

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Выборная 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.02-03 (П). ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА:
ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКАЯ 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**

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПРАКТИКИ

Цель производственной практики: Профессионально-творческой 1, 2 - закрепление и углубление теоретической подготовки, формирование у обучающихся умений, приобретение профессиональных навыков, практического опыта, также опыта самостоятельной профессиональной деятельности.

Производственная (профессионально-творческая) практика соотносится с такими типами задач профессиональной деятельности, как (таблица 1):

- организационный;
- авторский;
- технологический.

Таблица 1 - Перечень основных задач профессиональной деятельности, решаемых в ходе практики

Область профессиональной деятельности (по Реестру Минтруда)	Типы задач профессиональной деятельности	Задачи профессиональной деятельности
06 Связь, информационные и коммуникационные технологии	организационный	организация процесса создания коммуникационного продукта (презентационных материалов)
11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации) сфера рекламы и связей с общественностью	авторский	осуществление авторской деятельности по созданию текста рекламы/связей с общественностью и и(или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации
	технологический	участие в производственном процессе выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных и коммуникационных технологий

Производственная практика направлена на подготовку к выполнению следующих трудовых функций (таблица 2):

Таблица 2 - Характеристика трудовых функций, выполняемых на практике, в соответствии с профессиональными стандартами

Наименование профессиональных стандартов	Код, наименование и уровень квалификации обобщенных трудовых функций (ОТФ), на которые ориентирована образовательная программа	Код и наименование трудовых функций, на которые ориентирована образовательная программа
06.013 «Специалист по информационным ресурсам»	ОТФ В Создание и редактирование информационных ресурсов уровень квалификации - 5	В/02.5 Создание информационных материалов для сайта В/03.5 Редактирование информации на сайте В/04.5 Ведение новостных лент и представительств в социальных сетях
	ОТФ С Управление (менеджмент) информационными ресурсами уровень квалификации - 6	С/01.6 Организация работ по созданию и редактированию контента сайтов С/02.6 Управление информацией из различных источников

Наименование профессиональных стандартов	Код, наименование и уровень квалификации обобщенных трудовых функций (ОТФ), на которые ориентирована образовательная программа	Код и наименование трудовых функций, на которые ориентирована образовательная программа
11.005 «Специалист по производству продукции телерадиовещательных средств массовой информации»	ОТФ А. Творческо-организационная деятельность по созданию новых продуктов телерадиовещательных СМИ	А/01.6 Определение формата, тематики и оценка материала для нового продукта телерадиовещательных СМИ А/ 02.6 Подготовка создания сценарного материала нового продукта А/03.6 Планирование создания нового продукта телерадиовещательных СМИ А/04.6 Организация финансирования создания нового продукта телерадиовещательных СМИ А/05.6 Организация обеспечения производственного процесса создания нового продукта телерадиовещательных СМИ необходимыми ресурсами

Задачами профессионально-творческой практики являются:

- ознакомление со спецификой будущей профессиональной деятельности;
- ознакомление со структурой и функционалом профильной организации (базы практики);
- изучение запросов потребителей услуг профильной организации (базы практики);
- приобретение практических навыков работы с документацией;
- формирование навыков работы в коллективе, развитие коммуникативных качеств, усвоение норм профессиональной этики;
- анализ современных подходов к организации и реализации рекламных и PR-кампаний;
- приобретение навыков применения современных рекламных и PR-технологий, реализуемых в условиях базы практики.

Основными объектами профессиональной деятельности обучающихся на практике являются: общности, потребители рекламных и PR-услуг.

2. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Производственная практика (профессионально-творческая) относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 2 «Практики» образовательной программы «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ».

Вид практики - производственная практика

Тип практики - профессионально-творческая практика

Объем практики - 15 зачётных единиц, 540 академических часов

Продолжительность практики - 10 недель.

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.

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

Производственная практика находится в логической и содержательно-методологической взаимосвязи с другими частями образовательной программы.

Производственная практика 6 семестра базируется на знаниях, полученных при изучении следующих дисциплин: Социология массовых коммуникаций, Психология массовых коммуникаций, Правовое регулирование сферы коммуникаций, Основы интегрированных коммуникаций, Теория и практика рекламы и связей с общественностью Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью, Коммуникационный менеджмент, Современные рекламные и PR-технологии, Социальная реклама, Стилистика и технологии работы с текстами, Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью, Маркетинг.

