


Министерство просвещения Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Чувашский государственный педагогический университет им. И.Я. Яковлева»

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой
экономики, управления и права

 Г.Л. Белов

«26» мая 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

УЧЕБНАЯ ПРАКТИКА

Профессионально-ознакомительная практика

Направление подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки

Реклама и связи с общественностью

Квалификация (степень) выпускника

Бакалавр

Форма обучения

очная

Чебоксары

2023

Содержание

1 Цели практики.....	3
2 Задачи практики.....	3
3 Место практики в структуре ОПОП ВО	3
4 Вид, тип, способ и форма проведения практики	3
5 Место и время проведения практики.....	3
6 Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения практики	4
7 Структура и содержание практики	4
8 Формы отчетности по практике	6
9 Фонды оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике.....	7
10 Учебно-методическое и информационное обеспечение практики.....	14
11 Информационные технологии, используемые на практике	14
12 Материально-техническая база практики	15

1 Цели практики

Профессионально-ознакомительная практика является составной частью учебного процесса подготовки бакалавров по рекламе и связям с общественностью. Во время прохождения практики происходит закрепление и конкретизация результатов теоретического обучения, приобретение студентами умений и навыков практической работы по присваиваемой квалификации и избранному направлению подготовки.

Целями практики являются закрепление знаний и умений, приобретенных студентами в результате освоения теоретических курсов в области рекламы и PR, на основе их практического участия в деятельности предприятий, организаций, учреждений.

2 Задачи практики

Задачами профессионально-ознакомительной практики является:

- закрепление теоретических знаний в области рекламы и PR;
- получение первичных практических навыков осуществления профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью;
- овладение навыками теоретического анализа научной и методической литературы, сбора и обработки эмпирического материала; применения различных методов и методик на практике; оформления, представления в устной и письменной форме результатов выполненной работы.

3 Место практики в структуре ОПОП ВО

Профессионально-ознакомительная практика входит в Блок 2. Практика ОПОП ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Профессионально-ознакомительная практика базируется на таких дисциплинах как:

1. Маркетинговые исследования в рекламе и связях с общественностью.
2. Теория и практика рекламы.

Освоение программы профессионально-ознакомительной практики необходимо для успешного освоения следующих дисциплин по данному направлению подготовки:

1. Теория и практика брендинга.
2. Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью.

4 Вид, тип, способ и форма проведения практики

Вид практики – учебная практика.

Тип практики – профессионально-ознакомительная практика

Способ проведения практики – стационарная, выездная.

Практика проводится путем выделения непрерывного периода учебного времени для ее проведения.

5 Место и время проведения практики

Профессионально-ознакомительная практика проводится на 3-м курсе, 5-м семестре в течение 4-х недель.

Профессионально-ознакомительная практика проводится в организациях, обладающих необходимой материальной базой, кадровым и научно-техническим потенциалом, с которыми заключены договоры о сотрудничестве.

Объектами практики могут быть коммерческие организации, средства массовой

информации; научные организации и организации, осуществляющие образовательную деятельность; производственные и сервисные предприятия.

6 Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения практики

В результате прохождения профессионально-ознакомительной практики обучающийся должен приобрести следующие практические навыки, умения, универсальные компетенции, общепрофессиональные, профессиональные компетенции:

универсальные компетенции:

– способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1);

– способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений (УК-2);

общепрофессиональные компетенции, соответствующие рекламно-информационной деятельности:

– 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);

– способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах (ОПК-2);

– способность отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности (ОПК-4);

– способность учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности (ОПК-7);

профессиональные компетенции:

– способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта (ПК-2).

– способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций (ПК-3).

7 Структура и содержание практики

Общая трудоемкость практики составляет 6 зачетных единиц, 216 часов.

