

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о подписи:

ФИО: Выборцова Любовь Александровна

Должность: Ректор

Дата подписания: 04.07.2025 08:04:34

Уникальный программный ключ:

c3b3b9c625f6c113afa2a2c42baff9e05a38b76e

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Поволжский государственный университет сервиса» (ФГБОУ ВО «ПВГУС»)

Высшая школа туризма и социальных технологий

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

### **Б.2.О.01 (У). УЧЕБНАЯ ПРАКТИКА: ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНАЯ ПРАКТИКА**

основной профессиональной образовательной программы высшего образования -  
программы бакалавриата

Направление подготовки

**42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

Направленность (профиль) программы бакалавриата:

**«Реклама и связи с общественностью»**

Квалификация выпускника: **бакалавр**

Формы обучения: **очная, заочная**

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПРАКТИКИ

Цель учебной практики (ознакомительной) - закрепление и углубление теоретической подготовки, формирование у обучающихся умений, приобретение первичных профессиональных навыков, первоначального практического опыта, также опыта самостоятельной профессиональной деятельности.

Задачами ознакомительной практики являются:

- ознакомление с основами будущей профессиональной деятельности;
- изучение правил техники безопасности при осуществлении профессиональной деятельности;
- ознакомление разнообразием, структурой и функционалом учреждений субъектов рекламной деятельности и связей с общественностью;
- изучение запросов потребителей рекламных и PR-услуг;
- приобретение практических навыков работы с документацией;
- формирование навыков работы в коллективе, развитие коммуникативных качеств, усвоение норм профессиональной этики.

## 2. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Учебная практика (профессионально-ознакомительная) относится к обязательной части Блока 2 «Практики» образовательной программы «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ».

**Вид практики** - учебная практика

**Тип практики** – профессионально-ознакомительная практика

**Объем практики** - 6 зачётных единиц, 216 академических часов

**Продолжительность практики** - 4 недели

**Время проведения практики:** в соответствии с учебным планом образовательной программы.

**Форма промежуточной аттестации по итогам практики:** дифференциальный зачет, который выставляется на основе отчетных документов, предоставляемых обучающимся.

**Форма организации практики:** практическая подготовка, предусматривающая выполнение обучающимися видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Профессионально-ознакомительная практика проводится в форме самостоятельной работы обучающихся, направленной на получение умений и навыков профессиональной деятельности.

Профессионально-ознакомительная практика базируется на входных знаниях, умениях и компетенциях, полученных обучающимися в процессе обучения по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, полученных при изучении следующих дисциплин: Конфликтология, Основы теории коммуникации, Культурология, Мировая культура и искусство, Социология, Социология массовых коммуникаций, Психология массовых коммуникаций, Этика и эстетика, Деловое общение и бизнес-коммуникации, Правовое регулирование сферы коммуникаций.

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

**Местом прохождения профессионально-ознакомительной практики** являются структурные подразделения университета, предназначенные для проведения практической подготовки.

Профессионально-ознакомительная практика может проводиться в организациях, предприятиях и учреждениях, деятельность которых соответствует профилю образовательной программы, любой организационно-правовой формы:

- промышленные организации;
- организации социальной сферы;
- страховые организации;
- некоммерческие организации;
- государственные и муниципальные органы и учреждения.

Основными партнерами университета, согласно договоров о сотрудничестве и договоров на проведение практик, являются: ООО «Агентство маркетинговых коммуникаций», ООО «Буран», ООО «Медиа-Тольятти», ПАО «Тольяттиазот», ПАО «КуйбышевАзот» и другие организации инфокоммуникационной сферы города.

При прохождении практики устанавливается продолжительность рабочего времени 36 часов в неделю.

Обучающиеся, совмещающие обучение с трудовой деятельностью, вправе проходить практику в организации по месту работы, в случаях, если осуществляемая ими профессиональная деятельность соответствует целям практики.

### 3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ

Результаты обучения при прохождении практики соотнесены с планируемыми результатами освоения образовательной программы и с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций.

В результате прохождения практики у обучающихся должны быть сформированы элементы следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, с учетом трудовых функций, к выполнению которых в ходе практики готовится обучающийся (таблица 1).

**Таблица 1 - Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Код и наименование компетенции выпускника	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по практике
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	ИОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ ИОПК-1.2. 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	<b>Умеет:</b> выявлять отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ; осуществлять 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 <b>Владеет:</b> навыками подготовки 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
ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ИОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития ИОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при со-здании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.	<b>Умеет:</b> анализировать систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития; учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов. <b>Владеет:</b> навыками разностороннего освещения событий и процессов жизнедеятельности общества и государства в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ИОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса ИОПК-3.2. Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.	<b>Умеет:</b> демонстрировать кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса; учитывать достижения отечественной и мировой культуры при решении профессиональных задач; использовать средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов. <b>Владеет:</b> навыками использования многообразия достижений отечественной и мировой

