МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**Федеральное государственное автономное**

**образовательное учреждение высшего образования**

**«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет**

**им. Н.И. Лобачевского»**

|  |
| --- |
|  |

**Институт филологии и журналистики**

|  |
| --- |
| УТВЕРЖДЕНО |

 Ученым советом ННГУ

 «\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2020 г.

 **ПРОГРАММА**

 **ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**

Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности

Уровень высшего образования

|  |
| --- |
| бакалавриат |

(бакалавриат / магистратура / специалитет)

Направление подготовки / специальность

|  |
| --- |
| 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью |

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

Направленность образовательной программы

|  |
| --- |
| Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере |

*(указывается профиль / магистерская программа / специализация)*

Форма обучения

|  |
| --- |
| Очная, заочная |

 *(очная / очно-заочная / заочная)*

Нижний Новгород

2020 год

**Лист актуализации**

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |
|  |  |  |  |
|  | **Визирование РПП для исполнения в очередном учебном году** |
|  |  |  |  |
| Председатель МК |  |  |
|  | \_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ г. |
|  |  |  |  |
|  | Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена дляисполнения 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 дляисполнения 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 дляисполнения 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 дляисполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры |
|  | **\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_** |
|  |  |  |  |
|  |  | Протокол от \_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_\_ г. № \_\_Зав. кафедрой \_\_\_\_\_\_\_ |

**1. Цель практики**

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

Задачами производственной практики являются:

• изучение принципов работы отделов по рекламе и связям с общественностью;

• участие в организации и проведении конкретного рекламного или PR – мероприятия;

• создание и редактирование рекламных и PR-текстов

• участие в подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ.

• подготовка и проведение маркетинговых и социологических исследований;

• создание и редактирование собственных рекламных текстов,

• разработка, подготовка к выпуску, производство и распространение рекламной продукции;

• проведение мероприятий по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок.

**2. Место практики в структуре образовательной программы**

Вид практики: производственная.

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

Способ проведения: **стационарная/выездная**

Форма проведения:

дискретная – путем выделения непрерывного периода учебного времени для проведения практики

Общая трудоемкость практики составляет:

**6 зачетных единиц**

216 часов

4 недели.

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

Прохождение практики для очной формы обучения предусматривает:

а) Контактную работу (лекции)- 2 ч.*,*

КСР (прием зачета) – 2 ч.

б) Иную форму работы студента во время практики – *212 ч.* (работа во взаимодействии с руководителем от профильной организации, работа с источниками и литературой в онлайн- и офлайн-библиотеках, самостоятельная работа над отчетом, подготовка к собеседованию)

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

Для успешного прохождения практики студентам необходима база теоретических и прикладных знаний, заложенная в процессе изучения курсов «Теория и практика рекламы», «Теория и практика массовой информации», «Социология массовых коммуникаций». Опыт и навыки, полученные в ходе производственной практики, впоследствии станут ключевыми понимании практической работы средств массовой коммуникации при освоении программ курсов «Современная пресс-служба», «Основы менеджмента», «Основы маркетинга», «Реклама и связи с общественностью в социальной сфере».

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

**3. Место и сроки проведения практики**

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

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

Для заочной формы обучения производственная практика (Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (Продвинутый уровень)) проходит в 2 этапа: на 3 и 4 курсе. По итогам каждого этапа составляется отчет, проводится собеседование и выставляется зачет с оценкой.