7.1 Структура практики

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды учебной работы, на практике включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость, (в часах)	Формы текущего контроля
1	Подготовительный этап	<ul style="list-style-type: none">– общее ознакомление с объектом практики;– участие в установочной конференции;– составление индивидуального плана прохождения практики и его согласование с руководителем практики от организации;– прохождение инструктажа по технике безопасности (12 часов)	Прохождение инструктажа по технике Подпись в журнале по технике безопасности. Индивидуальный план прохождения практики
2	Производственный этап	<ul style="list-style-type: none">– изучение деятельности организации, ее рыночного положения (изучение деятельности организации, описание истории ее создания, определение основных видов деятельности, организационной структуры управления организации, имеющейся материально-технической базы; определение масштабов деятельности организации, описание товаров/услуг; определение сегмента рынка, для которого предназначен товар/услуга; описание отличительных свойств товара/услуги; анализ рынка, на котором функционирует организация с точки зрения конкурентного окружения; SWOT-анализ организации);– анализ направлений PR-деятельности в организации (ознакомление со структурой отдела рекламы/связей с общественностью, его функциями и задачами; изучение содержания работы специалиста по рекламе/связям с общественностью; анализ наиболее успешных коммуникационных кампаний и мероприятий организации; ознакомление с документооборотом PR-деятельности, проведение мониторинга эффективности коммуникационной политики организации);– разработка проектных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью (анализ последних публикаций о работе организации в средствах массовой информации).(192 часа)	Выполнение производственных заданий Контроль за выполнением заданий. Проверка дневника практики
3	Заключительный этап	<ul style="list-style-type: none">– подготовка и оформление отчета по практике;– защита отчета по практике на итоговой конференции (12 часов)	Подготовка и защита отчета по практике

7.2 Содержание практики

Подготовительный этап

Общее ознакомление с объектом практики. Участие в установочной конференции. Составление индивидуального плана прохождения практики и его согласование с руководителем практики от организации. **Прохождение инструктажа по технике безопасности.**

Производственный этап

1. Изучение деятельности организации, ее рыночного положения:

– изучение деятельности организации, описание истории ее создания, определение основных видов деятельности, организационной структуры управления организации, имеющейся материально-технической базы;

– определение масштабов деятельности организации, описание товаров/услуг; определение сегмента рынка (целевой аудитории), для которого предназначен товар/услуга; описание отличительных свойств товара/услуги;

– анализ рынка, на котором функционирует организация с точки зрения конкурентного окружения; SWOT-анализ организации (определение сильных и слабых сторон, угроз и возможностей).

2. Анализ направлений PR-деятельности в организации:

– ознакомление со структурой отдела рекламы/связей с общественностью, его функциями и задачами; изучение содержания работы специалиста по рекламе/связям с общественностью;

– анализ наиболее успешных коммуникационных кампаний и мероприятий организации;

– ознакомление с документооборотом PR-деятельности (договоры на изготовление и размещение PR-материалов, акты сдачи-приемки выполненных работ, эфирные справки), проведение мониторинга эффективности коммуникационной политики организации.

3. Разработка проектных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью (варианты индивидуальных заданий):

– анализ последних публикаций о работе организации в средствах массовой информации (общий объем публикаций об организации в целом и об отдельных подразделениях, динамическая структура объема публикаций об организации за определенный период (неделя/месяц); соотношение позитивных/негативных/нейтральных статей, сравнительная интенсивность публикаций на фоне конкурентов);

– разработка PR-мероприятия, способствующего формированию позитивного общественного мнения о данной организации, продвижению ее товаров/услуг (сформулируйте цели, задачи планируемого мероприятия, время и место проведения, определите целевую аудиторию, предложите сценарий и реквизит).

Заключительный этап

Подготовка отчета. Сдача отчета на кафедру. Выступление на итоговой конференции.

8 Формы отчетности по практике

Комплект отчетной документации по итогам прохождения практики обучающегося включает:

– письменный отчет;

– индивидуальный план прохождения практики;

– дневник практики;

– путевку студента-практиканта с характеристикой на практиканта (если практика проводилась в профильной организации) или характеристику на практиканта (если практика проводилась в структурных подразделениях Университета).