Код и наименование компетенции выпускника	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по практике
		культуры в процессе создания медиатекстов и(или) медиапродуктов, и(или) коммуникационных продуктов
ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ИОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп ИОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	<b>Умеет:</b> соотнести социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп; использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности; учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов <b>Владеет:</b> навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов, отвечающих запросам и потребностям общества и аудитории
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	ИОПК-5.1 Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ИОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	<b>Умеет:</b> применять в профессиональной деятельности знания о совокупности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях; осуществлять профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы <b>Владеет:</b> навыками использования в профессиональной деятельности знания тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
ОПК-6. Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ИОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение ИОПК-6.2. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	<b>Умеет:</b> отбирать для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение; применять современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов <b>Владеет:</b> навыками использования в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные

Код и наименование компетенции выпускника	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по практике
ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом	технологии  <b>Умеет:</b> Применять знания цеховых принципов социальной ответственности, типовых эффектов и последствий в профессиональной деятельности; осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом <b>Владеет:</b> навыками учета эффектов и последствий профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

#### 4. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Процесс прохождения практики в форме практической подготовки состоит из этапов:

- подготовительный;
- основной;
- заключительный.

Содержание практики по этапам ее прохождения приведено в таблице 2.

**Таблица 2 - Содержание практики по этапам**

Результаты обучения (компетенции)	Виды работы на практике	Трудоемкость, час
<b>Подготовительный этап</b>		
	Участие в организационном собрании. Консультация руководителя практики от университета. Инструктаж по технике безопасности и ознакомление с правилами внутреннего распорядка. Ознакомление с требованиями организационно-правовых документов по охране труда и технике безопасности.	6
<b>Основной этап</b>		
ОПК-1 ОПК-2 ОПК-3 ОПК-4 ОПК-5 ОПК-6 ОПК-7	<p><b>Задание 1.</b> Характеристика объекта практики (места прохождения - структурное подразделение университета или организации, осуществляющей деятельность по профилю, соответствующему образовательной программе).</p> <p><b>Задание 2.</b> Выполнение комплекса мероприятий в процессе осуществления практической рекламной деятельности, в т.ч.:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ознакомиться со спецификой деятельности профильной организации, механизмом его взаимодействия с другими организациями коммуникационно-информационной сферы.</li> <li>2. Проанализировать нормативно-правовую и ресурсную базу деятельности организации.</li> <li>3. Дать характеристику основных направлений деятельности и реализуемых проектов.</li> <li>4. Охарактеризовать применяемые в практической деятельности организации технологии.</li> </ol> <p><b>Задание 3.</b> Выполнение индивидуального практического задания.</p> <p><b>Задание 4.</b> Составление резюме по итогам прохождения практики.</p>	190
<b>Заключительный этап</b>		
ОПК-6	Подведение итогов практики. Обобщение и подготовка отчета по результатам прохождения практики. Консультация с руководителями практики при формировании отчета.	16
	Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета	4
	<b>ИТОГО</b>	<b>216</b>

#### **Содержание этапов учебной (профессионально-ознакомительной) практики**

**Подготовительный этап.** Обучающийся должен принять участие в организационном собрании, проводимом руководителем практики от университета и получить информацию о целях и задачах практики, формах отчетности и др. На организационном собрании

обучающийся получает задания на практику (общие и индивидуальные), а также необходимую бланочную документацию.

Для всех обучающихся проводится инструктаж по технике безопасности и ознакомление с правилами внутреннего распорядка и ознакомление с требованиями организационно-правовых документов по охране труда и технике безопасности. При прохождении практики в профильной организации для всех обучающихся, а также руководителей практики от университета представитель профильной организации обязан провести инструктаж по охране труда до начала практики.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья руководитель разрабатывает индивидуальные задания, план и порядок прохождения практики с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

**Основной этап.** Обучающиеся решают поставленные перед ними руководителем практики практические задания (общие и индивидуальные).

**Общее задание** по практике включает в себя изучение объекта практики. Обучающиеся должны изучить и представить характеристику объекта практики (структурного подразделения университета или профильной организации). В случае прохождения практики в организации, осуществляющей деятельность по образовательной программе соответствующего профиля, обучающийся должен изучить уставные и организационные документы, структуру организации, виды оказываемых услуг, систему потребителей и партнеров и др. В отчете характеристика представляется в текстовой форме.

**Индивидуальное задание.** Каждому обучающемуся необходимо выполнить индивидуальное задание. Индивидуальное задание разрабатывается руководителем практики от университета в соответствии с видами профессиональной деятельности, реализуемыми в образовательной программе.

*Тема индивидуального задания* на учебную практику определяется в рамках общего задания с конкретизацией профиля организации по согласованию с руководителем.

*Примерный перечень индивидуальных заданий:*

1. Наблюдение за организацией и проведением коммуникационных кампаний и мероприятий, описать подробно одно из них.
2. Участие в планировании, организации и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий профильной организации.
3. Анализ тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.
4. Анализ запросов и потребностей общества и аудитории в профессиональной деятельности профильной организации.

В качестве индивидуального задания могут разрабатываться проекты, если их выполнение целесообразно и возможно в условиях профильной организации, а также соответствует задачам учебной практики. Тему индивидуального задания рекомендуется согласовывать с тематикой НИР и НИРС выпускающей кафедры.

**Заключительный этап.** На заключительном этапе обучающиеся формируют отчет о практике, содержащий информацию и выводы по каждому заданию. При написании отчета по практике обучающийся учитывает замечания руководителя практики и после их устранения оформляет отчет. Подготовленный отчет по практике и аттестационный лист представляются руководителю практики. Обучающийся проходит процедуру защиты отчета по практике, по результатам которой ему выставляется оценка.