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

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

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

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

***Таблица 1***

|  |  |
| --- | --- |
| **Формируемые компетенции** (код, содержание компетенции) | **Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции**  |
| **Индикатор достижения компетенции**(код, содержание индикатора) | **Планируемые результаты обучения при прохождении практики** |
| ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем | ОПК-1.2. (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 соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем | **Уметь** создавать тексты рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем**;****Знать**  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;**Владеть** практическим опытомсоздавать 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. |
| 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 | **Уметь** осуществлять свои профессиональные функции во всех сферах жизнедеятельности общества с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы;**Знать** теоретические основы рекламы и PR; принципы и правила создания рекламы и принципы работы в сфере связей с общественностью;**Владеть** навыками формирования общественного мнения, приемами создания рекламы, производства коммуникационного продукта в сфере связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы. |
| ОПК-6. Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные 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 | **Уметь** применять современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов;**Знать** основы компьютерной грамотности, технические и программные средства подготовки презентаций, текстовых документов и электронных таблиц; технологию поиска информации в Интернет; основные методы и средства обработки, хранении, передачи и накопления информации; знать современные цифровые технологии и программное обеспечение в сфере рекламы и связей с общественностью;**Владеть** навыками использования в профессиональной деятельности современных цифровых устройств, платформ и программных обеспечений на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов. |
| 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 | **Уметь** осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом;**Знать** основные методы, способы и средства получения, хранения, переработки и отбора информации; знать принципы и правила создания рекламы и принципы работы в сфере связей с общественностью, учитывая этические нормы и принципы социальной ответственности, принятыми профессиональным сообществом;**Владеть** 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-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта | ПКО-2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта; | **Знать** основные принципы и приемы создания текстов рекламы и связей с общественностью; методы литературного редактирования и копирайтинга;**Уметь**  использоватьв практической деятельности основные принципы и приемы создания текстов рекламы и связей с общественностью; методы литературного редактирования и копирайтинга;**Владеть**  навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга |
| ПКО-3. Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта | ПКО-3.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами. | **Знать**  методы и технологии организации и проведения социологических исследований;**Уметь** использовать в практической деятельности методики и технологии организации и проведения социологических исследований;**Владеть** навыками самостоятельной организации и проведения социологических исследований |
| ПКР-9. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий. | ПКР-9.1. Анализирует коммуникационные аспекты работы организации (проекта). | **Знать** коммуникационные аспекты деятельности организации;**Уметь** выстраивать внешние и внутренние коммуникации в рамках деятельности организации;**Владеть** практическими навыками формирования внешних и внутренних коммуникаций в рамках деятельности организации; |
| ПКР-3. Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности; | ПКР-3.2. При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности. | **Знать** принципы открытости и корпоративной социальной ответственности в деятельности в области рекламы и связей с общественностью; **Уметь**  при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опираться на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности;**Владеть** практическими навыками использования принципов открытости и корпоративной социальной ответственности в деятельности в области рекламы и связей с общественностью; |
| ПКР-7. Способен участвовать в планировании, разработке и реализации индивидуального 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;**Уметь** использовать особенности и основные методы планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью;**Владеть** практическими навыками реализации основных методов планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью; |
| ПКО-1. Способен организовывать процесс создания коммуникационного продукта и (или) мероприятия | ПКО-1.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры | **Знать**  основные теоретические и практические аспекты менеджмента организации и коммуникационного менеджмента, в том числе специфику организационно-управленческой работы с малыми коллективами;- теоретические аспекты формирования внешней и внутренней коммуникации организации;**Уметь** применять на практике основные теоретические и практические аспекты менеджмента организации и коммуникационного менеджмента, в том числе связанные со спецификой организационно-управленческой работы с малыми коллективами;- использовать в практической деятельности знания о специфике формирования и функционирования внешней и внутренней коммуникации организации;**Владеть**  практической деятельности, связанной с организационно-управленческой работой с малыми коллективами;- непосредственного участия в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации |
| ПКР-10. Способен учитывать в профессиональной деятельности специфику организационной структуры подразделения по связям с общественностью и рекламы. | ПКР-10.1. Реализует основные принципы и правила работы в рекламном (маркетинговом) отделе, отделе по связям с общественностью (пресс-службе); | **Знать** основные принципы и правила работы в рекламном (маркетинговом) отделе, отделе по связям с общественностью (пресс-службе);**Уметь** учитывать в профессиональной деятельности специфику организационной структуры подразделения по связям с общественностью (пресс-службы), рекламного (маркетингового) отдела;**Владеть** навыками выполнения профессиональных обязанностей в рамках организационной структуры подразделения по связям с общественностью (пресс-службы), рекламного (маркетингового) отдела; |
| ПКР-4. Способен соотносить деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с требованиями профессиональных этических стандартов. | ПКР-4.2. Демонстрирует понимание ответственности перед аудиторией в процессе продвижения коммуникационного продукта. | **Знать** положения деонтологических документов в области журналистики и массовых коммуникаций;**Уметь** применять принципы деонтологических документов в области журналистики и массовых коммуникаций, осознавать в процессе практической деятельности необходимость следования принципам социальной ответственности перед аудиторией;**Владеть** навыками рефлексии и саморефлексии осознания ответственности перед аудиторией в рамках анализа практической деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью; |
| ПКР-8. Способен продвигать индивидуальный и (или) коллективный проект в области рекламы и связей с общественностью путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации. | ПКР-8.1. Применяет на практике технологии продвижения продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации; | **Знать** технологии взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации;**Уметь** применять на практике технологии продвижения продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации;**Владеть** практическими навыками взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации в процессе продвижения коммуникационного продукта; |
| ПКР-11. Владеет навыками создания рекламного и PR-текста с учетом жанрово-стилевой и тематической специфики, а также требований разных типов СМИ; | ПКР-11.1. Создает рекламный и PR-текст, учитывая жанрово-стилевую и тематическую специфику коммуникационного продукта; | **Знать** специфику создания рекламного и PR-текста, жанрово-стилевые и тематические аспекты создания коммуникационного продукта;**Уметь** применять в практической деятельности теоретические основы создания рекламного и PR-текста;**Владеть** практическими навыками создания рекламного и PR-текста; |
| ПКР-12. Способен привлекать и удерживать внимание аудитории в процессе создания рекламного и коммуникационного продукта, используя методы сторителлинга, приемы структурирования материала и сочетания текстовых и мультимедийных элементов. | ПКР-12.1. Применяет на практике методы сторителлинга, сочетает текстовые и мультимедийные элементы в профессиональной деятельности; | **Знать** современные технологии сочетания текстовых и мультимедийных элементов публикации, в том числе в цифровой сфере, методы использования технологии сторителлинга;**Уметь** использовать в процессе создания коммуникационного продукта современные технологии сочетания текстовых и мультимедийных элементов публикации, в том числе в цифровой сфере;**Владеть** навыками применения в профессиональной деятельности современных технологий сочетания текстовых и мультимедийных элементов публикации, в том числе в цифровой сфере, технологий сторителлинга; |
| 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; | **Знать** технологии поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке;**Уметь** использовать технологии поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке;**Владеть** практическими навыками поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке; |
| ПКР-14. Способен интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций, анализировать эффективность продвижения рекламного и коммуникационного продукта; | ПКР-14.1. Разрабатывает концепции продвижения продукта, формирует коммуникационные цели и маркетинговые стратегии; | **Знать** теоретические аспекты интегрированных маркетинговых коммуникаций, концепции продвижения коммуникационного продукта;**Уметь** в рамках должностных полномочий разрабатывать самостоятельные концепции продвижения коммуникационного продукта, формирует коммуникационные цели и маркетинговые стратегии;**Владеть** практическими навыками продвижения коммуникационного продукта, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий; |

