседование</i> |
|    |  |  | <b>Мотивация</b> (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи   | <i>Отчет по практике, собеседование</i> |
| 10 | ПКО-1. Способен организовывать процесс создания коммуникационного продукта и мероприятия   | ПКО-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии;   | <b>Знать</b> основные теоретические и практические аспекты планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий  | <i>Отчет по практике, собеседование</i> |
|    |  |  | <b>Уметь</b> использовать в практической деятельности знания о теоретических и практических аспектах планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий;   | <i>Отчет по практике, собеседование</i> |
|    |  |  | <b>Владеть</b> практическими навыками участия в планировании и организации коммуникационных кампаний и мероприятий;  | <i>Отчет по практике, собеседование</i> |



|    |   |   |  |   |
|----|---|---|--|---|
|    |   |   | <b>Мотивация</b> (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи   | <i>Отчет по практике, собеседование</i> |
| 11 | ПКО-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта | ПКО-2.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта; | <b>Знать</b> специфику проведения коммуникационных кампаний и мероприятий в различных областях социально-экономической и общественной жизни;   | <i>Отчет по практике, собеседование</i> |
|    |   |   | <b>Уметь</b> использовать в практической деятельности знания о специфике проведения коммуникационных кампаний и мероприятий в различных областях социально-экономической и общественной жизни; | <i>Отчет по практике, собеседование</i> |
|    |   |   | <b>Владеть</b> навыками практического участия в проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в различных областях социально-экономической и общественной жизни;                          | <i>Отчет по практике, собеседование</i> |
|    |   |   | <b>Мотивация</b> (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи   | <i>Отчет по практике, собеседование</i> |
| 12 | ПКО-3. Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта                  | ПКО-3.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта;                             | <b>Знать</b> методы и технологии проведения маркетинговых исследований;  | <i>Отчет по практике, собеседование</i> |
|    |   |   | <b>Уметь</b> использовать знания о методах и технологиях проведения маркетинговых исследований в практической деятельности;  | <i>Отчет по практике, собеседование</i> |
|    |   |   | <b>Владеть</b> навыками проведения самостоятельных маркетинговых исследований;   | <i>Отчет по практике, собеседование</i> |
|    |   |   | <b>Мотивация</b> (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи   | <i>Отчет по практике, собеседование</i> |

|    |  |  |  |                                  |
|----|--|--|--|----------------------------------|
| 13 | ОПК ОС-8.<br>Способен к ведению инновационно-предпринимательской деятельности в сфере массовых коммуникаций и информационно-библиотечного дела | ОПК ОС-8.2<br>Понимает специфику использования методов ведения инновационно-предпринимательской деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью. | <b>Уметь</b> определять оптимальные способы ведения инновационно-предпринимательской деятельности в сфере массовых коммуникаций и информационно-библиотечного дела.  | Отчет по практике, собеседование |
|    |  |  | <b>Знать</b> новые формы и методы организации, регламентации деятельности, изменение соотношения сфер управленческого влияния, структурных подразделений, отдельных организаций в сфере массовых коммуникаций и информационно-библиотечного дела | Отчет по практике, собеседование |
|    |  |  | <b>Владеть</b> навыками управления и менеджмента данных ресурсов инновационного развития научно-технической деятельности подразделений, отдельных организаций в сфере массовых коммуникаций и информационно-библиотечного дела                   | Отчет по практике, собеседование |
|    |  |  | <b>Мотивация</b> (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи   | Отчет по практике, собеседование |

### Критерии и шкалы для интегрированной оценки уровня сформированности компетенций:

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

|  |  |   |  |  |  |  |  |
|--|--|---|--|--|--|--|--|
|  | собеседования  |   |  |  |  |  |  |
| <b>Мотивация (личностное отношение)</b>            | 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  |
| <b>Характеристики сформированности компетенции</b> | 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 |
| <b>Уровень сформированности компетенций</b>        | Нулевой  | Низкий  | Ниже среднего  | Средний  | Выше среднего  | Высокий  | Очень высокий  |
|  | низкий   |   | достаточный  |  |  |  |  |

### Критерии итоговой оценки результатов практики

Критериями оценки результатов прохождения обучающимися практики являются сформированность предусмотренных программой компетенций, т.е. полученных теоретических знаний, практических навыков и умений (самостоятельность, творческая активность, владение методиками сбора, обработки и анализа информации, владение научной методологией, навыками написания, редактирования текста научной работы).