По результатам практики студент составляет письменный отчет объемом не менее 20 страниц. Отчет должен содержать конкретные сведения о работе, проведенной в период практики, и отражать результат выполнения заданий, предусмотренных программой практики.

Типовая структура письменного отчета по практике включает:

1. Введение, в котором должны быть отражены: цель, задачи, место и продолжительность практики; перечень работ, выполненных в процессе практики.

2. Основная часть, раскрывающая:

- 2.1. Характеристика деятельности организации, ее рыночного положения:
- история создания и виды деятельности организации;
 - характеристика товара/услуг организации;
 - конкурентный анализ рынка, SWOT-анализ организации
- 2.2. Анализ направлений PR-деятельности в организации:
- структура отдела рекламы/связей с общественностью, его функции и задачи;
 - анализ коммуникационных кампаний и мероприятий организации;
 - система документооборота PR-деятельности организации.
- 2.3. Разработка проектных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью (варианты индивидуальных заданий):
- анализ публикаций об организации в средствах массовой информации;
 - разработка PR-мероприятия, способствующего формированию позитивного общественного мнения об организации;

3. Заключение, которое должно содержать: описание знаний, умений, навыков (компетенций), приобретенных практикантом в период практики; предложения и рекомендации обучающихся по повышению эффективности PR-деятельности организации.

В качестве приложений к отчету могут быть копии различных видов документов, собранных и обработанных студентом во время практики.

В процессе защиты отчета по практике обучающийся должен кратко изложить основные результаты проделанной работы, выводы и рекомендации.

Требования по формам и порядку отчетности по практике изложены в Положении о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования – программы бакалавриата, специалитета, магистратуры ЧГПУ им. И.Я. Яковлева. Требования по оформлению отчета по практике изложены в Положении об общих требованиях к построению, изложению и оформлению документов учебной деятельности обучающихся ЧГПУ им. И.Я. Яковлева.

Форма промежуточной аттестации по итогам практики – дифференцированный зачет.

9 Фонды оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике

9.1 Паспорт фонда оценочных средств по практике

№ п/п	Наименование раздела (этапа) практики	Код компетенций	Форма контроля	План-график проведения контрольно-оценочных мероприятий
1	Подготовительный этап	УК-1, УК-2; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-4; ОПК-7; ПК-2, ПК-3.	Прохождение инструктажа по технике Подпись в журнале по технике безопасности. Индивидуальный план прохождения практики	До начала практики
2	Производственный этап	УК-1, УК-2; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-4; ОПК-7; ПК-2, ПК-3.	Выполнение производственных заданий Контроль за выполнением заданий.	В течение практики

			Проверка дневника практики	
3	Заключительный этап	УК-1, УК-2; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-4; ОПК-7; ПК-2, ПК-3.	Подготовка и защита отчета по практике	После окончания практики

9.2 Оценочные средства по практике

Оценочные средства для проведения итогового контроля обучающихся по практике включает в себя:

- перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения программы практики;
- описание показателей и критериев оценивания компетенций;
- контрольно-измерительные материалы в виде типовых заданий или иных материалов, необходимых для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения программы практики;
- методику оценивания результатов практики.

Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения программы практики

Наименование компетенций	Измеряемые образовательные результаты (дескрипторы)	Этапы формирования	Задание практики	Отчетные материалы
УК-1	<p>УК-1.1.</p> <p>Знать: методы критического анализа и оценки современных научных достижений; основные принципы критического анализа.</p> <p>УК-1.2.</p> <p>Уметь: получать новые знания на основе анализа, синтеза и других методов; собирать данные по сложным научным проблемам, относящимся к профессиональной области; осуществлять поиск информации и решений на основе экспериментальных действий.</p> <p>УК-1.3.</p> <p>Владеть: исследованием проблем профессиональной деятельности с применением</p>	<p>Подготовительный, производственный, заключительный этап</p>	<p>Составление индивидуального плана прохождения практики и его согласование с руководителем практики от организации.</p> <p>Изучение деятельности организации, ее рыночного положения.</p> <p>Анализ направлений PR-деятельности в организации.</p> <p>Разработка проектных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью.</p> <p>Ведение дневника практики.</p> <p>Подготовка отчета по практике.</p> <p>Подготовка доклада с презентацией и выступление на итоговой конференции.</p>	<p>Индивидуальный план прохождения практики, отчет по практике, дневник практики, характеристика с места прохождения практики</p>