**5. Содержание практики**

Процесс прохождения практики состоит из этапов:

- подготовительный;

- основной;

- заключительный.

**Технологическая карта**

***Таблица 2***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **п/п** | **Этап** | **Содержание этапа** | **Трудоемкость (**часов/недель**)** |
| 1 | Организационный  | - проведение организационного собрания- проведение инструктажа руководителем практики  | 2 часа  |
| 2 | Основной | • изучение принципов работы отделов по рекламе и связям с общественностью;• участие в организации и проведении конкретного рекламного или PR – мероприятия; • создание и редактирование рекламных и PR-текстов• участие в реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ.• подготовка аналитических материалов (обзоров, аналитических пресс-релизов);• 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 | 212 ч.  |
| 3 | Заключительный | - сдача зачета по практике | 2 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 *(п.10.2.3. РПП)* выставляется оценка.

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

**7.1 Основная учебная литература**

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

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

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

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

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

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

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

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

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

**7.3 Ресурсы сети *Интернет***

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

*Для самостоятельной работы:*

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

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

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

Доступ к электронным библиотечным системам ЭБС Консультант студента, ЭБС Лань, ЭБС Znanium.com, ЭБС Юрайт (Договор № 342-3К-17/5-100 (5.3.3) от 19.12.2017 Договор № 349-3К-17/5-100(2016) (5.3.3) от 22.12.2017, Договор № 344-3К-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 редакциями СМИ, в том числе корпоративных, пресс-службами, отделами по связям с общественностью профильных организаций и прочими институтами медиаиндустрии.