Производственная практика 8 семестра также базируется на знаниях, полученных при изучении следующих дисциплин: Основы медиарилейшнз, Графика в рекламе, Немедийные коммуникации, Медиапланирование, Спичрайтинг и копирайтинг, Управление проектами в рекламе и связях с общественностью, Создание рекламного продукта.

Полученные при прохождении производственной практики знания и умения могут быть использованы для освоения последующих дисциплин основной профессиональной образовательной программы высшего образования, продолжения практики, в т.ч. преддипломной практики.

Практика проводится в организациях, деятельность которых соответствует профессиональным компетенциям, осваиваемым в рамках ООП ВО (далее - профильная организация), на основе договоров с организациями. Основными партнерами университета, согласно договорам о сотрудничестве и договорам на проведение практик, являются: ООО «Агентство маркетинговых коммуникаций», ООО «Буран», ООО «Медиа-Тольятти», ПАО «Тольяттиазот», ПАО «КуйбышевАзот» и другие организации города.

Производственная практика может проводиться в структурных подразделениях университета, предназначенных для проведения практической подготовки.

Практика проводится в форме практической деятельности обучающихся под непосредственным руководством и контролем руководителя практики от университета и руководителя практики от организации (при прохождении практики в профильной организации), а также в форме самостоятельной работы обучающихся.

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

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

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 3).

Таблица 3 - 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
Тип задач профессиональной деятельности: организационный		
ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ИПК-1.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью ИПК-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии ИПК-1.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	Владеет: навыками мониторинга необходимой информации внутри организации, в сети интернет и других источниках; навыками оценки релевантности, значимости и приоритетности информации Умеет: работать с большими объемами информации; вести документацию по проектам и работам; работать с большими объемами информации; владеть программным обеспечением и техническими средствами для регулярной коммуникации, мониторинга информации в интернет и СМИ; Осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии; Участвовать в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры
Тип задач профессиональной деятельности: авторский		
ПК-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ИПК-2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ИПК-2.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта ИПК-2.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании ИПК-2.4. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам	Владеет: современными рекламными и PR-технологиями, включая интернет-технологии; навыками создания информационных поводов, основы сценариев специальных событий и мероприятий для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью Умеет: писать тексты литературным, техническим и рекламным языком; реферировать, аннотировать и модифицировать тексты; владеть текстовым редактором; писать аннотации к событиям и новостям; использовать функциональные особенности популярных социальных сетей; работать с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами; создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с

Код и наименование компетенции выпускника	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по практике
	общественности в оффлайн и онлайн среде	учетом мирового и отечественного опыта; Создавать основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании
Тип задач профессиональной деятельности: технологический		
ПК-3. Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	ИПК-3.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде ИПК-3.2. При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде ИПК-3.3. Применяет основные технологии организации мероприятий в работе с различными целевыми группами ИПК-3.4. Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций ИПК-3.5. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	Владеет: навыками создания текстов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью, используя основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде; навыки организации специальных мероприятий, техниками, приёмами модерации дискуссий, совещаний, переговоров и пр.; навыками формирования корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций Умеет: создавать тексты рекламы и (или) связей с общественностью, используя основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде; организовывать специальные мероприятия; понимание бизнес-логики, коммуникационного контекста и среды, конкретной ситуации, в которой осуществляется коммуникация; применять основные инструменты внутренних коммуникаций при формировании корпоративной культуры организации; использовать современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта
ПК-4. Способен участвовать в производственном процессе выпуска коммуникационного продукта в соответствии с современными технологическими требованиями	ИПК-4.1. Участвует в подготовке различных типов контента в системе медиа-, бизнес- и социальных коммуникаций ИПК-4.2. Работает с большими объемами информации; осуществляет мониторинг появления необходимой информации внутри организации, в сети Интернет и других источниках ИПК-4.3. Владеет программным обеспечением и техническими средствами для регулярной коммуникации, мониторинга информации в Интернет и СМИ ИПК-4.4. Адаптируется к различным профессиональным ситуациям, проявляет творческий подход, инициативу	Владеет: навыками подготовки различных типов контента в системе медиа-, бизнес- и социальных коммуникаций; навыками медиапланирования; навыками подготовки брифов и технических заданий для исполнителей; программным обеспечением и техническими средствами для регулярной коммуникации, мониторинга информации в Интернет и СМИ Умеет: подготавливать различные типы контента в системе медиа-, бизнес- и социальных коммуникаций; составлять планы работы, оценивать их содержание и трудоемкость выполнения в зависимости от квалификации; работать с большими объемами информации. вести документацию по проектам и работам; работать с большими объемами информации; использовать программное обеспечение и технические средства для регулярной коммуникации, мониторинга информации в Интернет и СМИ