| Оценка            | Уровень подготовки   |
|-------------------|--|
| Превосходно       | Предусмотренные программой практики результаты обучения в рамках компетенций достигнуты. Обучающийся демонстрирует высокий уровень подготовки, творческий подход к решению нестандартных ситуаций во время выполнения индивидуального задания. Обучающийся активно работал в течение всего периода практики, успешно принимал участие в студенческих научных мероприятиях, представил полный отчет, соответствующий всем содержательным, стилистическим, формальным требованиям, без ошибок. |
| Отлично           | Предусмотренные программой практики результаты обучения в рамках компетенций достигнуты. Обучающийся демонстрирует высокий уровень подготовки. Обучающийся активно работал в течение всего периода практики, представил полный отчет, соответствующий всем требованиям, без ошибок.  |
| Очень хорошо      | Предусмотренные программой практики результаты обучения в рамках компетенций достигнуты. Обучающийся демонстрирует хорошую подготовку. Обучающийся хорошо работал в течение всего периода практики, представил отчет, соответствующий всем требованиям, без значительного количества ошибок.   |
| Хорошо            | Предусмотренные программой практики результаты обучения в рамках компетенций достигнуты практически полностью. Обучающийся демонстрирует в целом хорошую подготовку, но при подготовке отчета по практике и проведении собеседования допускает заметные ошибки или недочеты. Обучающийся хорошо работал в течение всего периода практики, представил отчет, соответствующий требованиям, без грубых ошибок.  |
| Удовлетворительно | Предусмотренные программой практики результаты обучения в рамках компетенций в целом достигнуты, но имеются явные недочеты в демонстрации умений и навыков. Обучающийся показывает минимальный уровень теоретических знаний, делает существенные ошибки при выполнении индивидуального задания, но при ответах на наводящие вопросы во время собеседования, может правильно сориентироваться и в общих чертах дать правильный ответ. Обучающийся имел пропуски в                             |

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

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

### 10.2.1. Требования к отчету по практике

#### Перечень отчетной документации и правила ее составления

По окончании практики студент представляет руководителю практики:

#### 1. Предписание (Приложение 3) с заполненной второй страницей, содержащее

- место и сроки прохождения практики, заверенные подписями руководителя практики;
- краткую характеристику работы студента от руководителя от ННГУ, характеризующую процесс прохождения практики, степень его мотивированности, ответственности, добросовестности выполнения заданий в ходе подготовки ВКР и сопровождается предварительной оценкой, которая учитывается при формировании окончательной оценки за практику.

#### 2. Индивидуальное задание (Приложение 2), разработанное руководителем практики от ННГУ и подписанное студентом.

#### 3. Рабочий план (график) (Приложение 4), разработанный руководителем практики от ННГУ.

#### 4. Отчет по практике должен содержать

- обоснование актуальности темы ВКР,
- оценку ее новизны,
- определение целей, задач,
- формулировку предмета, объекта исследования,
- уровень степени научной разработанности темы (обзор литературы),
- обоснование эмпирической базы исследования
- перечень научных методов, примененных в работе,
- характеристику практической значимости исследования,
- описание структуры ВКР
- краткое изложение полученных результатов.

#### 5. Титульный лист (Приложение 1)

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

| №  | Вопрос   | Код компетенции<br>(согласно РПП)                  |
|----|--|--|
| 1. | Сведения об истории организации, основных направлениях ее деятельности   | ОПК-2  |
| 2. | Основные нормативно-правовые документы, согласно которым организация осуществляет свою деятельность, ее организационно – правовая форма  | ОПК-5  |
| 3. | Структура организации. Краткое описание процесса управления персоналом в организации. Участие организации в международных, российских и региональных ассоциациях и союзах, регулирующих сферу связей с общественностью и рекламы, основные направления их деятельности | УК-3 ОПК-2<br>ОПК-3                                |
| 4. | Коммуникационная инфраструктура организации. Используемые каналы массовой коммуникации   | УК-3 ОПК-3   |
| 5. | Анализ Положения об отделе рекламы и связей с общественностью, должностных инструкций специалистов отдела. Особенности организации работы отдела рекламы и связей с общественностью, его роль и функции в организации  | УК-1 ОПК-2<br>ОПК-3 ОПК<br>ОС-8                    |
| 6. | Рекламные проекты организации, план рекламных мероприятий, медиаплан, бюджет. Разработка рекламного продукта   | ОПК-1. ОПК-3<br>ОПК-4 ОПК-6<br>ПКО-1. ПКО-2. ПКО-3 |
| 7. | Описание отдела, в котором студент проходил практику, и его взаимосвязь с другими отделами   | ОПК-2 ОПК<br>ОС-8                                  |
| 8. | Формулировка проблем исследуемого подразделения, разработка рекомендаций   | УК-1 ОПК-7   |

### 10.2.3. По итогам собеседования формируется окончательная оценка за практику.

В качестве Приложений к программе практики прилагаются образец титульного листа отчета по практике, бланк индивидуального задания на практику, бланк предписания на практику, бланк графика (плана) проведения практики.