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

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

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № п/п | **Формируемые компетенции** (код, содержание компетенции) | **Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции**  | **Наименование оценочного средства** |
| **Индикатор достижения компетенции**(код, содержание индикатора) | **Планируемые результаты обучения при прохождении практики** |
| *1* | ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем | ОПК-1.2. (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 соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем | **Уметь** создавать тексты рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем**;** | Эссе, портфолио, собеседование |
| **Знать**  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; | Эссе, портфолио, собеседование |
| **Владеть** практическим опытомсоздавать 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. | Эссе, портфолио, собеседование |
| Мотивация (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи | Эссе, портфолио, собеседование |
| *2* | 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 | **Уметь** осуществлять свои профессиональные функции во всех сферах жизнедеятельности общества с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы; | Эссе, портфолио, собеседование |
| **Знать** теоретические основы рекламы и PR; принципы и правила создания рекламы и принципы работы в сфере связей с общественностью; | Эссе, портфолио, собеседование |
| **Владеть** 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. | Эссе, портфолио, собеседование |
| **Мотивация** (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи | Эссе, портфолио, собеседование |
| *3* | 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 | **Уметь** применять современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов; | Эссе, портфолио, собеседование |
| **Знать** основы компьютерной грамотности, технические и программные средства подготовки презентаций, текстовых документов и электронных таблиц; технологию поиска информации в Интернет; основные методы и средства обработки, хранении, передачи и накопления информации; знать современные цифровые технологии и программное обеспечение в сфере рекламы и связей с общественностью; | Эссе, портфолио, собеседование |
| **Владеть** навыками использования в профессиональной деятельности современных цифровых устройств, платформ и программных обеспечений на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов. | Эссе, портфолио, собеседование |
| **Мотивация** (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи | Эссе, портфолио, собеседование |
| *4* | 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 | **Уметь** осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом; | Эссе, портфолио, собеседование |
| **Знать** основные методы, способы и средства получения, хранения, переработки и отбора информации; знать принципы и правила создания рекламы и принципы работы в сфере связей с общественностью, учитывая этические нормы и принципы социальной ответственности, принятыми профессиональным сообществом; | Эссе, портфолио, собеседование |
| **Владеть** навыком отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом. | Эссе, портфолио, собеседование |
| **Мотивация** (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи | Эссе, портфолио, собеседование |
| *5* | ПКО-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта | ПКО-2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта; | **Знать** основные принципы и приемы создания текстов рекламы и связей с общественностью; методы литературного редактирования и копирайтинга; | Эссе, портфолио, собеседование |
| **Уметь**  использоватьв практической деятельности основные принципы и приемы создания текстов рекламы и связей с общественностью; методы литературного редактирования и копирайтинга; | Эссе, портфолио, собеседование |
| **Владеть**  навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга | Эссе, портфолио, собеседование |
| **Мотивация** (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи | Эссе, портфолио, собеседование |
| *6* | ПКО-3. Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта | ПКО-3.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами. | **Знать**  методы и технологии организации и проведения социологических исследований; | Эссе, портфолио, собеседование |
| **Уметь** использовать в практической деятельности методики и технологии организации и проведения социологических исследований; | Эссе, портфолио, собеседование |
| **Владеть** навыками самостоятельной организации и проведения социологических исследований | Эссе, портфолио, собеседование |
| **Мотивация** (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи | Эссе, портфолио, собеседование |
| *7* | ПКР-9. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий. | ПКР-9.1. Анализирует коммуникационные аспекты работы организации (проекта). | **Знать** коммуникационные аспекты деятельности организации; | Эссе, портфолио, собеседование |
| **Уметь** выстраивать внешние и внутренние коммуникации в рамках деятельности организации; | Эссе, портфолио, собеседование |
| **Владеть** практическими навыками формирования внешних и внутренних коммуникаций в рамках деятельности организации; | Эссе, портфолио, собеседование |
| **Мотивация** (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи | Эссе, портфолио, собеседование |
| *8* | ПКР-3. Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности; | ПКР-3.2. При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности. | **Знать** принципы открытости и корпоративной социальной ответственности в деятельности в области рекламы и связей с общественностью;  | Эссе, портфолио, собеседование |
| **Уметь**  при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опираться на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности; | Эссе, портфолио, собеседование |
| **Владеть** практическими навыками использования принципов открытости и корпоративной социальной ответственности в деятельности в области рекламы и связей с общественностью; | Эссе, портфолио, собеседование |
| **Мотивация** (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи | Эссе, портфолио, собеседование |
| *9* | ПКР-7. Способен участвовать в планировании, разработке и реализации индивидуального 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; | Эссе, портфолио, собеседование |
| **Уметь** использовать особенности и основные методы планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью; | Эссе, портфолио, собеседование |
| **Владеть** практическими навыками реализации основных методов планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и проектов 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 |