	анализа, синтеза и других методов интеллектуальной деятельности; выявлением научных проблем и использованием адекватных методов для их решения; демонстрацией оценочных суждений в решении проблемных профессиональных ситуаций.			
УК-2	<p>УК-2.1. Определяет совокупность взаимосвязанных задач и ресурсное обеспечение, условия достижения поставленной цели, исходя из действующих правовых норм</p> <p>УК-2.2. Оценивает вероятные риски и ограничения, определяет ожидаемые результаты решения поставленных задач</p> <p>УК-2.3. Использует инструменты и техники цифрового моделирования для реализации образовательных процессов</p>	Подготовительный, производственный, заключительный этап	<p>Составление индивидуального плана прохождения практики и его согласование с руководителем практики от организации.</p> <p>Изучение деятельности организации, ее рыночного положения.</p> <p>Анализ направлений PR-деятельности в организации.</p> <p>Разработка проектных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью.</p> <p>Ведение дневника практики.</p> <p>Подготовка отчета по практике.</p> <p>Подготовка доклада с презентацией и выступление на итоговой конференции.</p>	Индивидуальный план прохождения практики, отчет по практике, дневник практики, характеристика с места прохождения практики
ОПК-1	<p>ОПК-1.1.</p> <p>Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ</p> <p>ОПК-1.2.</p> <p>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</p>	Подготовительный, производственный, заключительный этап	<p>Составление индивидуального плана прохождения практики и его согласование с руководителем практики от организации.</p> <p>Изучение деятельности организации, ее рыночного положения.</p> <p>Анализ направлений PR-деятельности в организации.</p> <p>Разработка проектных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью.</p> <p>Ведение дневника практики.</p> <p>Подготовка отчета по практике.</p> <p>Подготовка доклада с презентацией и выступление на итоговой конференции.</p>	Индивидуальный план прохождения практики, отчет по практике, дневник практики, характеристика с места прохождения практики
ОПК-2	ОПК-2.1.	Подготовительный, производственный, заключительный	<p>Составление индивидуального плана прохождения практики и его согласование с руководителем практики от организации.</p> <p>Анализ направлений PR-деятельности в организации.</p>	Индивидуальный план прохождения практики, отчет по практике, дневник

	<p>тенденции развития</p> <p>ОПК-2.2.</p> <p>Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.</p>	этап	<p>Разработка проектных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью.</p> <p>Ведение дневника практики.</p> <p>Подготовка отчета по практике.</p> <p>Подготовка доклада с презентацией и выступление на итоговой конференции.</p>	<p>практики, характеристика с места прохождения практики</p>
ОПК-4	<p>ОПК-4.1.</p> <p>Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп</p> <p>ОПК-4.2.</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>Подготовительный, производственный, заключительный этап</p>	<p>Прохождение инструктажа по технике безопасности.</p> <p>Составление индивидуального плана прохождения практики и его согласование с руководителем практики от организации.</p> <p>Изучение деятельности организации, ее рыночного положения.</p> <p>Анализ направлений PR-деятельности в организации.</p> <p>Разработка проектных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью.</p> <p>Ведение дневника практики.</p> <p>Подготовка отчета по практике.</p> <p>Подготовка доклада с презентацией и выступление на итоговой конференции.</p>	<p>Отметка о прохождении инструктажа по технике безопасности, индивидуальный план прохождения практики, отчет по практике, дневник практики, характеристика с места прохождения практики</p>
ОПК-7	<p>ОПК-7.1.</p> <p>Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности</p> <p>ОПК-7.2.</p> <p>Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным</p>	<p>Подготовительный, производственный, заключительный этап</p>	<p>Составление индивидуального плана прохождения практики и его согласование с руководителем практики от организации.</p> <p>Изучение деятельности организации, ее рыночного положения.</p> <p>Анализ направлений PR-деятельности в организации.</p> <p>Разработка проектных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью.</p> <p>Ведение дневника практики.</p> <p>Подготовка отчета по практике.</p> <p>Подготовка доклада с презентацией и выступление на итоговой конференции.</p>	<p>Индивидуальный план прохождения практики, отчет по практике, дневник практики, характеристика с места прохождения практики</p>