Составитель:

к. ф. н. доцент кафедры ГПД Дзержинского филиала ННГУ Яковлева Е.И.

*Приложение 1. Образец титульного листа*

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

Институт филологии и журналистики

Кафедра журналистики

**ОТЧЕТ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКЕ**

студентки \_\_\_\_ курса,  
направление «Журналистика»  
Ивановой Татьяны Ивановны.  
Место практики:  
кафедра журналистики  
ИФиЖ ННГУ  
Руководитель практики:  
Кедяркин С.Н.

Нижний Новгород

20 \_\_\_\_



**Приложение 2. Бланк индивидуального задания на практику**

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования**

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

**ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ НА ПРОИЗВОДСТВЕННУЮ  
(ПРЕДДИПЛОМНУЮ) ПРАКТИКУ**  
(вид и тип)

Обучающийся \_\_\_\_\_  
(фамилия, имя, отчество полностью)

Курс \_\_\_\_\_

Институт филологии и журналистики

Форма обучения \_\_\_\_\_

Направление подготовки \_\_\_\_\_

Содержание задания на практику (перечень подлежащих рассмотрению вопросов):

---

---

---

---

---

---

---

---

Дата выдачи задания \_\_\_\_\_

Руководитель практики  
от ННГУ

\_\_\_\_\_

подпись

\_\_\_\_\_

И.О. Фамилия

**Ознакомлен:**  
Обучающийся

\_\_\_\_\_

подпись

\_\_\_\_\_

И.О. Фамилия

**Приложение 3. Бланк предписания на практику**  
**Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского**  
**Гагарина пр-т, д.23, Н. Новгород, 603950, телефон: 462-30-36**

---

Кафедра журналистики

**ПРЕДПИСАНИЕ НА ПРАКТИКУ № \_\_\_\_\_**

\_\_\_\_\_,  
(ФИО обучающегося полностью в именительном падеже)

Институт филологии и журналистики, \_\_\_\_\_ курс, направление подготовки

\_\_\_\_\_

направляется для прохождения \_\_\_\_\_ практики  
(указать вид и тип практики)

\_\_\_\_\_

В \_\_\_\_\_  
(указать место прохождения практики - профильную организацию / подразделение Университета))

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Начало практики \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. Окончание практики \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Директор Института филологии и  
журналистики

\_\_\_\_\_  
подпись

Л.И. Жуковская

Дата выдачи « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

## ОТМЕТКА О ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ

Приступил к практике  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.

Окончил практику  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ 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 от профильной организации \_\_\_\_\_  
прописью

\_\_\_\_\_  
должность

\_\_\_\_\_  
подпись

\_\_\_\_\_  
И.О. Фамилия

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_  
МП

---

### КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ИТОГАМ ПРАКТИКИ

(заполняется руководителем практики от ННГУ)

Оценка руководителя от ННГУ \_\_\_\_\_  
прописью

\_\_\_\_\_  
должность

\_\_\_\_\_  
подпись

\_\_\_\_\_  
И.О. Фамилия

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_

---

### ИТОГОВАЯ ОЦЕНКА ЗА ПРАКТИКУ:

\_\_\_\_\_  
(прописью)  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ г.

\_\_\_\_\_  
(подпись руководителя практики от ННГУ)

**Приложение 4. Бланк рабочего графика (плана)**  
**Рабочий график (план) проведения практики**  
*(для проведения практики в Университете)*

ФИО обучающегося: \_\_\_\_\_

Форма обучения: \_\_\_\_\_

Институт филологии и журналистики

Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»

Курс: \_\_\_\_\_

Место прохождения практики: \_\_\_\_\_  
*(наименование базы практики-структурного подразделения ННГУ)*

Руководитель практики от ННГУ \_\_\_\_\_  
*(Ф.И.О., должность)*

Вид и тип практики: производственная (преддипломная) практика

Срок прохождения практики: \_\_\_\_\_.

| Дата (период) | Содержание и планируемые результаты практики<br>(Характеристика выполняемых работ, мероприятия, задания, поручения и пр.) |
|---------------|---|
|               |   |
|               |   |
|               |   |
|               |   |
|               |   |
|               |   |

Руководитель практики от ННГУ \_\_\_\_\_  
*(ФИО, подпись)*