## 5. ФОРМЫ ОТЧЕТНОСТИ ПО ПРАКТИКЕ

**Формы отчетности** - это комплект отчетных документов в соответствии с локальным нормативным актом университета, регламентирующим практическую подготовку.

По окончании практики обучающийся представляет на кафедру следующие документы:

- направление на практику;
- отчет о прохождении практики;
- аттестационный лист.

Отчет и сопутствующие материалы обучающийся должен предоставить на кафедру не позднее даты защиты отчета, указанной в направлении на практику.

**Направление на практику** оформляется приказом ректора университета или иного уполномоченного им лица с указанием закрепления каждого обучающегося за организацией, а также с указанием вида и сроков прохождения практики. В направлении указывается полное название университета и профильной организации, сроки прохождения практики, Ф.И.О. руководителя практики от университета, дата защиты отчета по практике, руководителем практики от профильной организации ставится отметка о прибытии для прохождения практики и выбытии обучающегося из профильной организации, ставится подпись руководителя практики и печать организации.

По результатам практики обучающимся составляется **отчет по практике**, который утверждается организацией. Отчет о прохождении практики составляется обучающимся в соответствии с рабочим графиком (планом) проведения практики, индивидуальными заданиями и дополнительными указаниями руководителей практики от университета и от профильной организации. Отчет должен отражать отношение обучающегося к изученным материалам по вопросам деятельности организации, с которыми обучающийся знакомился, умениями и навыками, которые обучающийся приобрел в ходе практики. Отчет должен носить аналитический характер. К отчету о прохождении практики должны быть приложены документы, составленные самим обучающимся при прохождении практики.

Содержание индивидуальных заданий зависит от вида практики, и может содержать ознакомление со спецификой функционирования профильной организации, его структурой работой различных подразделений, ознакомление с нормативной базой, должностными инструкциями, технологией выполнения задач, особенностями формирования решений, которые считаются результатом выполнения трудовых функций, правоприменительной практикой профильной организации. Результатами выполнения индивидуального задания могут быть приобретение первоначальных навыков работы в определённой должности, выполнение дополнительных задач, поставленных руководителем практики, осуществление систематизации и анализа собранных материалов в отчете по практике.

В качестве **приложения к отчету** обучающийся оформляет графические, аудио-, фото-, видео-, наглядные материалы, подтверждающие практический опыт, полученный на практике.

По результатам практики руководителями практики от организации и от университета формируется **аттестационный лист**, содержащий сведения об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций. В аттестационном листе, который выдается обучающемуся по завершению прохождения практики, руководителями от организации и от университета отражается оценка уровня сформированности каждой компетенции в разрезе уровней в соответствии с установленной шкалой оценки. Аттестационный лист подписывается руководителем практики от организации и от университета.

По результатам практики обучающимся составляется отчет, который утверждается организацией (в случае прохождения практики в профильной организации).

Отчет о прохождении производственной практики оформляется с использованием средств MS Office и представляется для защиты в печатном виде руководителю практики.

Содержание отчета по практике должно полностью соответствовать программе практики с кратким изложением всех вопросов, отражать умение студента применять на практике теоретические знания, полученные при изучении профессиональных модулей.

Отчет должен иметь следующую структуру:

- 1) титульный лист;

- 2) содержание;
- 3) введение (цели и задачи практики с учетом видов профессиональной деятельности)
- 4) текстовая часть отчета, которая содержит изложение результатов практической деятельности студента по видам выполняемых работ в соответствии с совместным рабочим графиком (планом) проведения практики. Объем текстовой части отчета по практике должен быть не менее 20 стр. (шрифт 12 пт, 1,5 интервала).

В текстовой части отчета:

- приводится описание места прохождения практики (структурного подразделения университета или профильной организации). На основании документов, изучаемых на практике, могут быть даны общие организационные характеристики профильной организации; специфика применяемых технологий, нормативно-правовая база и т.д.; описание деятельности структурного(ых) подразделения(й) профильной организации, краткая характеристика направлений их деятельности, другое;

- приводится описание порядка соблюдения требований охраны труда, техники безопасности и пожарной безопасности, действующей в профильной организации;

- приводится должностная инструкция, на основании которой были сформированы служебные обязанности практиканта при прохождении практики (при наличии). При отсутствии такого документа приводится перечень трудовых действий обучающегося при прохождении практики;

- осуществляется подробное описание работ, выполненных в соответствии с программой практики. Приводится информация и выводы по каждому заданию, предусмотренному программой практики;

Описание проделанной работы могут сопровождаться схемами, образцами заполненных документов, а также ссылками на использованную литературу и материалы предприятия.

- 5) заключение, в котором содержатся выводы и предложения по результатам практики;

- 6) список использованных источников (нормативные правовые документы, внутренние документы базы практики, специальная литература, Интернет-ресурсы и т.п.);

- 7) приложения. Приложения, как правило, включают нормативные акты, статистическую информацию, графические, аудио-, фото-, видео- материалы, наглядные материалы, подтверждающие практический опыт, полученный на практике.

Отчет заверяется подписью руководителя и печатью профильной организации.

Для предоставления на утверждение руководителю практики от университета документация о прохождении практики брошюруется в следующем порядке:

- направление на практику с отметкой о прибытии и выбытии обучающегося;
- аттестационный лист с дифференцированной оценкой по результатам практики;
- отчет о прохождении практики с приложениями.

Оформление отчета должно соответствовать установленным требованиям.

Текстовая часть работы (материалы по разделам) оформляется в виде пояснительной записки на листах формата А4. При наборе пояснительной записки установить следующие размеры полей: верхнее - 2,0 см., нижнее - 2,0 см., левое - 2,5 см., правое - 1,5 см., интервал 1,5. Текст записки оформляется шрифтом TimesNewRoman (шрифт 12 пт, 1,5 интервала). Выставить выравнивание текста и заголовков «по ширине страницы». Нумерация страниц проставляется в «верхнем колонтитуле» по центру страницы. Титульный лист не нумеруется.

Текст пояснительной записки разделяют на разделы и подразделы. Разделы должны иметь порядковые номера в пределах всего документа, обозначенные арабскими цифрами без точки и записанные с абзацного отступа. Подразделы должны иметь нумерацию в пределах каждого раздела, номер подраздела состоит из номера раздела и подраздела, разделенных точкой. В конце номера подраздела, а также после названия раздела или подраздела, точка не допускается. Каждый раздел начинается с нового листа.

Объем текстовой части отчета по практике должен быть не менее 20 стр.

Дифференцированный зачет по практике приравнивается к зачетам по теоретическому обучению и учитывается при подведении итогов общей успеваемости студентов.

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

### 6.1. Список основной литературы

1. Кузьмина, О. Г. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Теория и практика рекламы : учеб. пособие / О. Г. Кузьмина, О. Ю. Посухова. – Документ read. – Москва : РИОР [и др.], 2023. – 188 с. – (Высшее образование). – Прил. - Слов. реклам. терминов. – URL: <https://znanium.ru/read?id=437884> (дата обращения: 15.03.2024). - Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

2. Мандель, Б. Р. PR: методы работы со средствами массовой информации : учеб. пособие для вузов по специальностям «Связи с общественностью», «Журналистика» (специалисты, бакалавры, магистры) / Б. Р. Мандель. – 2-е изд., испр. и доп. – Документ read. – Москва : Вузов. учеб., 2023. – 238 с. – Прил. – URL: <https://znanium.ru/read?id=439471> (дата обращения: 15.03.2024). - Режим доступа: для авториз. пользователей. – ISBN 978-5-9558-0556-6. - 978-5-16-102921-3. – Текст : электронный.

3. Панкратов, Ф. Г. Основы рекламы : учеб. для вузов по специальности «Реклама» / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. – 19-е изд., стер. – Документ Bookread2. – Москва : Дашков и К, 2024. – 538 с. – URL: <https://znanium.ru/read?id=431703> (дата обращения: 15.03.2024). - Режим доступа: для авториз. пользователей. – ISBN 978-5-394-05172-2. – Текст : электронный.

4. Ткаченко, О. Н. Дизайн и рекламные технологии : учеб. пособие для вузов по направлению подгот. (специальности) "Реклама и связи с общественностью" / О. Н. Ткаченко ; под ред. Л. М. Дмитриевой ; Омский. гос. техн. ун-т (ОмГТУ). - Документ read. - Москва : Магистр [и др.], 2024. - 176 с. : ил. - Прил. - Слов. - URL: <https://znanium.ru/read?id=446341> (дата обращения: 03.02.2024). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-9776-0288-4. - 978-5-16-104907-5. - Текст : электронный.

5. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации. Реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учеб. пособие для вузов по направлению подгот. «Реклама и связи с общественностью» / Ф. И. Шарков. – 3-е изд., стер. – Документ Bookread2. – Москва : Дашков и К, 2024. – 324 с. – Слов. – URL: <https://znanium.ru/read?id=431490> (дата обращения: 15.03.2024). - Режим доступа: для авториз. пользователей. – ISBN 978-5-394-04536-3. – Текст : электронный.

### 6.2. Список дополнительной литературы

6. Баранов, Д. Е. PR: теория и практика : учебник / Д. Е. Баранов, Е. В. Демко, М. А. Лукашенко ; под ред. М. А. Лукашенко. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Синергия, 2013. - 352 с. - (Университетская серия). - URL: <https://znanium.ru/read?id=227739> (дата обращения: 15.03.2024). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-4257-0091-9. Текст : электронный.

7. Гогоадзе, М. Г. Основы PR-технологий : учеб. пособие / М. Г. Гогоадзе, Е. В. Сорокина, Е. А. Черкасова ; Балт. гос. техн. ун-т «Военмех» им. Д.Ф. Устинова. - Документ read. - Санкт-Петербург : БГТУ, 2021. - 223 с. - URL: <https://reader.lanbook.com/book/220271> (дата обращения: 22.02.2024). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-907324-36-7. - Текст : электронный.

8. Зубков, С. А. Государственное и общественное регулирование в сфере рекламы и связей с общественностью : учеб. пособие / С. А. Зубков. - Изд. 2-е, стер. - Документ read. - Санкт-Петербург [и др.] : Лань, 2024. - 151 с. - URL: <https://reader.lanbook.com/book/396482> (дата обращения: 24.10.2024). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-507-49581-8. - Текст : электронный.