| *10* | ПКО-1. Способен организовывать процесс создания коммуникационного продукта и (или) мероприятия | ПКО-1.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры | **Знать**  основные теоретические и практические аспекты менеджмента организации и коммуникационного менеджмента, в том числе специфику организационно-управленческой работы с малыми коллективами;- теоретические аспекты формирования внешней и внутренней коммуникации организации; | Эссе, портфолио, собеседование |
| **Уметь** применять на практике основные теоретические и практические аспекты менеджмента организации и коммуникационного менеджмента, в том числе связанные со спецификой организационно-управленческой работы с малыми коллективами;- использовать в практической деятельности знания о специфике формирования и функционирования внешней и внутренней коммуникации организации; | Эссе, портфолио, собеседование |
| **Владеть**  практической деятельности, связанной с организационно-управленческой работой с малыми коллективами;- непосредственного участия в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации | Эссе, портфолио, собеседование |
| **Мотивация** (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи | Эссе, портфолио, собеседование |
| *11* | ПКР-10. Способен учитывать в профессиональной деятельности специфику организационной структуры подразделения по связям с общественностью и рекламы. | ПКР-10.1. Реализует основные принципы и правила работы в рекламном (маркетинговом) отделе, отделе по связям с общественностью (пресс-службе); | **Знать** основные принципы и правила работы в рекламном (маркетинговом) отделе, отделе по связям с общественностью (пресс-службе); | Эссе, портфолио, собеседование |
| **Уметь** учитывать в профессиональной деятельности специфику организационной структуры подразделения по связям с общественностью (пресс-службы), рекламного (маркетингового) отдела; | Эссе, портфолио, собеседование |
| **Владеть** навыками выполнения профессиональных обязанностей в рамках организационной структуры подразделения по связям с общественностью (пресс-службы), рекламного (маркетингового) отдела; | Эссе, портфолио, собеседование |
| **Мотивация** (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи | Эссе, портфолио, собеседование |
| *12* | ПКР-4. Способен соотносить деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с требованиями профессиональных этических стандартов. | ПКР-4.2. Демонстрирует понимание ответственности перед аудиторией в процессе продвижения коммуникационного продукта. | **Знать** положения деонтологических документов в области журналистики и массовых коммуникаций; | Эссе, портфолио, собеседование |
| **Уметь** применять принципы деонтологических документов в области журналистики и массовых коммуникаций, осознавать в процессе практической деятельности необходимость следования принципам социальной ответственности перед аудиторией; | Эссе, портфолио, собеседование |
| **Владеть** навыками рефлексии и саморефлексии осознания ответственности перед аудиторией в рамках анализа практической деятельности 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 |
| *13* | ПКР-8. Способен продвигать индивидуальный и (или) коллективный проект в области рекламы и связей с общественностью путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации. | ПКР-8.1. Применяет на практике технологии продвижения продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации; | **Знать** технологии взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации; | Эссе, портфолио, собеседование |
| **Уметь** применять на практике технологии продвижения продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации; | Эссе, портфолио, собеседование |
| **Владеть** практическими навыками взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации в процессе продвижения коммуникационного продукта; | Эссе, портфолио, собеседование |
| **Мотивация** (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи | Эссе, портфолио, собеседование |
| *14* | 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; | **Знать** специфику создания рекламного и PR-текста, жанрово-стилевые и тематические аспекты создания коммуникационного продукта; | Эссе, портфолио, собеседование |
| **Уметь** применять в практической деятельности теоретические основы создания рекламного и PR-текста; | Эссе, портфолио, собеседование |
| **Владеть** практическими навыками создания рекламного и PR-текста; | Эссе, портфолио, собеседование |
| **Мотивация** (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи | Эссе, портфолио, собеседование |
| *15* | ПКР-12. Способен привлекать и удерживать внимание аудитории в процессе создания рекламного и коммуникационного продукта, используя методы сторителлинга, приемы структурирования материала и сочетания текстовых и мультимедийных элементов. | ПКР-12.1. Применяет на практике методы сторителлинга, сочетает текстовые и мультимедийные элементы в профессиональной деятельности | **Знать** современные технологии сочетания текстовых и мультимедийных элементов публикации, в том числе в цифровой сфере, методы использования технологии сторителлинга; | Эссе, портфолио, собеседование |
| **Уметь** использовать в процессе создания коммуникационного продукта современные технологии сочетания текстовых и мультимедийных элементов публикации, в том числе в цифровой сфере; | Эссе, портфолио, собеседование |
| **Владеть** навыками применения в профессиональной деятельности современных технологий сочетания текстовых и мультимедийных элементов публикации, в том числе в цифровой сфере, технологий сторителлинга; | Эссе, портфолио, собеседование |
| **Мотивация** (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи | Эссе, портфолио, собеседование |
| *16* | 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; | **Знать** технологии поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке; | Эссе, портфолио, собеседование |
| **Уметь** использовать технологии поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке; | Эссе, портфолио, собеседование |
| **Владеть** практическими навыками поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке; | Эссе, портфолио, собеседование |
| **Мотивация** (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи | Эссе, портфолио, собеседование |
| *17* | ПКР-14. Способен интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций, анализировать эффективность продвижения рекламного и коммуникационного продукта; | ПКР-14.1. Разрабатывает концепции продвижения продукта, формирует коммуникационные цели и маркетинговые стратегии; | **Знать** теоретические аспекты интегрированных маркетинговых коммуникаций, концепции продвижения коммуникационного продукта; | Эссе, портфолио, собеседование |
| **Уметь** в рамках должностных полномочий разрабатывать самостоятельные концепции продвижения коммуникационного продукта, формирует коммуникационные цели и маркетинговые стратегии; | Эссе, портфолио, собеседование |
| **Владеть** практическими навыками продвижения коммуникационного продукта, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий; | Эссе, портфолио, собеседование |
| **Мотивация** (личностное отношение): учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи | Эссе, портфолио, собеседование |