	сообществом			
ПК-2	<p>ПК-2.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта</p> <p>ПК-2.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта</p> <p>ПК-2.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами</p>	<p>Подготовительный, производственный, заключительный этап</p>	<p>Составление индивидуального плана прохождения практики и его согласование с руководителем практики от организации.</p> <p>Изучение деятельности организации, ее рыночного положения.</p> <p>Анализ направлений PR-деятельности в организации.</p> <p>Разработка проектных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью.</p> <p>Ведение дневника практики.</p> <p>Подготовка отчета по практике.</p> <p>Подготовка доклада с презентацией и выступление на итоговой конференции.</p>	<p>Индивидуальный план прохождения практики, отчет по практике, дневник практики, характеристика с места прохождения практики</p>
ПК-3	<p>ПК-3.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде.</p> <p>ПК-3.2. При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде.</p> <p>ПК-3.3. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами.</p> <p>ПК-3.4. Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций.</p> <p>ПК-3.5. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью,</p>	<p>Подготовительный, производственный, заключительный этап</p>	<p>Составление индивидуального плана прохождения практики и его согласование с руководителем практики от организации.</p> <p>Изучение деятельности организации, ее рыночного положения.</p> <p>Анализ направлений PR-деятельности в организации.</p> <p>Разработка проектных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью.</p> <p>Ведение дневника практики.</p> <p>Подготовка отчета по практике.</p> <p>Подготовка доклада с презентацией и выступление на итоговой конференции.</p>	<p>Индивидуальный план прохождения практики, отчет по практике, дневник практики, характеристика с места прохождения практики</p>

	реализации коммуникационного продукта.			
--	--	--	--	--

Порядок оценки уровня приобретенных компетенций при прохождении практики

Руководитель практики оценивает результаты прохождения практики студентом, руководствуясь Положением о рейтинговой оценке качества знаний студентов ЧГПУ им. И.Я. Яковлева и правилом начисления баллов за практику. Рейтинг студента по практике рассчитывается путем накопления баллов и приведения их к традиционной шкале оценок.

Основные критерии оценки результатов практики:

- а) готовность к прохождению практики (прохождение инструктажа по технике безопасности и др.);
- б) степень выполнения программы практики (своевременное выполнение заданий практики в соответствии с индивидуальным планом прохождения практики, ориентация на решение поставленных задач);
- в) полнота представленной отчетной документации по итогам практики, соответствие программе практики;
- г) своевременное представление отчетной документации, качество оформления отчета;
- д) характеристика, данная обучающемуся руководителем практики в организации;
- е) публичная защита отчета.

Результаты практики могут быть оценены максимальным рейтинговым баллом – 100.

