

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 «16» июня 2021 г. № 8

**ПРОГРАММА  
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРЕДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ**

Уровень высшего образования  
бакалавриат

---

(бакалавриат / магистратура / специалитет)

Направление подготовки / специальность  
42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

---

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

Направленность образовательной программы  
Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

---

*(указывается профиль / магистерская программа / специализация)*

Форма обучения

Очная, заочная

---

*(очная / очно-заочная / заочная)*

Дзержинск  
2021 год

## Лист актуализации

---

---

### Визирование РПП для исполнения в очередном учебном году

Председатель МК

\_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2020-2021 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 2021-2022 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 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 \_\_\_\_\_

## 1. Цель практики

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

Задачами преддипломной практики являются:

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

## 2. Место практики в структуре образовательной программы

Вид практики: производственная.

Тип практики: преддипломная.

Способ проведения: **стационарная**

Форма проведения:

дискретная – путем выделения непрерывного периода учебного времени для проведения практики

Общая трудоемкость практики составляет:

**9 зачетных единиц**

324 часов

6 недель.

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

Прохождение практики предусматривает:

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

КСРИФ – 1 ч.

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

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

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

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

### 3. Место и сроки проведения практики

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

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

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

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

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

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

Перечисленные ниже компетенции, формируемые в ходе проведения производственной практики, вырабатываются частично.

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

**учатся** составлять договорную документацию, компетентно определять необходимую структуру и содержание рекламного продукта;  
**вырабатывают навыки** создания новых рекламных продуктов, оценки удовлетворенности потребителей услугами рекламной индустрии, анализа и составления договорной документации; навыками формирования и продвижения рекламных и PR-услуг.

*Таблица 1*

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

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

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

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

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

### 5. Содержание практики

Процесс прохождения практики состоит из этапов:

- подготовительный;
- основной;
- заключительный.

#### Технологическая карта

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

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

#### 6. Форма отчетности

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

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

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

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

## 7. Учебно-методическое и информационное обеспечение

### 7.1 Основная учебная литература

1. Архангельская И.Б. Интегрированные маркетинговые коммуникации [Электронный ресурс] /Архангельская И.Б., МезинаЛ.Г., Архангельская А.С. - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 171 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат) (Переплёт) ISBN 978-5-369-01485-1(доступно в ЭБС «Znanium.com», Режим доступа <http://znanium.com/bookread2.php?book=517067>)
2. Кузнецов П.А. Publik Relations. Связи с общественностью для бизнеса: практические приемы и технологии / П.А. Кузнецов. - Самара: Дашков и К, 2013. - 296 с.; . - ISBN 5-39401183-2.
3. Организация и практика работы рекламного агентства: Учебник для бакалавров/В.А.Евстафьев - М.: Дашков и К, 2016. - 512 с.: 60x90 1/16 (Переплёт) ISBN 978-5-394-02549-5, 1000 экз. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/520466>
4. Рекламная деятельность: Учебник / Ю.В. Гусаров, Л.Ф. Гусарова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 313 с.: 60x90 1/16 + ( Доп. мат. znanium.com). - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-005525-1 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/3421>
5. Рекламный менеджмент: Учебное пособие / В.А. Поляков, А.А. Романов. - М.: КУРС: НИЦ Инфра-М, 2015. - 352 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-905554-07-0 Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/257602>
6. Связи с общественностью. Теория, практика, коммуникативные стратегии: учебное пособие / Под ред. В.М. Горохова. - М.: Аспект Пресс, 2013. - 198 с. ; . – ISBN 5-7567-598-0."
7. Связи с общественностью: стратегическое управление коммуникациями: учебное пособие / под ред. Л.С. Сальниковой; Московский государственный институт международных отношений (Университет) МИД России. - Москва; Берлин: ДиректМедиа, 2017. – 445 с. : ил., табл. - Библиогр. В кн. – ISBN 978-5-4475-9406-0; [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=480378>.

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

1. Рекламная деятельность в торговле: Учебник / В.Н. Хапенков, Г.Г. Иванов, Д.В. Федюнин. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ Инфра-М, 2013. - 368 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование). (переплет) ISBN 978-5-8199-0533-3 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/371157>
2. Рекламная и маркетинговая поддержка нового товара при выводе на российский рынок [Интернет-журнал "Науковедение", Вып. 2 (21), 2014, стр. -] Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/482294>
3. ГОСТ 7.1–2003. Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/1200034383>
4. ГОСТ Р 7.05–2008. Библиографическая ссылка. Общие требования и правила

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

### 7.3. Ресурсы сети Интернет

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

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

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

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

*Для самостоятельной работы:*

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

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

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

Доступ к электронным библиотечным системам ЭБС Консультант студента, ЭБС Лань, ЭБС 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.

