

**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 ПРАКТИКИ

Профессионально-творческая практика. Продвинутый уровень

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 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:

- приобретение умений и опыта творческого поведения в процессе трудовой деятельности по избранному направлению профессиональной деятельности на предприятии;
- овладение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами;
- участие в организации и проведении специальных мероприятий по рекламе и связям с общественностью;
- развитие креативного потенциала, способности самостоятельно формировать цели, идеи и реализовывать различные технологии в создании рекламы и PR-продуктов;
- развитие способности планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия.

2. Место практики в структуре образовательной программы

Вид практики: производственная.

Тип практики: профессионально-творческая практика

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 (Профессионально-творческая практика. Продвинутый уровень) относится к Блоку 2 «Практики», который полностью относится к вариативной части ОПОП, ФГОС по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата).

Прохождение практики предусматривает:

а) Контактную работу (лекции)- 2 ч., (практическое занятие) - 2 ч.

КСРИФ – 1 ч.

б) Иную форму работы студента во время практики – 211 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», «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью», «Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью», «Дизайн рекламы», «Бизнес-планирование рекламной деятельности». Опыт и навыки, полученные в ходе учебной практики, впоследствии станут ключевыми в понимании практической работы при освоении программ курсов «Организация специальных мероприятий» и прохождению производственной практики.

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	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.

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 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
ПКР-5 Способен осуществлять редакторскую деятельность в	ПКР-5.1. Осуществляет редактирование текстов рекламы и связей с	Знать основные понятия теории журналистики, понимает значение теории для оптимальной организации функционирования СМИ и журналистской деятельности; особенности

соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологически ми требованиями разных типов СМИ и других медиа;	<p>общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта;</p> <p>ПКР-5.2. Контролирует соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции СМИ.</p>	<p>организации информационного пространства страны и мира.</p> <p>Уметь приводить медиапродукт разных видов в соответствие с языковыми нормами; контролировать соблюдение редакционных стандартов, форматов, жанров, стилей в медиапродукте; контролировать соблюдение профессиональных этических норм в медиапродукте; учитывать технологические требования разных типов СМИ и других медиа при редактировании медиапродукта</p> <p>Владеть навыками редакторской деятельности в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, жанрами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа; навыками анализа современной редакционной практики СМИ, современных мировых тенденций развития медиаотрасли, специфики различных видов СМИ, особенностей национальных медиамodelей.</p>
ПКР-7. Способен участвовать в планировании, разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью;	<p>ПКР-7.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью;</p> <p>ПКР-7.2. Готовит в рамках исполнения должностных обязанностей документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью</p> <p>КР-7.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта.</p>	<p>Знать</p> <ul style="list-style-type: none"> - особенности и основные методы планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью; - основные методы подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) в сфере рекламы и связей с общественностью; - особенности и приемы работы над проектом с области рекламы и связей с общественностью; <p>иметь представление о методах его реализации;</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные приемы и технологии написания аналитических справок, обзоров и прогнозов <p>Уметь</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать особенности и основные методы планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью; - применять на практике знания по подготовке проектной документации (технико-экономическое обоснование,

		<p>техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) в сфере рекламы и связей с общественностью;</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать в практической деятельности приемы работы над проектом с области рекламы и связей с общественностью, а также методы его реализации; - использовать в практической деятельности приемы создания аналитических справок, обзоров и прогнозов; <p>Владеть</p> <ul style="list-style-type: none"> - практическими навыками реализации основных методов планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью; - навыками непосредственной практической деятельности по подготовке и составлению проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) в сфере рекламы и связей с общественностью;
<p>ПКР-9. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.</p>	<p>ПКР-9.1. Анализирует коммуникационные аспекты работы организации (проекта).</p> <p>КР-9.2. Владеет техниками организации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.</p>	<p>Знать</p> <ul style="list-style-type: none"> - коммуникационные аспекты деятельности организации; - технологии и техники организации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий; <p>Уметь</p> <ul style="list-style-type: none"> - выстраивать внешние и внутренние коммуникации в рамках деятельности организации; - применять в практической деятельности организации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий; <p>Владеть</p> <ul style="list-style-type: none"> - практическими навыками формирования внешних и внутренних коммуникаций в рамках деятельности организации; - практическими навыками участия в организации и проведении коммуникационных кампаний, проектов и

		мероприятий
ПКР-11. Владеет навыками создания рекламного и PR-текста с учетом жанрово-стилевой и тематической специфики, а также требований разных типов СМИ;	<p>ПКР-11.1. Создает рекламный и PR-текст, учитывая жанрово-стилевую и тематическую специфику коммуникационного продукта;</p> <p>ПКР-11.2. Адаптирует рекламный и PR-текст с учетом требований разных типов СМИ.</p>	<p>Знать специфику создания рекламного и PR-текста, жанрово-стилевые и тематические аспекты создания коммуникационного продукта;</p> <ul style="list-style-type: none"> - технологии адаптации рекламного и PR-текста к требованиям требований разных типов СМИ; <p>Уметь</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять в практической деятельности теоретические основы создания рекламного и PR-текста; - применять в практической деятельности технологии адаптации рекламного и PR-текста к требованиям требований разных типов СМИ; <p>Владеть</p> <ul style="list-style-type: none"> - практическими навыками создания рекламного и PR-текста; - практическими навыками адаптации рекламного и PR-текста к требованиям требований разных типов СМИ;
ПРК-13. Способен использовать стратегии и технологии медиапланирования в коммуникационной и рекламной деятельности;	<p>ПКР-13.1. Осуществляет поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке;</p> <p>ПКР-13.2. Применяет на практике техники и технологии медиапланирования в коммуникационной и рекламной деятельности.</p>	<p>Знать</p> <ul style="list-style-type: none"> - технологии поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке; - техники и технологии медиапланирования в коммуникационной и рекламной деятельности; <p>Уметь</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать технологии поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке; - использовать в практической деятельности техники и технологии медиапланирования в коммуникационной и рекламной деятельности; <p>Владеть навыками применения в практической деятельности техники и технологии медиапланирования в коммуникационной и рекламной деятельности;</p> <p>Владеть практическими навыками поиска</p>

		статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке;
--	--	---

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	<ul style="list-style-type: none"> - проведение организационного собрания - проведение инструктажа руководителем практики 	2 часа
2	Основной	<ul style="list-style-type: none"> • изучение принципов работы отделов по рекламе; • участие в организации и проведении конкретного рекламного мероприятия; • создание и редактирование рекламных текстов • планирование и мониторинг рекламной работы; • подготовка и проведение маркетинговых и социологических исследований; • общение с должностными лицами; • создание и редактирование собственных рекламных текстов, • разработка, подготовка к выпуску, производство и распространение рекламной продукции; • проведение мероприятий по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок; • подготовка к собеседованию по практике • формирование отчета 	211 ч.
		- проведение практического занятия-консультации по возникающим вопросам в течении практики	2 часа

3	Заключительный	- сдача зачета по практике	1 ч.
	ИТОГО:		216 ч..

6. Форма отчетности

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

- письменный индивидуальный отчет (в формате эссе)
- индивидуальное задание
- совместный рабочий график (план)
- предписание
- портфолио
- 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>
3. Дизайн и рекламные технологии: Учебное пособие / О.Н. Ткаченко; Под ред. Л.М. Дмитриевой; Омский гос. технический университет (ОмГТУ). - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 176 с.: 60x88 1/16. - (Бакалавриат). (о) ISBN 978-5-9776-0288-4 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/429223>
4. Васильев, Г.А. Основы рекламы: Учебное пособие / Г.А. Васильев, В.А. Поляков. - М.: Вузовский учебник, ИНФРА-М, 2016. - 407 с.
5. Васильев, Г. А. Технологии производства рекламной продукции / Г.А. Васильев, В.А. Поляков, А.А. Романов. - М.: Инфра-М, Вузовский учебник, 2018. - 272 с.
6. Мудров, А.Н. Основы рекламы.: Учебник / А.Н. Мудров. - М.: Магистр, ИНФРА-М, 2018. - 416 с.

7.2. Дополнительная учебная, научная и методическая литература

1. Буковецкая, О. А. Дизайн текста: шрифт, эффекты, цвет [Электронный ресурс] / О. А. Буковецкая. - 2-е изд., испр. - М.: ДМК Пресс, 2006. - 278 с., ил. - ISBN 5-89818-0257. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/407253>
2. Дизайн деловых периодических изданий: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям "Графика", "Журналистика", "Информационные технологии в дизайне", "Реклама" / Головкин С.Б. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 423

- с.: 60х90 1/16. - (Медиаобразование) ISBN 978-5-238-01477-7 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/872638>
3. Компьютерная графика и web-дизайн : учеб. пособие / Т.И. Немцова, Т.В. Казанкова, А.В. Шнякин ; под ред. Л.Г. Гагариной. — М. : ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М, 2018. — 400 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znanium.com>]. — (Высшее образование).
 4. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и рг-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>
 5. 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>
 6. Яшин, В. Н. Информационные технологии и оценка эффективности рекламы в сети Интернет [Электронный ресурс]: статья / В. Н. Яшин. – Режим доступа: <http://www.creativeconomy.ru/articles/25957/>

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, . — Загл. с экрана. Сайт специалистов в области рекламы и связей с общественностью [электронный ресурс] Режим доступа // www.advertology.ru. — Загл. с экрана.
3. <http://elibrary.ru> - E-library -российская научная электронная библиотека
4. <http://www.vestnik.unn.ru> - Вестник ННГУ им. Н.И. Лобачевского
5. <http://www.lib.unn.ru> -Фундаментальная библиотека ННГУ им. Н.И. Лобачевского
6. <http://www.unn.ru/books/resources.html> Фонд электронных образовательных ресурсов ННГУ
7. <http://journalist-virt.ru> Сетевая версия журнала «Журналист»
8. <http://znanium.com/> Электронно-библиотечная система «Знаниум»
9. <http://e.lanbook.com> Электронно-библиотечная система «Лань»
10. <http://www.studentlibrary.ru/> Электронно-библиотечная система «Консультант студента»
11. <https://biblio-online.ru/> Электронно-библиотечная система «Юрайт»

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

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

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

Для самостоятельной работы:

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

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

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

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

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

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

Материально-техническое обеспечение основного этапа практики формируется в отделах рекламы коммерческих, общественных организаций, рекламных агентствах г. Дзержинска.

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

10.1. Паспорт фонда оценочных средств по производственной практике (Профессионально-творческая)

№ 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	
1	ПКР-5 Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа;	ПКР-5.1. Осуществляет редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов	Знать основные понятия теории журналистики, понимает значение теории для оптимальной организации функционирования СМИ и журналистской деятельности; особенности организации информационного пространства страны и мира.	Эссе, портфолио, собеседование
			Уметь приводить медиапродукт разных видов в соответствие с языковыми нормами; контролировать соблюдение редакционных стандартов, форматов, жанров, стилей в медиапродукте; контролировать соблюдение профессиональных этических норм в медиапродукте; учитывать технологические требования разных типов СМИ и других медиа при редактировании медиапродукта	Эссе, портфолио, собеседование

		трансляции коммуникационного продукта; ПКР-5.2. Контролирует соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции СМИ.	Владеть навыками редакторской деятельности в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, жанрами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа; навыками анализа современной редакционной практики СМИ, современных мировых тенденций развития медиаотрасли, специфики различных видов СМИ, особенностей национальных медиамodelей.	Эссе, портфолио, собеседование
			Мотивация (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи	Эссе, портфолио, собеседование
2	ПКР-7. Способен участвовать в планировании, разработке и реализации индивидуально и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью;	ПКР-7.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью;	Знать - особенности и основные методы планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью; - основные методы подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) в сфере рекламы и связей с общественностью; - особенности и приемы работы над проектом с области рекламы и связей с общественностью; иметь представление о методах его реализации; - основные приемы и технологии написания аналитических справок, обзоров и прогнозов	Эссе, портфолио, собеседование
		ПКР-7.2. Готовит в рамках исполнения должностных обязанностей документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью КР-7.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при	Уметь - использовать особенности и основные методы планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью; - применять на практике знания по подготовке проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) в сфере рекламы и связей с общественностью; - использовать в практической деятельности приемы работы над	Эссе, портфолио, собеседование