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 4.

**Таблица 4 - Содержание практики по этапам:
профессионально-творческая практика 1**

Результаты обучения (компетенции)	Виды работы на практике	Трудоемкость, час
Подготовительный этап		
ПК-1	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.	10
Основной этап		
ПК-1 ПК-2 ПК-3 ПК-4	<p>Задание 1. Характеристика объекта практики (места прохождения - структурное подразделение университета или организации, осуществляющей деятельность по профилю, соответствующему образовательной программе).</p> <p>Задание 2. Выполнение комплекса мероприятий в процессе осуществления практической рекламной и PR-деятельности, в т.ч.:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ознакомиться со спецификой деятельности профильной организации, механизмом ее взаимодействия с другими субъектами коммуникационной сферы. 2. Проанализировать нормативно-правовую и ресурсную базу деятельности организации. 3. Дать характеристику основных направлений деятельности и реализуемых проектов. 4. Охарактеризовать применяемые в практической деятельности организации рекламные и PR-технологии. 5. Проанализировать практику рекламы и связей с общественностью профильной организации. 6. Принять участие в производственном процессе выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных и коммуникационных технологий. 7. Участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации профильной организации. <p>Задание 3. Выполнение индивидуального задания.</p> <p>Задание 4. Составление резюме по итогам прохождения практики.</p>	290
Заключительный этап		
	Подведение итогов практики. Обобщение и подготовка отчета по результатам прохождения практики. Консультация с руководителями практики при формировании отчета.	20
	Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета	4
	ИТОГО	324

Содержание этапов производственной практики: профессионально-творческая практика I

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-места практики по согласованию с руководителем.

Примерный перечень индивидуальных заданий (проектов):

1. Участие в планировании и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий профильной организации.
2. Анализ тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования коммуникаций.
3. Анализ запросов и потребностей общества и аудитории в услугах профильной организации.
4. Контент-анализ рекламных материалов в сети Интернет (объект по выбору).
5. Контент-анализ PR-материалов в сети Интернет (объект по выбору)
6. Подготовка презентационных материалов в рамках конкретного проекта, реализуемого организацией.
7. Создание текста рекламы/связей с общественностью и и(или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации
8. Подготовка макета рекламного продукта в рамках конкретного проекта.

В качестве индивидуального задания могут разрабатываться и другие темы, если их выполнение возможно в условиях профильной организации и соответствует целям и задачам производственной практики. Тема индивидуального задания может соответствовать тематике НИР и НИРС Высшей школы туризма и социальных технологий ПВГУС.

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 окончательно 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.

5.2. Содержание производственной практики: профессионально-творческая практика 2

Результаты обучения (компетенции)	Виды работы на практике	Трудоемкость, час
Подготовительный этап		
ПК-1	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
Основной этап		
ПК-1 ПК-2 ПК-3 ПК-4	<p>Задание 1. Характеристика объекта практики (места прохождения - структурное подразделение университета или организации, осуществляющей деятельность по профилю, соответствующему образовательной программе).</p> <p>Задание 1. Характеристика объекта практики (места прохождения - структурное подразделение университета или организации, осуществляющей деятельность по профилю, соответствующему образовательной программе).</p> <p>Задание 2. Выполнение комплекса мероприятий в процессе осуществления практической рекламной и PR-деятельности, в т.ч.:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ознакомиться со спецификой деятельности профильной организации, механизмом ее взаимодействия с другими субъектами коммуникационной сферы. 2. Проанализировать нормативно-правовую и ресурсную базу деятельности организации. 3. Дать характеристику основных направлений деятельности и реализуемых проектов. 4. Охарактеризовать применяемые в практической деятельности организации рекламные и PR-технологии. 5. Проанализировать практику рекламы и связей с общественностью профильной организации. <p>Задание 3. Выполнение индивидуального задания.</p> <p>Задание 4. Составление резюме по итогам прохождения практики.</p>	190
Заключительный этап		
	Подготовка отчета по практике. Консультация с руководителем практики при формировании отчета. Подведение итогов практики.	16
	Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета	4
ИТОГО		216