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

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

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

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

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

	русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ых продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем		
			<b>Владеть</b> практическим опытом создавать тексты рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.	<i>Отчет по практике, собеседование</i>
			<b>Мотивация</b> (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи	<i>Отчет по практике, собеседование</i>
4	ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и(или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.2. (по направлению подготовки "Реклама и связи с общественность") Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.	<b>Уметь</b> учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов; - осуществлять профессиональные функции в рамках деятельности отдела рекламы и отдела по связям с общественностью в различных структурах	<i>Отчет по практике, собеседование</i>
			<b>Знать</b> основные категории и понятия государственного и муниципального управления, систему государственных и общественных институтов, а также тенденции их развития; - специфику организации и функционирования отдела рекламы и отдела по связям с общественностью в различных структурах	<i>Отчет по практике, собеседование</i>
			<b>Владеть</b> практическим опытом создавать тексты рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом основных тенденций развития общественных и государственных институтов; - анализа и самоанализа в системе реализации профессиональных функций в процессе деятельности отдела рекламы и отдела по связям с общественностью в различных структурах	<i>Отчет по практике, собеседование</i>
			<b>Мотивация</b> (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи	<i>Отчет по практике, собеседование</i>
5	ОПК-3. Способен использовать	ОПК-3.1. (общий по УГСН) Демонстрирует кругозор в	<b>Уметь</b> ориентироваться в основных этапах и процессах развития отечественной и зарубежной литературы и журналистики, отечественного и мирового культурного	<i>Отчет по практике, собеседование</i>

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

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

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

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

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

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

Индикаторы компетенции	ОЦЕНКИ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ						
	плохо	неудовлетворитель но	удовлетворитель но	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	не зачтено			зачтено			
<b>Полнота знаний</b>	Отсутствие знаний теоретического материала для выполнения индивидуального задания. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа на вопросы собеседования, отсутствует отчет, оформленный в соответствии с требованиями	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки при ответе на вопросы собеседования	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки и требований программы практики
<b>Наличие умений</b>	Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа на вопросы собеседования	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки	Продемонстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продемонстрированы все основные умения, решены все основные задачи с отдельными несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме.	Продемонстрированы 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	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов	Продемонстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов	Продемонстрирован 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>Характеристика сформированности компетенции</b>	Компетенция не сформирована. Отсутствуют знания, умения, навыки, необходимые для решения практических (профессиональных) задач. Требуется повторное обучение	Компетенция в полной мере не сформирована. Имеющихся знаний, умений, навыков недостаточно для решения практических (профессиональных) задач. Требуется повторное обучение	Сформированность компетенции соответствует минимальным требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков в целом достаточно для решения практических (профессиональных) задач, но требуется дополнительная практика по большинству практических задач	Сформированность компетенции в целом соответствует требованиям, но есть недочеты. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в целом достаточно для решения практических (профессиональных) задач, но требуется отработка дополнительных практических навыков	Сформированность компетенции в целом соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в целом достаточно для решения стандартных практических (профессиональных) задач	Сформированность компетенции полностью соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в полной мере достаточно для решения сложных практических (профессиональных) задач	Сформированность компетенции превышает стандартные требования. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в полной мере достаточно для применения творческого подхода к решению сложных практических (профессиональных) задач
<b>Уровень сформированности компетенций</b>	Нулевой	Низкий	Ниже среднего	Средний	Выше среднего	Высокий	Очень высокий
	низкий		достаточный				

## Критерии итоговой оценки результатов практики

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

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

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

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

### 10.2.1. Требования к отчету по практике

#### Перечень отчетной документации и правила ее составления

По окончании практики студент представляет руководителю практики:

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

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

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

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

#### 4. Отчет по практике должен содержать

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

#### 5. Титульный лист (Приложение 1)

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

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

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

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

Составитель:

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

*Приложение 1. Образец титульного листа*

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

Институт филологии и журналистики

Кафедра журналистики

**ОТЧЕТ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКЕ**

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

Нижегород

20\_\_\_\_



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

---

---

Кафедра журналистики

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

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

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

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

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

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

Директор Института филологии и  
журналистики

\_\_\_\_\_  
подпись

Л.И. Жуковская

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

## ОТМЕТКА О ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ

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

Окончил практику  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

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

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

### КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ИТОГАМ ПРАКТИКИ

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

Оценка руководителя от профильной организации \_\_\_\_\_  
*прописью*

\_\_\_\_\_  
*должность*

\_\_\_\_\_  
*подпись*

\_\_\_\_\_  
*И.О. Фамилия*

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_  
МП

---

### КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ИТОГАМ ПРАКТИКИ

(заполняется руководителем практики от ННГУ)

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

\_\_\_\_\_  
*должность*

\_\_\_\_\_  
*подпись*

\_\_\_\_\_  
*И.О. Фамилия*

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_

---

### ИТОГОВАЯ ОЦЕНКА ЗА ПРАКТИКУ:

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

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

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

ФИО обучающегося: \_\_\_\_\_

Форма обучения: \_\_\_\_\_

Институт филологии и журналистики

Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»

Курс: \_\_\_\_\_

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

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

Вид и тип практики: производственная (преддипломная) практика

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

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

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