		создании коммуникационного продукта.	проектом с области рекламы и связей с общественностью, а также методы его реализации; - использовать в практической деятельности приемы создания аналитических справок, обзоров и прогнозов;	
			Владеть - практическими навыками реализации основных методов планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью; - навыками непосредственной практической деятельности по подготовке и составлению проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) в сфере рекламы и связей с общественностью;	Эссе, портфолио, собеседование
			Мотивация (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи	Эссе, портфолио, собеседование
3	ПКР-9. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.	ПКР-9.1. Анализирует коммуникационные аспекты работы организации (проекта). КР-9.2. Владеет техниками организации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.	Знать - коммуникационные аспекты деятельности организации; - технологии и техники организации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий;	Эссе, портфолио, собеседование
			Уметь - выстраивать внешние и внутренние коммуникации в рамках деятельности организации; - применять в практической деятельности организации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий;	Эссе, портфолио, собеседование
			Владеть - практическими навыками формирования внешних и внутренних коммуникаций в рамках деятельности организации; - практическими навыками участия в организации и проведении коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Эссе, портфолио, собеседование
			Мотивация (личностное отношение):	Эссе,

			учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи	портфолио, собеседование
4	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; ПКР-11.2. Адаптирует рекламный и PR-текст с учетом требований разных типов СМИ.	Знать специфику создания рекламного и PR-текста, жанрово-стилевые и тематические аспекты создания коммуникационного продукта; - технологии адаптации рекламного и PR-текста к требованиям требований разных типов СМИ;	Эссе, портфолио, собеседование
			Уметь - применять в практической деятельности теоретические основы создания рекламного и PR-текста; - применять в практической деятельности технологии адаптации рекламного и PR-текста к требованиям требований разных типов СМИ;	Эссе, портфолио, собеседование
			Владеть - практическими навыками создания рекламного и PR-текста; - практическими навыками адаптации рекламного и PR-текста к требованиям требований разных типов СМИ;	Эссе, портфолио, собеседование
			Мотивация (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи	Эссе, портфолио, собеседование
5	ПРК-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; ПКР-13.2. Применяет на практике техники и технологии медиапланирования в коммуникационной и рекламной деятельности.	Знать - технологии поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке; - техники и технологии медиапланирования в коммуникационной и рекламной деятельности;	Эссе, портфолио, собеседование
			Уметь - использовать технологии поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке; - использовать в практической деятельности техники и технологии медиапланирования в коммуникационной и рекламной деятельности;	Эссе, портфолио, собеседование
			Владеть - навыками применения в практической деятельности техники и технологии медиапланирования в коммуникационной и рекламной	Эссе, портфолио, собеседование

			<p>деятельности;</p> <p>- практическими навыками поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке;</p>	
			<p>Мотивация (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи</p>	<p>Эссе, портфолио, собеседование</p>

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				
Полнота знаний	Отсутствие знаний теоретического материала для выполнения индивидуального задания. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа на вопросы собеседования, отсутствует отчет, оформленный в соответствии с требованиями	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки при ответе на вопросы собеседования	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки и требований программы практики
Наличие умений	Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа на вопросы собеседования	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки	Продemonстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продemonстрированы все основные умения, решены все основные задачи с отдельными несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания в полном объеме без недочетов
Наличие навыков (владение опытом)	Отсутствие владения материалом. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа на вопросы	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						
Мотивация (личностное отношение)	Полное отсутствие учебной активности и мотивации, пропущена большая часть периода практики	Учебная активность и мотивация слабо выражены, готовность решать поставленные задачи качественно отсутствует	Учебная активность и мотивация низкие, слабо выражены, стремление решать задачи на низком уровне качества	Учебная активность и мотивация проявляются на среднем уровне, демонстрируется готовность выполнять поставленные задачи на среднем уровне качества	Учебная активность и мотивация проявляются на уровне выше среднего, демонстрируется готовность выполнять большинство поставленных задач на высоком уровне качества	Учебная активность и мотивация проявляются на высоком уровне, демонстрируется готовность выполнять все поставленные задачи на высоком уровне качества	Учебная активность и мотивация проявляются на очень высоком уровне, демонстрируется готовность выполнять нестандартные дополнительные задачи на высоком уровне качества
Характеристики сформированности компетенции	Компетенция не сформирована. Отсутствуют знания, умения, навыки, необходимые для решения практических (профессиональных) задач. Требуется повторное обучение	Компетенция в полной мере не сформирована. Имеющихся знаний, умений, навыков недостаточно для решения практических (профессиональных) задач. Требуется повторное обучение	Сформированность компетенции соответствует минимальным требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков в целом достаточно для решения практических (профессиональных) задач, но требуется дополнительная практика по большинству практических задач	Сформированность компетенции в целом соответствует требованиям, но есть недочеты. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в целом достаточно для решения практических (профессиональных) задач, но требуется отработка дополнительных практических навыков	Сформированность компетенции в целом соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в целом достаточно для решения стандартных практических (профессиональных) задач	Сформированность компетенции полностью соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в полной мере достаточно для решения сложных практических (профессиональных) задач	Сформированность компетенции превышает стандартные требования. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в полной мере достаточно для применения творческого подхода к решению сложных практических (профессиональных) задач
Уровень сформированности компетенций	Нулевой	Низкий	Ниже среднего	Средний	Выше среднего	Высокий	Очень высокий
	низкий		достаточный				

Критерии итоговой оценки результатов практики

Критериями оценки результатов прохождения обучающимися практики 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 (Приложение 3) 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 4), 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 материала 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.	В чем основная специфика организации и планирования рекламных мероприятий и кампаний?	ОПК-7
2.	Какие требования и правила необходимо соблюдать при проведении рекламных мероприятий и кампаний?	ОПК-7,
3.	Охарактеризуйте одно из проведенных мероприятий. Оцените его эффективность и собственную роль в его подготовке	ОПК-7,
4.	Каковы общие принципы организации рекламных служб? Какова структура и принципы функционирования службы, где проводилась практики?	ОПК-7

5.	Какие элементы составляют инфраструктуру внутренней и внешней коммуникации организации?	ОПК-7,
6.	В чем специфика внутренней коммуникации организации? Каковы условия и критерии ее эффективности?	ОПК-6
7.	В чем специфика внешней коммуникации организации? Каковы условия и критерии ее эффективности?	ОПК-6,
8.	Каковы основные приемы и технологии написания аналитических справок? В каких случаях и для каких целей используется этот тип документа?	ОПК-6,
9.	Какие типы аналитических справок готовятся организацией-базой практики? Кому они адресуются? В подготовки каких аналитических справок вы принимали участие	ОПК-1,
10.	Основные характеристики обзора и требования к нему. Какие типы обзоров составляются в организации?	ОПК-1,
11.	Принципы проведения рекламных кампаний организации. В проведении каких рекламных кампаний вы принимали участие и в чем заключалась ваша функция	ОПК-7,
12.	Принципы подготовки и редактирования рекламных текстов. Приведите в пример работу над собственным рекламным текстом.	ОПК-1,
13.	Принципы работы организации в социальных медиа (соцсети, видеохостинги)	ОПК-6
14.	В чем специфика рекламной деятельности в Сети? Какие сетевые формы рекламного контента были вами освоены в ходе практики? Приведите примеры.	ОПК-6
15.	Принципы работы организации в социальных медиа (соцсети, видеохостинги). Какие методы распространения рекламной продукции в этой сфере практикуются в организации. Привести примеры.	ОПК-6
16.	Формы работы отдела (организации) с мультимедийной информацией. Привести примеры собственной работы над мультимедийными элементами материалов	ОПК-6

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 предписания на практику, типовый договор с предприятиями на прохождение практики.