Содержание этапов практики: профессионально-творческая 2

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-места практики, виды оказываемых услуг, систему клиентуры 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-места практики по согласованию с руководителем.

Примерный перечень индивидуальных заданий (проектов):

1. Создание текста рекламы/связей с общественностью и и(или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации
2. Подготовка прототипа сайта с использованием современных рекламных и PR-технологий (например, конструктора сайтов Tilda).
3. Подготовка проекта специального мероприятия с использованием рекламных и PR-технологий.
4. Разработка бренд-бука для конкретной организации.
5. Подготовка SM-контента для конкретной организации.

В качестве индивидуального задания могут разрабатываться и другие проекты, если их выполнение целесообразно и возможно в условиях профильной организации, а также соответствует задачам 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 окончательно 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 итогам 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.

1. **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.

2. 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 определенной должности, выполнение дополнительных задач, поставленных руководителем практики, осуществление систематизации и анализа собранных материалов в отчете по практике.

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

4. 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;

- приводятся 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 образцы, изделия, 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.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

6.1. Список основной литературы

1. 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.

2. 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.

3. 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.

4. 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.

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 read. - Москва : Дашков и К, 2022. - 322 с. - Слов. - URL: <https://znanium.ru/read?id=431490> (дата обращения: 03.02.2024). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-394-04536-3. - Текст : электронный.

6. Шарков, Ф. И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы : учеб. пособие / Ф. И. Шарков. - 5-е изд., стер. - Документ read. - Москва : Дашков и К [и др.], 2020. - 272 с. : ил. - Крат. слов.-справ. - URL: <https://znanium.com/read?id=358568> (дата обращения: 28.02.2024). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-394-03640-8. - Текст : электронный.

7. Шпаковский, В. О. PR-дизайн и PR-продвижение : учеб. пособие / В. О. Шпаковский, Е. С. Егорова. - 2-е изд. - Документ read. - Москва [и др.] : Инфра-Инженерия, 2024. - 452 с. - Прил. - URL: <https://znanium.ru/read?id=452950> (дата обращения: 26.02.2024). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-9729-1821-8. - Текст : электронный.

6.2. Список дополнительной литературы

8. 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.

9. Бареев, В. А. Организация и проведение PR-кампаний. Краткий курс : учеб. пособие для вузов по направлению "Соц.-экон. образование" / В. А. Бареев, А. А. Малькевич. - Санкт-Петербург : Питер, 2010. - 166 с. - (Краткий курс). - Глоссарий. - ISBN 978-5-49807-195-4 : 114-40. - Текст : непосредственный.

10. Гогуадзе, М. Г. Основы PR-технологий : учеб. пособие / М. Г. Гогуадзе, 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.

11. 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.

12. Лашкова, Е. Г. Организация и проведение коммуникационных кампаний : учеб. для студентов вузов по направлению подгот. "Реклама и связи с общественностью" / Е. Г. Лашкова, А. И. Куценко. - Москва : Академия, 2014. - 272 с. : табл. - (Высшее профессиональное образование. Бакалавриат). - Слов. терминов. - ISBN 978-5-7695-6747-6 : 526-00. - Текст : непосредственный.

13. Мельникова, Н. А. Медиапланирование. Стратегическое и тактическое планирование рекламных кампаний / Н. А. Мельникова. - Москва : Дашков и К, 2009. - 179 с. - ISBN 978-5-394-00338-7 : 143-00. - Текст : непосредственный.

14. Мудров, А. Н. Основы рекламы : учеб. для вузов по специальности "Реклама" / А. Н. Мудров. - 3-е изд., перераб. и доп. - Документ read. - Москва : Магистр, 2018. - 415 с. : ил., табл. - Прил. - Крат. толковый слов. реклам. терминов. - Алф. указ. реклам. англояз. терминов. - URL: <https://znanium.com/read?id=368270> (дата обращения: 22.02.2024). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-9776-0212-9. - 978-5-16-005207-6. - Текст : электронный.

15. Романов, А. А. Маркетинговые коммуникации : учеб. для вузов по направлениям подгот. 38.03.06 "Торговое дело" и 41.03.06 "Публич. политика и соц. науки" / А. А. Романов, И. М. Синяева, В. А. Поляков. - Документ read. - Москва : Вузов. учеб. [и др.], 2022. - 383 с. : ил. - URL: <https://znanium.com/read?id=400303> (дата обращения: 28.04.2024). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-9558-0194-0. - 978-5-16-004217-6. - Текст : электронный.

16. 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/ (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:

№ п/п	Наименование	Условия доступа
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 партнёрами, согласно Договоров о сотрудничестве и о проведении практик, являются: ООО «Агентство маркетинговых коммуникаций», ООО «Буран», ООО «Медиа-Тольятти», ПАО «Тольяттиазот», ПАО «КуйбышевАзот» и другие организации города.

Ресурсное обеспечение мест производственной 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 и критериев 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 6 - 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	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 7 - Показатели и критерии оценивания планируемых результатов освоения компетенций и результатов обучения

Формируемые компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Критерии оценивание	Уровень освоения компетенции/ оценка
ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ИПК-1.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью ИПК-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии ИПК-1.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	<p>Уверенно владеет: навыками мониторинга необходимой информации внутри организации, в сети интернет и других источниках; навыками оценки релевантности, значимости и приоритетности информации</p> <p>Умеет верно и в полном объеме: работать с большими объемами информации; вести документацию по проектам и работам; работать с большими объемами информации; владеть программным обеспечением и техническими средствами для регулярной коммуникации, мониторинга информации в интернет и СМИ; Осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии; Участвовать в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p>	Повышенный / 86-100 баллов/ Отлично
	<p>Владеет с незначительными замечаниями: навыками мониторинга необходимой информации внутри организации, в сети интернет и других источниках; навыками оценки релевантности, значимости и приоритетности информации</p> <p>Умеет с незначительными замечаниями: работать с большими объемами информации; вести документацию по проектам и работам; работать с большими объемами информации; владеть программным обеспечением и техническими средствами для регулярной коммуникации, мониторинга информации в интернет и СМИ; Осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии; Участвовать в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p>	Пороговый / 70-85,9 баллов/ Хорошо	
	<p>Владеет на базовом уровне, с ошибками: навыками мониторинга необходимой информации внутри организации, в сети интернет и других источниках; навыками оценки релевантности, значимости и приоритетности информации</p> <p>Умеет на базовом уровне, с ошибками: работать с большими объемами информации; вести документацию по проектам и работам; работать с большими объемами информации; владеть программным обеспечением и техническими средствами для регулярной коммуникации, мониторинга информации в интернет и СМИ; Осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной</p>	Пороговый / 61-69,9 баллов/ Удовлетворительно	