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

|  |  |
| --- | --- |
| **Индикаторы компетенции** | **ОЦЕНКИ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ** |
| **плохо** | **неудовлетворительно** | **удовлетворительно** | **хорошо** | **очень хорошо** | **отлично** | **превосходно** |
| **не зачтено** | **зачтено** |
| **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 | 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 |
| **Наличие навыков****(владение опытом)** | Отсутствие владения материалом. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа на вопросы собеседования | При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки.Имели место грубые ошибки | Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач  | 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  |
| **Мотивация (личностное отношение)** | Полное отсутствие учебной активности и мотивации, пропущена большая часть периода практики | Учебная активность и мотивация слабо выражены, готовность решать поставленные задачи качественно отсутствует | Учебная активность и мотивация низкие, слабо выражены, стремление решать задачи на низком уровне качества  | Учебная активность и мотивация проявляются на среднем уровне, демонстрируется готовность выполнять поставленные задачи на среднем уровне качества | Учебная активность и мотивация проявляются на уровне выше среднего, демонстрируется готовность выполнять большинство поставленных задач на высоком уровне качества | Учебная активность и мотивация проявляются на высоком уровне, демонстрируется готовность выполнять все поставленные задачи на высоком уровне качества | Учебная активность и мотивация проявляются на очень высоком уровне, демонстрируется готовность выполнять нестандартные дополнительные задачи на высоком уровне качества |
| **Характеристика сфомированности 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 | Сформирован-ность компетенции в целом соответствует требованиям, но есть недочеты. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в целом достаточно для решения практических (профессиональных) задач, но требуется отработка дополнительных практических навыков | Сформированность компетенции в целом соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в целом достаточно для решения стандартных практических (профессиональных) задач | Сформированность компетенции полностью соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в полной мере достаточно для решения сложных практических (профессиональных) задач | Сформированность компетенции превышает стандартные требования. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в полной мере достаточно для применения творческого подхода к решению сложных практических (профессиональных) задач |
| **Уровень сформиро-ванности 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 поход 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.  |

* 1. **. 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 материал в портфолио, а также грамотный детальный отчет о ходе практике в формате эссе, без значительного количества ошибок. В результате собеседования, а также рассмотрения неопубликованных материалов портфолио или дневника практики окончательная оценка может быть изменена как в большую, так и в меньшую сторону.

**6. Титульный лист** (*Приложение 1)*

* + 1. **Вопросы к собеседованию (устным опросам) по производственной практике**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № | Вопрос  | Код компетенции *(согласно РПП)* |
|  | Каковы общие принципы, на основе которых осуществляется организация и планирование деятельности фирмы (организации)? | ОПК-5, ПКР-10 |
|  | Какие существуют методы структурирования планирования деятельности организации или отдельного человека? | ПРК-13 |
|  | Дать характеристику организации, обозначить ее место в медиапространстве и на рынке региона | ОПК-5 |
|  | Структура организации, порядок взаимодействия ее отделов, координация | ОПК-5, ПКО-3, ПКР-10 |
|  | Разновидности пресс-релизов и правила их написания | ОПК-1, ПКО-2 |
|  | В чем специфика подготовки креативного брифа? В каких случаях он применяется? | ОПК-1, ПКР-11 |
|  | Особенности жанра рекламной статьи. Ее отличие от нативной рекламы | ОПК-1, ПКО-2 |
|  | Что представляет собой проект в сфере рекламы и связей с общественностью? В чем его специфика? | ПКР-7 |
|  | Какие типы проектов в сфере рекламы и связей с общественностью существуют? Какие из них реализуются в профильной организации? | ПКР-7 |
| 1. При
 | При помощи каких методов и технологий осуществляется руководство проектами и их мониторинг? | ОПК-6, ПРК-13 |
|  | В чем основная специфика проведения коммуникационных мероприятий? Такие типы мероприятий существуют? | ПКО-3, ПКР-9 |
|  | В организации каких коммуникационных мероприятиях и кампаниях вы принимали участие в ходе практики?  | ПКР-9, ПКО-1 |
|  | Выделите этапы в процессе организации подготовки, производства рекламной продукции. Какие внутренние ресурсы организации и внешние мощности задействованы в этом процессе? | ПКР-7, ПКО-1 |
|  | Каковы профессиональные роли и функции специалиста по связям с общественностью/рекламе в организации? | ПКО-1, ПКР-10 |
|  | Правила написания материалов для СМИ, их типы | ПКО-2, ПКР-11 |
|  | Принципы подготовки и редактирования рекламных текстов. Типы рекламных текстов | ОПК-1, ПКО-2 |
|  | Охарактеризуйте одно из проведенных мероприятий. Оцените его эффективность и собственную роль в его подготовке | ПКР-9 |
|  | Охарактеризуйте современные технологии производства рекламной продукции | ОПК-6 |
|  | Принципы работы организации в социальных медиа (соцсети, видеохостинги). Какие методы распространения рекламной продукции в этой сфере практикуются в организации. Привести примеры. | ОПК-6, ПКР-14 |
|  | Формы работы отдела (организации) с мультимедийной информацией. Привести примеры собственной работы над мультимедийными элементами материалов | ОПК-6, ПКР-12 |
| 1. К
 | Как метод сторителлинга используется в практике организации? | ПКР-12 |
|  | Каковы базовые этические принципы работы специалиста по связям с общественностью? Каких принципов придерживается профильная организация. Кто осуществляет контроль этических аспектов работы? | ОПК-7, ПКР-4 |
|  | Какие каналы продвижения проекта в области рекламы и связей с общественностью применяются в организации? | ПКР-8, ПКР-14 |
|  | По каким каналам и при помощи каких форматов осуществляется обратная связь организации от аудитории и клиентов? | ПКО-3, ПКР-8 |

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

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

Составитель:

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

(подпись)

***Приложение 1. Образец титульного листа***

Министерство науки и высшего образования РФ

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

(ННГУ)

Институт филологии и журналистики

 Кафедра журналистики

**ОТЧЕТ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ**

студентки \_\_\_ курса

направления «Реклама и связи

с общественностью»

Ивановой Татьяны Ивановны.