Составитель:

К. филос. н., доцент кафедры ГПД, директор Дзержинского филиала Яковлева Е.И.

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

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

Дзержинский филиал

ОТЧЕТ

по учебной практике

(Профессионально-ознакомительная практика)

(наименование места практики (организации))

Выполнил(а) студент(ка)

____ курса _____ формы обучения

направления подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

группы _____

ФИО (полностью)

Руководитель:

уч. степень, уч. звание ФИО руководителя

Отчет защищен с оценкой:

оценка, подпись руководителя

г. Дзержинск

20____

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

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ НА _____ ПРАКТИКУ
(вид и тип)

Обучающийся _____
(фамилия, имя, отчество полностью)

Курс _____

Факультет/филиал/институт _____

Форма обучения _____

Направление подготовки/специальность _____

Содержание задания на практику (перечень подлежащих рассмотрению вопросов):

Дата выдачи задания _____

Руководитель практики от
ННГУ

подпись

И.О. Фамилия

Согласовано:

Руководитель практики от
профильной организации (при
прохождении практики в
профильной организации)

подпись

И.О. Фамилия

Ознакомлен:

Обучающийся

подпись

И.О. Фамилия

Рабочий график (план) проведения практики
(для проведения практики в Университете)

ФИО обучающегося: _____

Форма обучения: _____

Факультет/филиал/институт: _____

Направление подготовки/специальность: _____

Курс: _____

Место прохождения практики _____

(наименование базы практики – структурного подразделения ННГУ)

Руководитель практики от ННГУ _____

(Ф.И.О., должность)

Вид и тип практики: _____

Срок прохождения практики: с _____ по _____.

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

Руководитель практики от ННГУ _____

(Ф.И.О., подпись)

Совместный рабочий график (план) проведения практики
(для проведения практики в Профильной организации)

ФИО обучающегося: _____

Форма обучения: _____

Факультет/институт/филиал: _____

Направление подготовки/специальность: _____

Курс: _____

База практики _____

(наименование базы практики – Профильной организации)

Руководитель практики от ННГУ _____

(Ф.И.О., должность)

Руководитель практики от Профильной организации _____

(Ф.И.О., должность)

Вид и тип практики: _____

Срок прохождения практики: с _____ по _____.

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

Руководитель практики от ННГУ _____

(Ф.И.О., подпись)

Руководитель практики от Профильной организации _____

(Ф.И.О., подпись)

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

Кафедра _____
ПРЕДПИСАНИЕ НА ПРАКТИКУ № _____

(ФИО обучающегося полностью в именительном падеже)

_____ факультет/институт/филиал

_____ курс направление подготовки/специальность _____

направляется для прохождения _____ практики
(указать вид и тип)

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

Начало практики _____ 20__ г. Окончание практики _____ 20__ г.

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

Дата выдачи «_____» _____ 201__ г

МП

ОТМЕТКА О ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ

Приступил к практике _____ Окончил практику _____
 «_____» _____ 20__ г. «_____» _____ 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 практики от профильной организации _____
прописью

_____ *должность*

_____ *подпись*

_____ *И.О. Фамилия*

« _____ » _____
МП

КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ИТОГАМ ПРАКТИКИ
(заполняется руководителем практики от ННГУ)

Оценка руководителя практики от ННГУ _____
прописью

_____ *должность*

_____ *подпись*

_____ *И.О. Фамилия*

« _____ » _____

ИТОГОВАЯ ОЦЕНКА ЗА ПРАКТИКУ:

_____ *(прописью)*

_____ *(подпись руководителя
практики от ННГУ)*

« _____ » _____ г.