Правило начисления баллов за практику

Содержание работ	Правило начисления баллов	Максимальный балл по виду работ
Участие в работе установочной конференции, прохождение инструктажа по технике безопасности	5 баллов ставится, если обучающийся присутствовал на установочной конференции, прошел инструктаж по технике безопасности; 3 балла ставится, если студент отсутствовал на установочной конференции по уважительной причине, прошёл инструктаж в неустановленное время; 1 балл ставится, если студент отсутствовал по неуважительной причине, прошёл инструктаж в неустановленное время	5
Своевременное выполнение заданий практики в соответствии с индивидуальным планом прохождения практики, ориентация на решение поставленных задач	20 баллов ставится, если обучающийся своевременно, качественно выполнил весь объем работы в соответствии с индивидуальным планом прохождения практики; 15 баллов ставится, если обучающийся описывает и анализирует выполненные задания, но не всегда четко соотносит выполнение профессиональной деятельности с формированием определенной компетенции и индивидуальным планом прохождения практики; 10 баллов ставится, если обучающийся несвоевременно выполнял задания на практику, допускал ошибки в планировании и решении задач в соответствии с индивидуальным планом прохождения практики; 5 баллов ставится, если обучающийся проявил низкое качество выполнения заданий в соответствии с индивидуальным планом прохождения практики, направленных на формирование компетенций; 0 баллов ставится, если описание и анализ видов профессиональной деятельности, выполненных заданий	20

	отсутствует или носит фрагментарный характер	
Характеристика, данная обучающемуся руководителем практики в организации	10 баллов ставится, если обучающийся показал глубокую теоретическую, методическую, профессионально-прикладную подготовку; умело применил полученные знания во время прохождения практики; ответственно и с интересом относился к своей работе 5 баллов ставится, если обучающийся показал недостаточную теоретическую, методическую, профессионально-прикладную подготовку, в процессе работы не проявил достаточной самостоятельности, инициативы и заинтересованности; 0 баллов ставится, если обучающийся не проявил знаний теории и умения применять ее на практике, в процессе работы не проявил заинтересованности в будущей профессиональной деятельности	10
Полнота представленной отчетной документации по итогам практики, соответствие программе практики	25 баллов ставится, если обучающийся представил отчет в полном объеме в соответствии с программой практики; 20 баллов ставится, если обучающийся представил отчет с некоторыми отклонениями от качественных параметров; 15 баллов ставится, если обучающийся выполнил программу практики, однако часть заданий вызвала затруднения; 5 баллов ставится, если отчет носит описательный характер, без элементов анализа; 0 баллов ставится, если обучающийся не выполнил программу практики	25
Своевременное представление отчетной документации, качество оформления отчета	20 баллов ставится, если отчет оформлен в соответствии с требованиями по оформлению, материал изложен грамотно, доказательно, используется профессиональная терминология при оформлении отчетной документации по практике; отчет представлен в установленные сроки; 15 баллов ставится, если отчет оформлен в соответствии с требованиями по оформлению, но при изложении материала обнаружены ошибки в использовании профессиональной терминологии, встречаются стилистические и грамматические ошибки; отчет представлен в установленные сроки; 10 баллов ставится, если обнаружен низкий уровень оформления документации по практике; низкий уровень владения методической терминологией; отчет представлен с нарушением установленных сроков; 5 баллов ставится, если документы по практике оформлены не в соответствии с требованиями, отчет представлен с нарушением установленных сроков	20
Публичная защита отчета	20 баллов ставится, если обучающийся представил основные результаты проделанной работы, выводы и рекомендации ; демонстрирует достаточно полные знания всех профессионально-прикладных и методических вопросов в объеме программы практики; 15 баллов ставится, если обучающийся представил основные результаты проделанной работы, выводы и рекомендации; четко и полно излагает материал, но не всегда последовательно. 10 баллов ставится, если обучающийся представил результаты проделанной работы непоследовательно, проявил низкий уровень владения профессиональным стилем речи в изложении материала; 5 баллов ставится, если обучающийся не умеет доказательно представить материал, не способен самостоятельно продемонстрировать наличие знаний при решении заданий в соответствии с программой практики	20

Правило определения итоговой оценки

Количество накопленных баллов	Оценка по 4-бальной шкале	Оценка по шкале наименований
-------------------------------	---------------------------	------------------------------

90-100	5 (отлично)	Зачтено
76-89	4 (хорошо)	
60-75	3 (удовлетворительно)	
Менее 60	2 (неудовлетворительно)	Не зачтено

10 Учебно-методическое и информационное обеспечение практики

а) основная литература:

1. Аксенова, О. Н. Теория и практика массовой информации : учеб. пособие / О.Н. Аксенова, С. В. Меликян, Е. В. Швец. – Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2021. – 103 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru>.