Место практики:

ООО "Узорочье"

Нижний Новгород

20\_\_\_

*Приложение 2. Бланк индивидуального задания на практику*

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования

«Национальный исследовательский Нижегородский государственный

университет им. Н.И. Лобачевского»

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ НА ПРОИЗВОДСТВЕННУЮ ПРАКТИКУ

(Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности)

Обучающийся

(фамилия, имя, отчество полностью)

Курс\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Институт филологии и журналистики

Форма обучения\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Направление подготовки\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Содержание задания на практику (перечень подлежащих рассмотрению вопросов):

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Дата выдачи задания\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Руководитель практики

от ННГУ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 подпись И.О. Фамилия

**Согласовано:**

Руководитель практики

от профильной организации \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 подпись И.О. Фамилия

**Ознакомлен:**

Обучающийся \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 подпись И.О. Фамилия

*Приложение 3. Бланк 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. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (Подпись руководителя практики, печать структурного подразделения ННГУ или профильной организации) |  Окончил практику «\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_ г. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (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) (подпись руководителя практики от ННГУ)*

«\_\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_г.

*Приложение 4. Бланк совместного рабочего плана (графика) на практику*

Совместный рабочий график (план) проведения практики

(для проведения практики в Профильной организации)

ФИО обучающегося:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Форма обучения: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Институт филологии и журналистики

Направление подготовки: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Курс:\_\_\_\_\_\_\_

База практики\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(наименование базы практики - Профильной организации)

Руководитель практики от ННГУ\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

*(Ф.И.О.. должность)*

Руководитель практики

от Профильной организации\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

*(Ф.И.О.. должность)*

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

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

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

Руководитель практики от ННГУ\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

*(ФИО, подпись)*

Руководитель практики

от Профильной организации\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

*(ФИО, подпись)*

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

**ДОГОВОР**

об организации проведения практики обучающихся ННГУ

по образовательным программам высшего образования

город Нижний Новгород «\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ года

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского», именуемое в дальнейшем «Университет», в лице \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, действующего на основании \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ с одной стороны, и \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_,

*(полное наименование юридического лица)*

именуемое в дальнейшем «Профильная организация», в лице \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_,

*(должность, фамилия, имя, отчество представителя Профильной организации)*

действующего на основании \_\_\_\_\_\_*\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*

*(реквизиты документа, удостоверяющего полномочия представителя Профильной организации)*

с другой стороны,далее совместно именуемые «Стороны», в соответствии с Федеральным законом от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» и Положением о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 27.11.2015 № 1383, заключили настоящий договор о нижеследующем:

**1. Предмет договора**

1.1. Предметом настоящего договора является организация и проведение в Профильной организации всех видов практик (далее – практика) обучающихся Института филологии и журналистики Университета,

обучающихся по направлению подготовки

«Журналистика», «Реклама и связи с общественностью», «Издательское дело»

 по очной, очно-заочной, заочной форме обучения.

 *(очной / заочной / очно-заочной)*

1.2. Сведения о численности обучающихся, направляемых для прохождения практики, курс, виды, типы и сроки проведения практики сообщаются Профильной организации Университетом не позднее 5 календарных дней до начала практики.

*(количество дней)*

1.3. Настоящий договор является безвозмездным.

**2. Обязанности сторон**

**2.1. Университет обязуется:**

2.1.1. В соответствии с учебным планом и календарным учебным графиком установить сроки проведения практики с учетом теоретической подготовки обучающихся и возможностей Профильной организации и Университета.

2.1.2. Предоставить Профильной организации список обучающихся, направляемых на практику и сведения, предусмотренные пунктом 1.2 настоящего договора, в соответсвии с приложением к настоящему договору.

2.1.3. Выдать обучающимся письменные предписания на практику, индивидуальные задания на практику, совместный рабочий график (план) проведения практики.

2.1.4. Направлять в Профильную организацию обучающихся в сроки, указанные в пункте 2.1.1 настоящего договора.