9. Кузнецов, П. А. Public Relations. Связи с общественностью для бизнеса: практические приемы и технологии : учеб. для вузов / П. А. Кузнецов. - 4-е изд., стер. - Документ read. - Москва : Дашков и К, 2022. - 294 с. - (Стратегия успешного бизнеса). - URL: <https://znanium.ru/read?id=431545> (дата обращения: 16.02.2024). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-394-04872-2. - Текст : электронный.

10. Осипова, Е. А. Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью : учеб. для вузов по направлению подгот. 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" (квалификация (степень) "бакалавр") / Е. А. Осипова. - Документ Read. - Москва : ИНФРА-М, 2020. - 380 с. - (Высшее образование. Бакалавриат). - URL: <https://znanium.com/read?id=350984> (дата обращения: 15.10.2024). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-16-107682-8. - Текст : электронный.

11. Шишова, Н. В. Теория и практика рекламы : учеб. пособие / Н. В. Шишова, А. С. Подопригора, Т. В. Акулич. - Документ read. - Москва : ИНФРА-М, 2019. - 299 с. - (Высшее образование). - Слов. - URL: <https://znanium.com/read?id=354635> (дата обращения: 15.03.2024). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-16-004794-2. - 978-5-16-101903-0. - Текст : электронный.

### **6.3. Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы, интернет-ресурсы**

1. eLIBRARY.RU : научная электронная библиотека : сайт. – Москва, 2000. – URL: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 15.03.2024). – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный.

2. PR в России : [Интернет-журнал]. - Москва, 2003. - URL: [https://createbrand.ru/mags/rus\\_pr/](https://createbrand.ru/mags/rus_pr/) (дата обращения: 15.03.2024). - Текст : электронный.

3. Sostav.ru : [сайт]. – Москва, 1998. - URL: <https://www.sostav.ru/> (дата обращения: 15.03.2024). - Текст : электронный.

4. КонсультантПлюс : справочная правовая система : сайт / ЗАО «КонсультантПлюс». – Москва, 1992. - URL: <http://www.consultant.ru> (дата обращения 15.03.2024). - Текст : электронный.

5. Электронная библиотечная система Поволжского государственного университета сервиса : сайт / ФГБОУ ВО «ПВГУС». – Тольятти, 2010. - URL : <http://elib.tolgas.ru>(дата обращения: 15.03.2024). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

6. Электронно-библиотечная система Znanium.com: сайт / ООО «ЗНАНИУМ». – Москва, 2011. – URL : <https://znanium.com/> (дата обращения: 15.03.2024). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

7. Электронно-библиотечная система Лань: сайт / ООО «ЭБС ЛАНЬ». - Москва, 2011. - URL: <https://e.lanbook.com/> (дата обращения: 15.03.2024). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

### **6.4. Программное обеспечение**

Информационное обеспечение практики осуществляется с использованием следующего программного обеспечения (лицензионного и свободно распространяемого), в том числе отечественного производства:

<b>№ п/п</b>	<b>Наименование</b>	<b>Условия доступа</b>
1	Microsoft Windows	из внутренней сети университета (лицензионный договор)
2	Microsoft Office	из внутренней сети университета (лицензионный договор)
3	КонсультантПлюс	из внутренней сети университета (лицензионный договор)
4	СДО MOODLE	из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет (лицензионный договор)

## **7. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ**

Практика проводится в учебных лабораториях университета или в организациях в специально оборудованных помещениях на основе договоров между организацией, осуществляющей деятельность по образовательной программе соответствующего профиля (далее - организация), и университетом.

Для прохождения практики в структурных подразделениях университета имеются:

- аудитории для проведения групповых и индивидуальных консультаций, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения;
- помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации;
- лаборатории, оснащенные лабораторным оборудованием, в зависимости от степени его сложности;
- помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования;
- компьютерные классы общего пользования с подключением к Интернет.

При проведении практики в профильных организациях основными партнерами, согласно Договорам о сотрудничестве и о проведении практик, являются: ООО «Агентство маркетинговых коммуникаций», ООО «Буран», ООО «Медиа-Тольятти», ПАО «Тольяттиазот», ПАО «КуйбышевАзот» и другие организации инфокоммуникационной сферы города. Ресурсное обеспечение мест учебной практики соответствует содержанию деятельности и дает возможность обучающемуся овладеть профессиональными компетенциями по всем осваиваемым видам деятельности, предусмотренным образовательной программой.

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде университета (ЭИОС) <http://sdo.tolgas.ru/> из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", как на территории университета, так и вне ее.

Для проведения промежуточной аттестации по дисциплине используются компьютерные классы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета и/или учебные аудитории, укомплектованные мебелью и техническими средствами обучения.

Практическая подготовка обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов организуется с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

## 8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ) ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРАКТИКЕ

Контроль и оценка результатов освоения практики осуществляется руководителем практики в процессе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация осуществляется в соответствии с расписанием занятий в форме дифференцированного зачета, который выставляется по результатам проверки отчетной документации, собеседования и защиты отчета. Защита отчета проходит, как правило, в последний день практики (с учетом календарного учебного графика по образовательной программе).

Проведение промежуточной аттестации предполагает определение руководителем практики уровня овладения обучающимся практическими навыками работы и степени применения на практике полученных в период обучения теоретических знаний в соответствии с компетенциями, формирование которых предусмотрено программой практики.

Обучающийся размещает в ЭИОС письменный отчет по практике и другие отчетные документы. Руководитель практики от университета проверяет и верифицирует размещенные отчетные документы и проставляет оценку по результатам промежуточной аттестации.

### 8.1. Описание показателей оценивания компетенций и шкал оценивания

Предметом оценки по практике является приобретение умений, навыков и практического опыта. Работа студента в ходе прохождения практики оценивается по четырехбалльной системе: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

При оценке результатов работы студента на практике принимаются во внимание количественные и качественные показатели выполнения студентом заданий практики, полнота, грамотность, правильность оформления отчетной документации, характеристика, данная руководителем практики от предприятия.

Для описания показателей и критериев оценивания компетенций на разных этапах их формирования в ходе учебной практики и описания шкал оценивания применяется единый подход согласно балльно-рейтинговой системы, действующей в университете.

**Таблица 3 - Шкала оценки результатов прохождения практики, сформированности результатов обучения при прохождении практики**

Форма проведения промежуточной аттестации	Условия допуска	Шкалы оценки уровня сформированности результатов обучения		Шкала оценивания результатов обучения при прохождении практики		
		Уровневая шкала оценки компетенций	100 балльная шкала, %	100 балльная шкала, %	5-балльная шкала, дифференцированная оценка/балл	недифференцированная оценка
Зачет дифференцированный (проверка и защита отчета по практике)	допускаются все студенты, выполнившие программу практики и предоставившие все отчетные документы	допороговый	ниже 61	ниже 61	«неудовлетворительно» / 2	не зачтено
		пороговый	61-85,9	61-69,9	«удовлетворительно» / 3	зачтено
				70-85,9	«хорошо» / 4	зачтено
		повышенный	86-100	86-100	«отлично» / 5	зачтено

**Таблица 4 - Показатели и критерии оценивания планируемых результатов освоения компетенций и результатов обучения**

Формируемые компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Критерии оценивание	Уровень освоения компетенции/ оценка
<p>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</p>	<p>ИОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ ИОПК-1.2. 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>	<p><b>Умеет верно и в полном объеме:</b> выявлять отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ; осуществлять 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 <b>Уверенно владеет:</b> навыками подготовки 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>	<p>Повышенный / 86-100 баллов/ Отлично</p>
		<p><b>Умеет с незначительными замечаниями:</b> выявлять отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ; осуществлять 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 <b>Владеет с незначительными замечаниями:</b> навыками подготовки 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>	<p>Пороговый / 70-85,9 баллов/ Хорошо</p>
		<p><b>Умеет на базовом уровне, с ошибками:</b> выявлять отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ; осуществлять 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 <b>Владеет на базовом уровне, с ошибками:</b> навыками подготовки 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>	<p>Пороговый / 61-69,9 баллов/ Удовлетворительно</p>
		<p><b>Не умеет на базовом уровне:</b> выявлять отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ; осуществлять 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 <b>Не владеет на базовом уровне:</b> навыками подготовки 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>	<p>Допороговый / менее 61 балла/ Неудовлетворительно</p>

Формируемые компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Критерии оценивание	Уровень освоения компетенции/ оценка
ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ИОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития	<p><b>Умеет верно и в полном объеме:</b> анализировать систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития;</p> <p><b>Уверенно владеет:</b> навыками разностороннего освещения событий и процессов жизнедеятельности общества и государства в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p>	Повышенный / 86-100 баллов/ Отлично
	ИОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при со-здании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.	<p><b>Умеет с незначительными замечаниями:</b> анализировать систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития;</p> <p><b>Владеет с незначительными замечаниями:</b> навыками разностороннего освещения событий и процессов жизнедеятельности общества и государства в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p>	Пороговый / 70-85,9 баллов/ Хорошо
	<p><b>Умеет на базовом уровне, с ошибками:</b> анализировать систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития;</p> <p>учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.</p> <p><b>Владеет на базовом уровне, с ошибками:</b> навыками разностороннего освещения событий и процессов жизнедеятельности общества и государства в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p>	Пороговый / 61-69,9 баллов/ Удовлетворительно	
	<p><b>Не умеет на базовом уровне:</b> анализировать систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития;</p> <p>учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.</p> <p><b>Не владеет на базовом уровне:</b> навыками разностороннего освещения событий и процессов жизнедеятельности общества и государства в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p>	Допороговый / менее 61 балла/ Неудовлетворительно	
ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или)	ИОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса ИОПК-3.2. Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе	<p><b>Умеет верно и в полном объеме:</b> демонстрировать кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса; учитывать достижения отечественной и мировой культуры при решении профессиональных задач;</p> <p>использовать средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.</p> <p><b>Уверенно владеет:</b> навыками использования многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и(или) медиапродуктов, и(или) коммуникационных</p>	Повышенный / 86-100 баллов/ Отлично

Формируемые компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Критерии оценивание	Уровень освоения компетенции/ оценка
медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.	<p>продуктов</p> <p><b>Умеет с незначительными замечаниями:</b> демонстрировать кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса; учитывать достижения отечественной и мировой культуры при решении профессиональных задач; использовать средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.</p> <p><b>Владеет с незначительными замечаниями:</b> навыками использования многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и(или) медиапродуктов, и(или) коммуникационных продуктов</p>	Пороговый / 70-85,9 баллов/ Хорошо
		<p><b>Умеет на базовом уровне, с ошибками:</b> демонстрировать кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса; учитывать достижения отечественной и мировой культуры при решении профессиональных задач; использовать средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.</p> <p><b>Владеет на базовом уровне, с ошибками:</b> навыками использования многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и(или) медиапродуктов, и(или) коммуникационных продуктов</p>	Пороговый / 61-69,9 баллов/ Удовлетворительно
		<p><b>Не умеет на базовом уровне:</b> демонстрировать кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса; учитывать достижения отечественной и мировой культуры при решении профессиональных задач; использовать средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.</p> <p><b>Не владеет на базовом уровне:</b> навыками использования многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и(или) медиапродуктов, и(или) коммуникационных продуктов</p>	Допороговый / менее 61 балла/ Неудовлетворительно
ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ИОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп ИОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп	<p><b>Умеет верно и в полном объеме:</b> соотнести социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп; использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности; учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p> <p><b>Уверенно владеет:</b> навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов, отвечающих запросам и потребностям общества и аудитории</p>	Повышенный / 86-100 баллов/ Отлично

Формируемые компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Критерии оценивание	Уровень освоения компетенции/ оценка
	общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	<p><b>Умеет с незначительными замечаниями:</b> соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп; использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности; учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p> <p><b>Владеет с незначительными замечаниями:</b> навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов, отвечающих запросам и потребностям общества и аудитории</p> <p><b>Умеет на базовом уровне, с ошибками:</b> соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп; использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности; учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p> <p><b>Владеет на базовом уровне, с ошибками:</b> навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов, отвечающих запросам и потребностям общества и аудитории</p> <p><b>Не умеет на базовом уровне:</b> соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп; использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности; учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p> <p><b>Не владеет на базовом уровне:</b> навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов, отвечающих запросам и потребностям общества и аудитории</p>	<p>Пороговый / 70-85,9 баллов/ Хорошо</p> <p>Пороговый / 61-69,9 баллов/ Удовлетворительно</p> <p>Допороговый / менее 61 балла/ Неудовлетворительно</p>
ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и	ИОПК-5.1 Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ИОПК-5.2. Осуществляет свои	<p><b>Умеет верно и в полном объеме:</b> применять в профессиональной деятельности знания о совокупности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях; осуществлять профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</p> <p><b>Уверенно владеет:</b> навыками использования в профессиональной деятельности знания тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и</p>	Повышенный / 86-100 баллов/ Отлично

Формируемые компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Критерии оценивание	Уровень освоения компетенции/ оценка
экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	
		<p><b>Умеет с незначительными замечаниями:</b> применять в профессиональной деятельности знания о совокупности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях; осуществлять профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</p> <p><b>Владеет с незначительными замечаниями:</b> навыками использования в профессиональной деятельности знания тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p>	Пороговый / 70-85,9 баллов/ Хорошо
		<p><b>Умеет на базовом уровне, с ошибками:</b> применять в профессиональной деятельности знания о совокупности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях; осуществлять профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</p> <p><b>Владеет на базовом уровне, с ошибками:</b> навыками использования в профессиональной деятельности знания тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p>	Пороговый / 61-69,9 баллов/ Удовлетворительно
		<p><b>Не умеет на базовом уровне:</b> применять в профессиональной деятельности знания о совокупности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях; осуществлять профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</p> <p><b>Не владеет на базовом уровне:</b> навыками использования в профессиональной деятельности знания тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p>	Допороговый / менее 61 балла/ Неудовлетворительно

Формируемые компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Критерии оценивание	Уровень освоения компетенции/ оценка
ОПК-6. Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ИОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение ИОПК-6.2. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	<p><b>Умеет верно и в полном объеме:</b> отбирать для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение; применять современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p> <p><b>Уверенно владеет:</b> навыками использования в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии</p>	Повышенный / 86-100 баллов/ Отлично
		<p><b>Умеет с незначительными замечаниями:</b> отбирать для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение; применять современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p> <p><b>Владеет с незначительными замечаниями:</b> навыками использования в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии</p>	Пороговый / 70-85,9 баллов/ Хорошо
		<p><b>Умеет на базовом уровне, с ошибками:</b> отбирать для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение; применять современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p> <p><b>Владеет на базовом уровне, с ошибками:</b> навыками использования в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии</p>	Пороговый / 61-69,9 баллов/ Удовлетворительно
		<p><b>Не умеет на базовом уровне:</b> отбирать для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение; применять современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p> <p><b>Не владеет на базовом уровне:</b> навыками использования в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии</p>	Допороговый / менее 61 балла/ Неудовлетворительно
ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной	ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности ОПК-7.2. Осуществляет отбор	<p><b>Умеет верно и в полном объеме:</b> Применять знания цеховых принципов социальной ответственности, типовых эффектов и последствий в профессиональной деятельности; осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом</p> <p><b>Уверенно владеет:</b></p>	Повышенный / 86-100 баллов/ Отлично