2. Головлева, Е. Л. Массовые коммуникации и медиапланирование : учебное пособие / Е. Л. Головлева. - Электрон. дан. (1 файл). - Москва : Академический проект, 2020. - 250 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru>.

б) дополнительная литература:

1. Плотникова, Ю. С. Маркетинговые исследования : учебное пособие / Ю. С. Плотникова. - Омск : Омский государственный технический университет, 2021. - 128 с.

3. Медведева, Е. И. Мифодизайн в рекламе технических инноваций : учебное пособие / Е. И. Медведева. – Саратов : Вузовское образование, 2021. - 127 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru>.

4. Сергеева, З. Н. Технология рекламы : учебное пособие / З. Н. Сергеева, Е. А. Сайкин. - Электрон. дан. (1 файл). - Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2020. - 83 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru>.

5. Терёшина, Н. В. Эффективность рекламной и PR деятельности : учебное пособие для студентов бакалавриата и магистратуры по направлениям «реклама и связи с общественностью», «менеджмент», «торговое дело», «экономика» / Н. В. Терёшина. - Москва : Российский университет транспорта (МИИТ), 2021. - 62 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru>.

6. Хамаганова, К. В. Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие / К. В. Хамаганова. – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2018. – 186 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru>.

7. Хмелев, А. В. Дизайн в СМИ: теория и практика: учебный практикум / А. В. Хмелев. – Новосибирск : Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2020. - 80 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru>.

в) Интернет-ресурсы:

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

<http://www.wciom.ru> – Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ)

<http://www.press-service.ru> – Всероссийский специализированный журнал «Пресс-служба»

<http://www.garant.ru> – информационно-правовой портал «Гарант»

<http://biblio.chgpu.edu.ru> – научная электронная библиотека ЧГПУ им. И.Я. Яковлева

<http://www.iprbookshop.ru> – электронно-библиотечная система Ай Пи Эр Медиа

<https://ibooks.ru> – электронно-библиотечная система Айбукс

<http://elibrary.ru> – научная электронная библиотека

11 Информационные технологии, используемые на практике

Все студенты имеют возможность открытого доступа к вузовской электронно-библиотечной системе на платформе MARK SQL <http://biblio.chgpu.edu.ru/>, а также к электронно-библиотечным системам: Ай Пи Эр Медиа, Айбукс. Электронно-библиотечные системы (электронные библиотеки) и электронная информационно-образовательная среда вуза обеспечивают возможность доступа обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», как на территории организации так и вне ее.

Лицензионное программное обеспечение практики: ОС Microsoft Windows 7, Microsoft Office 2007, Kaspersky Endpoint Security для Windows.

12 Материально-техническая база практики

Во время практики обучающиеся должны быть обеспечены рабочими местами в соответствии с программой практики. Предприятие (организация) обязано предоставить возможность использования имеющейся литературы, технической и другой документации, а также создать необходимые условия для получения в период прохождения практики студентами знаний по вопросам в области рекламы и связей с общественностью. Во время проведения учебных и научно-производственных работ рабочие и бытовые помещения должны соответствовать действующим санитарным и противопожарным нормам, а также требованиям техники безопасности.

Учебные аудитории вуза для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации по практике оснащены аудиторной доской, учебной мебелью, проектором, экраном, ноутбуком, колонками.

Учебные аудитории для самостоятельных занятий оснащены компьютерной мебелью, компьютерами по числу обучающихся, объединенными локальной сетью («компьютерный» класс), с возможностью подключения к сети Интернет и доступом к электронной информационно-образовательной среде ЧГПУ им. И.Я. Яковлева.