2.1.5. Для руководства практикой обучающихся:

а)назначить руководителя (руководителей) практики от Университета, на которого возлагаются следующие обязанности:

- совместно с руководителем (руководителями) практики от Профильной организации составить совместный рабочий график (план) проведения практики;

- разработать индивидуальные задания для обучающихся, выполняемые в период прохождения практики;

- осуществлять контроль за соблюдением сроков проведения практики и соответствием ее содержания требованиям, установленным основными профессиональными образовательными программами высшего образования;

- оказывать методическую помощь обучающимся при выполнении ими индивидуальных заданий, сборе материалов к выпускной квалификационной работе в ходе преддипломной практики;

- оценить результаты прохождения практики обучающимися;

б) назначить руководителя (руководителей) практики от Профильной организации (на основании предложений Профильной организации, представленных в соответствии с пунктом 2.2.2 настоящего договора), на которого возлагаются следующие обязанности:

* совместно с руководителем (руководителями) практики от Университета составить совместный рабочий график (план) проведения практики;
* согласовать индивидуальные задания, содержание и планируемые результаты практики;
* предоставить рабочие места обучающимся;
* обеспечить безопасные условия прохождения практики обучающимися, отвечающие санитарным правилам и требованиям охраны труда;
* провести инструктаж обучающихся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка Профильной организации.

2.1.6. Принимать участие в расследовании комиссией Профильной организации несчастных случаев, если они произойдут с обучающимися (обучающимся) в период прохождения практики.

**2.2. Профильная организация обязуется:**

2.2.1 Принять обучающихся, направленных Университетом для прохождения практики.

2.2.2. Представить Университету предложение по кандидатуре руководителя (руководителей) практики обучающихся из числа квалифицированных работников Профильной организации.

2.2.3. Обеспечить прохождение обучающимися практики в соответствии с совместным рабочим графиком (планом) проведения практики; не допускать простоя обучающихся и отвлечение их на работы, не предусмотренные совместным рабочим графиком (планом) проведения практики и не относящиеся к их подготовке по программе высшего образования.

2.2.4. Предоставить обучающимся и руководителям практики от Университета возможность пользования документацией, необходимой для выполнения программы практики, не составляющей коммерческую или служебную тайну Профильной организации.

2.2.5. Осуществлять наблюдение за качеством выполняемой обучающимися работы.

2.2.6. Контролировать исполнение обучающимися Университета правил внутреннего трудового распорядка, соблюдение норм безопасности и санитарно-гигиенических условий труда, установленных в Профильной организации.

2.2.7. Расследовать и учитывать несчастные случаи, если они произойдут с обучающимися в период практики, комиссией совместно с представителями Университета.

2.2.8. Обо всех случаях нарушения обучающимися трудовой дисциплины и правил внутреннего трудового распорядка сообщать в Университет.

2.2.9. По окончании практики дать характеристику о работе каждого обучающегося и оформить со своей стороны предписания и другие документы, выданные Университетом обучающимся при направлении их в Профильную организацию для прохождения практики.

**3. Ответственность Сторон**

3.1. В случае неисполнения или ненадлежащего исполнения обязательств по настоящему договору Стороны несут ответственность в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации.

3.2. Все споры, возникающие между Сторонами по настоящему договору, разрешаются путем переговоров, а при невозможности достижения согласия – в установленном законодательством порядке.

**4. Срок действия договора, изменение и расторжение договора**

4.1. Срок действия настоящего договора устанавливается с «\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_\_ г. по «\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_\_ г.

4.2. Все изменения и дополнения по настоящему договору, согласованные Сторонами в письменной форме, являются неотъемлемой частью настоящего договора, вступают в силу с указанного в них времени и действуют в течение срока действия договора.

**5. Прочие условия**

5.1. По всем вопросам, не урегулированным настоящим договором, Стороны руководствуются действующим законодательством Российской Федерации.

5.2. Настоящий договор составлен и подписан Сторонами в двух экземплярах, имеющих одинаковую юридическую силу (по одному экземпляру – каждой Стороне).

**6. Наименования и адреса Сторон**

6.1. **Университет**

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского» (ННГУ им. Н.И. Лобачевского, ННГУ, Университет Лобачевского, Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского)

Место нахождения: г. Нижний Новгород

Почтовый адрес: 603950, г. Нижний Новгород, пр. Гагарина, д. 23

Тел/факс (831) 462-30-09 / (831) 462-30-85

6.2 **Профильная организация**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

*(полное наименование Профильной организации)*

Место нахождения: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

ОГРН \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Тел. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**ПОДПИСИ СТОРОН:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| От **Университета** |  | От **Профильной организации** |
|  |  | **\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_***(наименование должности* *представителя Профильной организации)* |
| **\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_***(подпись)* |  | **\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_***(подпись)* |
| М.п. |  | **\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_***(фамилия, имя, отчество* *представителя Профильной организации)*М.п. |

Директор Института филологии и журналистики \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Л.И. Жуковская

Приложение к договору

от \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ № \_\_\_\_\_

об организации проведения практики обучающихся ННГУ по образовательным программам высшего образования

**Список обучающихся Университета, направляемых на практику в**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

*(полное наименование Профильной организации)*

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Ф.И.О. обучающегося | Факультет, филиал, институт Университета | Курс | Направление подготовки / специальность | Вид, тип практики | Сроки проведения практики |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |