

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

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

**Институт филологии и журналистики**

**УТВЕРЖДЕНО**

Ученым советом ННГУ

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2022 г.

**ПРОГРАММА**

**ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**

Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности

Уровень высшего образования  
бакалавриат

---

(бакалавриат / магистратура / специалитет)

Направление подготовки / специальность  
42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

---

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

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

Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления

---

*(указывается профиль / магистерская программа / специализация)*

Форма обучения

Очная, заочная

---

*(очная / очно-заочная / заочная)*

Нижний Новгород

2022 год

## Лист актуализации

---

---

### Визирование РПП для исполнения в очередном учебном году

Председатель МК

\_\_\_ 20\_\_ г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для  
исполнения в 2022-2023 учебном году на заседании кафедры

\_\_\_\_\_  
Протокол от \_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_  
Зав. кафедрой \_\_\_\_\_

---

---

### Визирование РПП для исполнения в очередном учебном году

Председатель МК

\_\_\_ 20\_\_ г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для  
исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

\_\_\_\_\_  
Протокол от \_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_  
Зав. кафедрой \_\_\_\_\_

---

---

### Визирование РПП для исполнения в очередном учебном году

Председатель МК

\_\_\_ 20\_\_ г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для  
исполнения в 2024-2025 учебном году на заседании кафедры

\_\_\_\_\_  
Протокол от \_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_  
Зав. кафедрой \_\_\_\_\_

---

---

### Визирование РПП для исполнения в очередном учебном году

Председатель МК

\_\_\_ 20\_\_ г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для  
исполнения в 2025-2026 учебном году на заседании кафедры

\_\_\_\_\_  
Протокол от \_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_  
Зав. кафедрой \_\_\_\_\_

## 1. Цель практики

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

Задачами производственной практики являются:

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

## 2. Место практики в структуре образовательной программы

Вид практики: производственная.

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

Способ проведения: **стационарная/выездная**

Форма проведения:

дискретная – путем выделения непрерывного периода учебного времени для проведения практики

Общая трудоемкость практики составляет:

**6 зачетных единиц**

216 часов

4 недели.

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

Прохождение практики для очной формы обучения предусматривает:

а) Контактную работу (лекции)- 2 ч.,

КСР (прием зачета) – 1 ч.

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

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

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

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

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

### 3. Место и сроки проведения практики

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

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

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

### 4. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики

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

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

**Таблица 1**

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции	
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Планируемые результаты обучения при прохождении практики
ПКО-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с	ПКО-2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом	<b>Знать</b> основные принципы и приемы создания текстов рекламы и связей с общественностью; методы литературного редактирования и копирайтинга; <b>Уметь</b> использовать

учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта;	в практической деятельности основные принципы и приемы создания текстов рекламы и связей с общественностью; методы литературного редактирования и копирайтинга; <b>Владеть</b> навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга
ПКО-3. Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПКО-3.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами.	<b>Знать</b> методы и технологии организации и проведения социологических исследований;  <b>Уметь</b> использовать в практической деятельности методики и технологии организации и проведения социологических исследований;  <b>Владеть</b> навыками самостоятельной организации и проведения социологических исследований
ПКР-9. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.	ПКР-9.1. Анализирует коммуникационные аспекты работы организации (проекта).	<b>Знать</b> коммуникационные аспекты деятельности организации;  <b>Уметь</b> выстраивать внешние и внутренние коммуникации в рамках деятельности организации;  <b>Владеть</b> практическими навыками формирования внешних и внутренних коммуникаций в рамках деятельности организации;
ПКР-3. Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности;	ПКР-3.2. При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности.	<b>Знать</b> принципы открытости и корпоративной социальной ответственности в деятельности в области рекламы и связей с общественностью; <b>Уметь</b> при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опираться на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности; <b>Владеть</b> практическими навыками использования принципов открытости и корпоративной социальной ответственности в деятельности в области рекламы и связей с общественностью;
ПКО-1. Способен организовывать	ПКО-1.3. Участствует в организации	<b>Знать</b> основные теоретические и практические аспекты менеджмента организации и коммуникационного

процесс создания коммуникационного продукта и (или) мероприятия	внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	менеджмента, в том числе специфику организационно-управленческой работы с малыми коллективами; - теоретические аспекты формирования внешней и внутренней коммуникации организации; <b>Уметь</b> применять на практике основные теоретические и практические аспекты менеджмента организации и коммуникационного менеджмента, в том числе связанные со спецификой организационно-управленческой работы с малыми коллективами; - использовать в практической деятельности знания о специфике формирования и функционирования внешней и внутренней коммуникации организации; <b>Владеть</b> практической деятельностью, связанной с организационно-управленческой работой с малыми коллективами; - непосредственного участия в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации
ПКР-10. Способен учитывать в профессиональной деятельности специфику организационной структуры подразделения по связям с общественностью и рекламы.	ПКР-10.1. Реализует основные принципы и правила работы в рекламном (маркетинговом) отделе, отделе по связям с общественностью (пресс-службе);	<b>Знать</b> основные принципы и правила работы в рекламном (маркетинговом) отделе, отделе по связям с общественностью (пресс-службе);  <b>Уметь</b> учитывать в профессиональной деятельности специфику организационной структуры подразделения по связям с общественностью (пресс-службы), рекламного (маркетингового) отдела;  <b>Владеть</b> навыками выполнения профессиональных обязанностей в рамках организационной структуры подразделения по связям с общественностью (пресс-службы), рекламного (маркетингового) отдела;
ПКР-4. Способен соотносить деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с требованиями профессиональных этических стандартов.	ПКР-4.2. Демонстрирует понимание ответственности перед аудиторией в процессе продвижения коммуникационного продукта.	<b>Знать</b> положения деонтологических документов в области журналистики и массовых коммуникаций; <b>Уметь</b> применять принципы деонтологических документов в области журналистики и массовых коммуникаций, осознавать в процессе практической деятельности необходимость следования принципам социальной ответственности перед аудиторией; <b>Владеть</b> навыками рефлексии и саморефлексии осознания ответственности перед аудиторией в рамках анализа практической деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью;

ПКР-8. Способен продвигать индивидуальный и (или) коллективный проект в области рекламы и связей с общественностью путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации.	ПКР-8.1. Применяет на практике технологии продвижения продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации;	<b>Знать</b> технологии взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации; <b>Уметь</b> применять на практике технологии продвижения продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации; <b>Владеть</b> практическими навыками взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации в процессе продвижения коммуникационного продукта;
ПКР-11. Владеет навыками создания рекламного и PR-текста с учетом жанрово-стилевой и тематической специфики, а также требований разных типов СМИ;	ПКР-11.1. Создает рекламный и PR-текст, учитывая жанрово-стилевую и тематическую специфику коммуникационного продукта;	<b>Знать</b> специфику создания рекламного и PR-текста, жанрово-стилевые и тематические аспекты создания коммуникационного продукта; <b>Уметь</b> применять в практической деятельности теоретические основы создания рекламного и PR-текста; <b>Владеть</b> практическими навыками создания рекламного и PR-текста;
ПКР-12. Способен привлекать и удерживать внимание аудитории в процессе создания рекламного и коммуникационного продукта, используя методы сторителлинга, приемы структурирования материала и сочетания текстовых и	ПКР-12.1. Применяет на практике методы сторителлинга, сочетает текстовые и мультимедийные элементы в профессиональной деятельности;	<b>Знать</b> современные технологии сочетания текстовых и мультимедийных элементов публикации, в том числе в цифровой сфере, методы использования технологий сторителлинга; <b>Уметь</b> использовать в процессе создания коммуникационного продукта современные технологии сочетания текстовых и мультимедийных элементов публикации, в том числе в цифровой сфере; <b>Владеть</b> навыками применения в профессиональной деятельности современных технологий сочетания текстовых и мультимедийных элементов публикации, в том числе в цифровой сфере, технологий сторителлинга;

мультимедийных элементов.		
ПРК-13. Способен использовать стратегии и технологии медиапланирования в коммуникационной и рекламной деятельности;	ПРК-13.1. Осуществляет поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке;	<b>Знать</b> технологии поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке; <b>Уметь</b> использовать технологии поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке; <b>Владеть</b> практическими навыками поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке;
ПРК-14. Способен интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций, анализировать эффективность продвижения рекламного и коммуникационного продукта;	ПРК-14.1. Разрабатывает концепции продвижения продукта, формирует коммуникационные цели и маркетинговые стратегии;	<b>Знать</b> теоретические аспекты интегрированных маркетинговых коммуникаций, концепции продвижения коммуникационного продукта; <b>Уметь</b> в рамках должностных полномочий разрабатывать самостоятельные концепции продвижения коммуникационного продукта, формирует коммуникационные цели и маркетинговые стратегии; <b>Владеть</b> практическими навыками продвижения коммуникационного продукта, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий;

## 5. Содержание практики

Процесс прохождения практики состоит из этапов:

- подготовительный;
- основной;
- заключительный.

### Технологическая карта

Таблица 2

п/п	Этап	Содержание этапа	Трудоемкость (часов/неделя)
1	Организационный	- проведение организационного собрания - проведение инструктажа руководителем практики	2 часа



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

## 6. Форма отчетности

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

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

Формой промежуточной аттестации по практике является зачет с оценкой.

По результатам проверки отчетной документации и собеседования выставляется оценка.

## 7. Учебно-методическое и информационное обеспечение

### 7.1 Основная учебная литература

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

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

## 7.2. Дополнительная учебная, научная и методическая литература

1. Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017.[Электронный ресурс] Режим доступа:<https://biblio-online.ru/book/463D79D1-24A2-40AE-8D02-BC0595D90A1D>

2. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и pr-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — М. : Издательство Юрайт, 2018. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/86510952-F1FB-43E9-AC0B-27A3F64299D4>

3. Селиверстова Ю.А. PR-деятельность в туристическом бизнесе: учебно-метод. пособие // ФООР ННГУ, № 1267.16.03 [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.unn.ru/books/resources.html>

4. Синяева И.М. Паблик рилейшнз : Толковый словарь / Авт.-сост. И. М. Синяева. - М.:Дашков и К°, 2013.[Электронный ресурс] Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=430665>

5. Четвертков Н.В. Современная пресс-служба [Электронный ресурс] : Учеб. пособие для студентов вузов / Н. В. Четвертков. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Аспект Пресс, 2010. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756705812.html>

6. Щепилова, Г. Г. Реклама: учебник для академического бакалавриата / Г. Г. Щепилова, К. В. Щепилов. — М.: Издательство Юрайт, 2018. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/5B5AE353-53DD-40E6-AEE5-60670F5234CE>

## 7.3 Ресурсы сети Интернет

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Для самостоятельной работы:

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

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

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

Доступ к электронным библиотечным системам ЭБС Консультант студента, ЭБС Лань, ЭБС Znanium.com, ЭБС Юрайт (Договор № 342-3К-17/5-100 (5.3.3) от 19.12.2017 Договор № 349-3К-

17/5-100(2016) (5.3.3) от 22.12.2017, Договор № 344-ЗК-17/5-100(2016)(5.3.3) от 22.12.2017  
 Договор № 332-ЗК-17/5-100 (5.3.3) от 18.12.2017, Договор № 115-17-ЕП от 25.12.2017)

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

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

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

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

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

№ п / п	Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства
		Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Планируемые результаты обучения при прохождении практики	
I	ПКО-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПКО-2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта;	<b>Знать</b> основные принципы и приемы создания текстов рекламы и связей с общественностью; методы литературного редактирования и копирайтинга;	Эссе, портфолио, собеседование
			<b>Уметь</b> использовать в практической деятельности основные принципы и приемы создания текстов рекламы и связей с общественностью; методы литературного редактирования и копирайтинга;	Эссе, портфолио, собеседование
			<b>Владеть</b> навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга	Эссе, портфолио, собеседование
			<b>Мотивация</b> (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи	Эссе, портфолио, собеседование

2	ПКО-3. Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПКО-3.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами.	<b>Знать</b> методы и технологии организации и проведения социологических исследований;	Эссе, портфолио, собеседование
			<b>Уметь</b> использовать в практической деятельности методики и технологии организации и проведения социологических исследований;	Эссе, портфолио, собеседование
			<b>Владеть</b> навыками самостоятельной организации и проведения социологических исследований	Эссе, портфолио, собеседование
			<b>Мотивация</b> (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи	Эссе, портфолио, собеседование
3	ПКР-9. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.	ПКР-9.1. Анализирует коммуникационные аспекты работы организации (проекта).	<b>Знать</b> коммуникационные аспекты деятельности организации;	Эссе, портфолио, собеседование
			<b>Уметь</b> выстраивать внешние и внутренние коммуникации в рамках деятельности организации;	Эссе, портфолио, собеседование
			<b>Владеть</b> практическими навыками формирования внешних и внутренних коммуникаций в рамках деятельности организации;	Эссе, портфолио, собеседование
			<b>Мотивация</b> (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи	Эссе, портфолио, собеседование
4	ПКР-3. Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности;	ПКР-3.2. При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на	<b>Знать</b> принципы открытости и корпоративной социальной ответственности в деятельности в области рекламы и связей с общественностью;	Эссе, портфолио, собеседование
			<b>Уметь</b> при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опираться на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности;	Эссе, портфолио, собеседование

		принципы открытости и корпоративной социальной ответственности.	<b>Владеть</b> практическими навыками использования принципов открытости и корпоративной социальной ответственности в деятельности в области рекламы и связей с общественностью;	Эссе, портфолио, собеседование
			<b>Мотивация</b> (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи	Эссе, портфолио, собеседование
5	ПКО-1. Способен организовывать процесс создания коммуникационного продукта и (или) мероприятия	ПКО-1.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	<b>Знать</b> основные теоретические и практические аспекты менеджмента организации и коммуникационного менеджмента, в том числе специфику организационно-управленческой работы с малыми коллективами; - теоретические аспекты формирования внешней и внутренней коммуникации организации;	Эссе, портфолио, собеседование
			<b>Уметь</b> применять на практике основные теоретические и практические аспекты менеджмента организации и коммуникационного менеджмента, в том числе связанные со спецификой организационно-управленческой работы с малыми коллективами; - использовать в практической деятельности знания о специфике формирования и функционирования внешней и внутренней коммуникации организации;	Эссе, портфолио, собеседование
			<b>Владеть</b> практической деятельностью, связанной с организационно-управленческой работой с малыми коллективами; - непосредственного участия в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	Эссе, портфолио, собеседование
			<b>Мотивация</b> (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи	Эссе, портфолио, собеседование

6	ПКР-10. Способен учитывать в профессиональной деятельности специфику организационной структуры подразделения по связям с общественностью и рекламы.	ПКР-10.1. Реализует основные принципы и правила работы в рекламном (маркетинговом) отделе, отделе по связям с общественностью (пресс-службе);	<b>Знать</b> основные принципы и правила работы в рекламном (маркетинговом) отделе, отделе по связям с общественностью (пресс-службе);	Эссе, портфолио, собеседование
			<b>Уметь</b> учитывать в профессиональной деятельности специфику организационной структуры подразделения по связям с общественностью (пресс-службы), рекламного (маркетингового) отдела;	Эссе, портфолио, собеседование
			<b>Владеть</b> навыками выполнения профессиональных обязанностей в рамках организационной структуры подразделения по связям с общественностью (пресс-службы), рекламного (маркетингового) отдела;	Эссе, портфолио, собеседование
			<b>Мотивация</b> (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи	Эссе, портфолио, собеседование
7	ПКР-4. Способен соотносить деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с требованиями профессиональных этических стандартов.	ПКР-4.2. Демонстрирует понимание ответственности перед аудиторией в процессе продвижения коммуникационного продукта.	<b>Знать</b> положения деонтологических документов в области журналистики и массовых коммуникаций;	Эссе, портфолио, собеседование
			<b>Уметь</b> применять принципы деонтологических документов в области журналистики и массовых коммуникаций, осознавать в процессе практической деятельности необходимость следования принципам социальной ответственности перед аудиторией;	Эссе, портфолио, собеседование

			<b>Владеть</b> навыками рефлексии и саморефлексии осознания ответственности перед аудиторией в рамках анализа практической деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью;	Эссе, портфолио, собеседование
			<b>Мотивация</b> (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи	Эссе, портфолио, собеседование
8	ПКР-8. Способен продвигать индивидуальный и (или) коллективный проект в области рекламы и связей с общественностью путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации.	ПКР-8.1. Применяет на практике технологии продвижения продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации;	<b>Знать</b> технологии взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации;	Эссе, портфолио, собеседование
			<b>Уметь</b> применять на практике технологии продвижения продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации;	Эссе, портфолио, собеседование
			<b>Владеть</b> практическими навыками взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации в процессе продвижения коммуникационного продукта;	Эссе, портфолио, собеседование
			<b>Мотивация</b> (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи	Эссе, портфолио, собеседование
9	ПКР-11. Владеет навыками создания рекламного и PR-текста с учетом жанрово-стилевой и тематической специфики, а также требований разных типов СМИ;	ПКР-11.1. Создает рекламный и PR-текст, учитывая жанрово-стилевую и тематическую специфику коммуникационного продукта;	<b>Знать</b> специфику создания рекламного и PR-текста, жанрово-стилевые и тематические аспекты создания коммуникационного продукта;	Эссе, портфолио, собеседование
			<b>Уметь</b> применять в практической деятельности теоретические основы создания рекламного и PR-текста;	Эссе, портфолио, собеседование
			<b>Владеть</b> практическими навыками создания рекламного и PR-текста;	Эссе, портфолио, собеседование
			<b>Мотивация</b> (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи	Эссе, портфолио, собеседование