Формируемые компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Критерии оценивание	Уровень освоения компетенции/ оценка
ответственности	информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом	навыками учета эффектов и последствий профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	
		<p><b>Умеет с незначительными замечаниями:</b>            Применять знания цеховых принципов социальной ответственности, типовых эффектов и последствий в профессиональной деятельности;            осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом</p> <p><b>Владеет с незначительными замечаниями:</b>            навыками учета эффектов и последствий профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности</p>	Пороговый / 70-85,9 баллов/ Хорошо
		<p><b>Умеет на базовом уровне, с ошибками:</b>            Применять знания цеховых принципов социальной ответственности, типовых эффектов и последствий в профессиональной деятельности;            осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом</p> <p><b>Владеет на базовом уровне, с ошибками:</b>            навыками учета эффектов и последствий профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности</p>	Пороговый / 61-69,9 баллов/ Удовлетворительно
		<p><b>Не умеет на базовом уровне:</b>            Применять знания цеховых принципов социальной ответственности, типовых эффектов и последствий в профессиональной деятельности;            осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом</p> <p><b>Не владеет на базовом уровне:</b>            навыками учета эффектов и последствий профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности</p>	Допороговый / менее 61 балла/ Неудовлетворительно

## Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации (дифференцированного зачета) по итогам практики:

1. Какие профессиональные задачи решались Вами за период практики? Как Вы их решали? Какие получили результаты?
2. В чем проявился ваш личностный рост в период практики? Оцените умения и навыки, которые Вы приобрели в процессе практики, свои основные достижения?
3. Каковы общие требования техники безопасности в профильной организации?
4. Каковы области профессиональной деятельности и сферы профессиональной деятельности профильной организации?
5. Каковы структура и основные направления деятельности профильной организации?
6. Каким образом осуществляется взаимодействие с другими субъектами инфокоммуникационной сферы?
7. Каким образом формируется система потребителей услуг организации?
8. Какие нормативно-правовые основы деятельности профильной организации?
9. Какова ресурсная база профильной организации?
10. Какие программы, технологии реализуются профильной организацией?

### 8.2. Критерии итоговой оценки результатов практики

Критериями оценки результатов прохождения обучающимися практики в форме практической подготовки являются сформированность предусмотренных программой компетенций, т.е. полученных практических навыков и умений выполнения обучающимися определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Таблица 5 - Критерии оценивания результатов практики

Оценка	Уровень подготовки
Отлично	Предусмотренные программой практики результаты обучения в рамках компетенций достигнуты. Обучающийся демонстрирует высокий уровень подготовки. Большинство компетенций сформированы на повышенном уровне. Имеющихся знаний, умений, навыков и практического опыта в полной мере достаточно для решения стандартных и нестандартных профессиональных задач. Обучающийся вовремя представил подробный отчет по практике, активно работал в течение всего периода практики. Ответ на каждое задание сопровождается полноценными выводами. Отчет соответствует всем предъявляемым требованиям.
Хорошо	Предусмотренные программой практики результаты обучения в рамках компетенций достигнуты практически полностью. Все компетенции сформированы на пороговом или повышенном уровнях. Имеющихся знаний, умений, практического опыта в целом достаточно для решения стандартных профессиональных задач. Обучающийся демонстрирует в целом хорошую подготовку, но при подготовке отчета по практике и проведении собеседования допускает незначительные ошибки или недочеты. Обучающийся активно работал в течение всего периода практики. Отчет соответствует всем предъявляемым требованиям.
Удовлетворительно	Предусмотренные программой практики результаты обучения в рамках компетенций в целом достигнуты, но имеются явные недочеты в демонстрации умений и навыков. Все компетенции сформированы, но большинство на пороговом уровне. Обучающийся показывает минимальный уровень теоретических знаний, делает существенные ошибки при выполнении определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью, 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. Подготовил аналитический отчет с ошибками
Неудовлетворительно	Предусмотренные программой практики результаты обучения в рамках компетенций в целом не достигнуты, обучающийся не представил своевременно /представил отчет по практике, несоответствующий заданию. Пропустил большую часть времени, отведенного на прохождение практики.

Неудовлетворительные результаты промежуточной аттестации по практике или непрохождение промежуточной аттестации при отсутствии уважительных причин признаются академической задолженностью.

Для обучающихся, не прошедших практику по уважительным причинам, организуется ее проведение в свободное от учебы время.

Обучающиеся обязаны ликвидировать академическую задолженность. Университет устанавливает для обучающихся, имеющих академическую задолженность, сроки повторной промежуточной аттестации по практике. Если обучающийся не ликвидировал академическую задолженность при прохождении повторной промежуточной аттестации в первый раз, ему предоставляется возможность пройти повторную промежуточную аттестацию во второй раз с проведением указанной аттестации комиссией, созданной в университете.

Повторная промежуточная аттестация проводится не позднее истечения периода времени, составляющего один год после образования академической задолженности.