10	ПКР-12. Способен привлекать и удерживать внимание аудитории в процессе создания рекламного и коммуникационного продукта, используя методы сторителлинга, приемы структурирования материала и сочетания текстовых и мультимедийных элементов.	ПКР-12.1. Применяет на практике методы сторителлинга, сочетает текстовые и мультимедийные элементы в профессиональной деятельности	<b>Знать</b> современные технологии сочетания текстовых и мультимедийных элементов публикации, в том числе в цифровой сфере, методы использования технологии сторителлинга;	Эссе, портфолио, собеседование
			<b>Уметь</b> использовать в процессе создания коммуникационного продукта современные технологии сочетания текстовых и мультимедийных элементов публикации, в том числе в цифровой сфере;	Эссе, портфолио, собеседование
			<b>Владеть</b> навыками применения в профессиональной деятельности современных технологий сочетания текстовых и мультимедийных элементов публикации, в том числе в цифровой сфере, технологий сторителлинга;	Эссе, портфолио, собеседование
			<b>Мотивация</b> (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи	Эссе, портфолио, собеседование
11	ПКР-13. Способен использовать стратегии и технологии медиапланирования в коммуникационной и рекламной деятельности;	ПКР-13.1. Осуществляет поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке;	<b>Знать</b> технологии поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке;	Эссе, портфолио, собеседование
			<b>Уметь</b> использовать технологии поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке;	Эссе, портфолио, собеседование
			<b>Владеть</b> практическими навыками поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке;	Эссе, портфолио, собеседование
			<b>Мотивация</b> (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи	Эссе, портфолио, собеседование
12	ПКР-14. Способен интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций,	ПКР-14.1. Разрабатывает концепции продвижения продукта, формирует коммуникационные цели и	<b>Знать</b> теоретические аспекты интегрированных маркетинговых коммуникаций, концепции продвижения коммуникационного продукта;	Эссе, портфолио, собеседование
			<b>Уметь</b> в рамках должностных полномочий разрабатывать самостоятельные концепции	Эссе, портфолио,



	анализировать эффективность продвижения рекламного и коммуникационного продукта;	маркетинговые стратегии;	продвижения коммуникационного продукта, формирует коммуникационные цели и маркетинговые стратегии;	собеседование
			<b>Владеть</b> практическими навыками продвижения коммуникационного продукта, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий;	Эссе, портфолио, собеседование
			<b>Мотивация</b> (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи	Эссе, портфолио, собеседование

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

Индикаторы компетенции	ОЦЕНКИ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ						
	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	не зачтено		зачтено				
<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 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

<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 информации, написания, редактирования текстов, организации мероприятий, аналитической работы).

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

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

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

### 10.2.1. Требования к отчету по практике

#### Перечень отчетной документации и правила ее составления

По окончании практики студент представляет руководителю практики:

#### 1. Предписание с заполненной второй страницей, содержащее

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

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

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

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

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

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

## 5. Портфолио

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

В портфолио могут быть включены:

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

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

## 6. Титульный лист (Приложение 1)

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

№	Вопрос	Код компетенции (согласно РПП)
1.	Каковы общие принципы, на основе которых осуществляется организация и планирование деятельности фирмы (организации)?	ПКР-3, ПКР-10
2.	Какие существуют методы структурирования планирования деятельности организации или отдельного человека?	ПРК-13
3.	Дать характеристику организации, обозначить ее место в медиапространстве и на рынке региона	ПКР-4, ПКР-10
4.	Структура организации, порядок взаимодействия ее отделов, координация	ПКО-3, ПКР-10
5.	Разновидности пресс-релизов и правила их написания	ПКО-2
6.	В чем специфика подготовки креативного брифа? В каких случаях он применяется?	ПКР-11

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

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

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

Составитель:

\_\_\_\_ К. филол. н., доцент кафедры журналистики Бейненсон В.А..

(подпись)



*Приложение 1. Образец титульного листа*

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

Институт филологии и журналистики

Кафедра журналистики

**ОТЧЕТ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ**

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

Нижний Новгород  
20\_\_\_\_

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

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования**

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

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

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

Курс \_\_\_\_\_

Институт филологии и журналистики

Форма обучения \_\_\_\_\_

Направление подготовки \_\_\_\_\_

Содержание задания на практику (перечень подлежащих рассмотрению вопросов):

---

---

---

---

---

---

---

---

Дата выдачи задания \_\_\_\_\_

Руководитель практики  
от ННГУ

\_\_\_\_\_

подпись

\_\_\_\_\_

И.О. Фамилия

**Согласовано:**

Руководитель практики  
от профильной организации

\_\_\_\_\_

подпись

\_\_\_\_\_

И.О. Фамилия

**Ознакомлен:**

Обучающийся

\_\_\_\_\_

подпись

\_\_\_\_\_

И.О. Фамилия

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

ФИО обучающегося: \_\_\_\_\_

Форма обучения: \_\_\_\_\_

Институт филологии и журналистики

Направление подготовки: \_\_\_\_\_

Курс: \_\_\_\_\_

База практики \_\_\_\_\_  
(наименование базы практики - Профильной организации)

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

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

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

Срок прохождения практики: с \_\_\_\_\_ по \_\_\_\_\_.

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

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

Руководитель практики  
от Профильной  
организации \_\_\_\_\_  
(ФИО, подпись)

## **Приложение 5. Бланк типового договора на проведение практики**

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

г. Н. Новгород

«    »                      20    г.

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского», именуемое в дальнейшем «Университет», в лице проректора по учебной работе Князева Александра Владимировича, действующего на основании доверенности 221/21 от 27.12.2021 с одной стороны, и

\_\_\_\_\_,  
именуемое \_\_\_\_ в дальнейшем «Профильная организация», в лице \_\_\_\_\_,  
действующего на основании \_\_\_\_\_, с другой стороны, именуемые по отдельности  
«Сторона», а вместе – «Стороны», заключили настоящий Договор о нижеследующем.

#### **1. Предмет Договора**

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

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

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

#### **2. Права и обязанности Сторон**

2.1. Университет обязан:

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

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

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

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

несет ответственность совместно с ответственным работником Профильной организации за реализацию компонентов образовательной программы в форме практической подготовки, за

жизнь и здоровье обучающихся и работников Университета, соблюдение ими правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности и санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов;

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

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

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

2.2. Профильная организация обязана:

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

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

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

2.2.4 обеспечить безопасные условия реализации компонентов образовательной программы в форме практической подготовки, выполнение правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности и санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов;

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

2.2.6 ознакомить обучающихся с правилами внутреннего трудового распорядка Профильной организации,

(указываются иные локальные нормативные

акты Профильной организации)

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

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

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

2.3. Университет имеет право:

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

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

2.4. Профильная организация имеет право:

2.4.1 требовать от обучающихся соблюдения правил внутреннего трудового распорядка,

охраны труда и техники безопасности, режима конфиденциальности, принятого в Профильной организации, предпринимать необходимые действия, направленные на предотвращение ситуации, способствующей разглашению конфиденциальной информации;

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

### 3. Срок действия договора

3.1. Настоящий Договор вступает в силу после его подписания и действует до \_\_\_\_.

### 4. Заключительные положения

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

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

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

### 5. Адреса, реквизиты и подписи Сторон

#### Профильная организация:

#### Университет:

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

Адрес:  
Тел/факс

ИНН  
КПП  
ОГРН

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

(

)

(Проректор по учебной работе Князев А.В.)

М.П.

М.П.

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

от \_\_\_\_\_ № \_\_\_\_\_

Факультет/ институт/ филиал	Направление подготовки/ специальности	Компоненты образовательной программы (по практике указать вид и тип)	Количество обучающихся/ ФИО	Сроки организации практической подготовки (практики)

**Профильная организация:**

**Университет:**

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

Адрес:

Тел/факс

ИНН/КПП

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

(  
наименование должности, фамилия, имя, отчество

М.П.

(Проректор по учебной работе Князев А.В.)

М.П.

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

от \_\_\_\_\_ № \_\_\_\_\_

#### Условия реализации компонентов образовательной программы

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

Профильная организация:

Университет:



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

---

Адрес:

---

Адрес: 603022, г. Нижний Новгород, пр.  
Гагарина, д.23

Тел/факс

Тел/факс (831) 462-30-90/(831)462-30-85

ИНН/КПП

---

(  
наименование должности, фамилия, имя, отчество

М.П.

---

(Проректор по учебной работе Князев А.В.)

М.П.