Формируемые компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Критерии оценивание	Уровень освоения компетенции/ оценка
		<p>стратегии; Участвовать в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p> <p>Не владеет на базовом уровне: навыками мониторинга необходимой информации внутри организации, в сети интернет и других источниках; навыками оценки релевантности, значимости и приоритетности информации</p> <p>Не умеет на базовом уровне: работать с большими объемами информации; вести документацию по проектам и работам; работать с большими объемами информации; владеть программным обеспечением и техническими средствами для регулярной коммуникации, мониторинга информации в интернет и СМИ; Осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии; Участвовать в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p>	<p>Допороговый / менее 61 балла/ Неудовлетворитель но</p>
<p>ПК-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта</p>	<p>ИПК-2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта</p> <p>ИПК-2.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта</p> <p>ИПК-2.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании</p> <p>ИПК-2.4. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым</p>	<p>Уверенно владеет: современными рекламными и PR-технологиями, включая интернет-технологии; навыками создания информационных поводов, основы сценариев специальных событий и мероприятий для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>Умеет верно и в полном объеме: писать тексты литературным, техническим и рекламным языком; реферировать, аннотировать и модифицировать тексты; владеть текстовым редактором; писать аннотации к событиям и новостям; использовать функциональные особенности популярных социальных сетей; работать с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами; создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта; Создавать основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании</p> <p>Владеет с незначительными замечаниями: современными рекламными и PR-технологиями, включая интернет-технологии; навыками создания информационных поводов, основы сценариев специальных событий и мероприятий для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>Умеет с незначительными замечаниями: писать тексты литературным, техническим и рекламным языком; реферировать, аннотировать и модифицировать тексты;</p>	<p>Повышенный / 86-100 баллов/ Отлично</p> <p>Пороговый / 70-85,9 баллов/ Хорошо</p>

Формируемые компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Критерии оценивание	Уровень освоения компетенции/ оценка
	группам общественности в оффлайн и онлайн среде	<p>владеть текстовым редактором; писать аннотации к событиям и новостям; использовать функциональные особенности популярных социальных сетей; работать с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами; создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта; Создавать основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании</p>	
		<p>Владеет на базовом уровне, с ошибками: современными рекламными и PR-технологиями, включая интернет-технологии; навыками создания информационных поводов, основы сценариев специальных событий и мероприятий для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>Умеет на базовом уровне, с ошибками: писать тексты литературным, техническим и рекламным языком; реферировать, аннотировать и модифицировать тексты; владеть текстовым редактором; писать аннотации к событиям и новостям; использовать функциональные особенности популярных социальных сетей; работать с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами; создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта; Создавать основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании</p>	<p>Пороговый / 61-69,9 баллов/ Удовлетворительно</p>
		<p>Не владеет на базовом уровне: современными рекламными и PR-технологиями, включая интернет-технологии; навыками создания информационных поводов, основы сценариев специальных событий и мероприятий для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>Не умеет на базовом уровне: писать тексты литературным, техническим и рекламным языком; реферировать, аннотировать и модифицировать тексты; владеть текстовым редактором; писать аннотации к событиям и новостям; использовать функциональные особенности популярных социальных сетей; работать с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами; создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта; Создавать основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании</p>	<p>Допороговый / менее 61 балла/ Неудовлетворительно</p>
ПК-3. Способен	ИПК-3.1. При реализации	Уверенно владеет:	

Формируемые компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Критерии оценивание	Уровень освоения компетенции/ оценка
применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде ИПК-3.2. При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде ИПК-3.3. Применяет основные технологии организации мероприятий в работе с различными целевыми группами ИПК-3.4. Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций	<p>навыками создания текстов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью, используя основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде;</p> <p>навыки организации специальных мероприятий, техниками, приёмами модерации дискуссий, совещаний, переговоров и пр.;</p> <p>навыками формирования корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций</p> <p>Умеет верно и в полном объеме:</p> <p>создавать тексты рекламы и (или) связей с общественностью, используя основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде;</p> <p>организовывать специальные мероприятия;</p> <p>понимание бизнес-логики, коммуникационного контекста и среды, конкретной ситуации, в которой осуществляется коммуникация;</p> <p>применять основные инструменты внутренних коммуникаций при формировании корпоративной культуры организации;</p> <p>использовать современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта</p>	Повышенный / 86-100 баллов/ Отлично
	ИПК-3.5. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	<p>Владеет с незначительными замечаниями:</p> <p>навыками создания текстов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью, используя основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде;</p> <p>навыки организации специальных мероприятий, техниками, приёмами модерации дискуссий, совещаний, переговоров и пр.;</p> <p>навыками формирования корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций</p> <p>Умеет с незначительными замечаниями:</p> <p>создавать тексты рекламы и (или) связей с общественностью, используя основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде;</p> <p>организовывать специальные мероприятия;</p> <p>понимание бизнес-логики, коммуникационного контекста и среды, конкретной ситуации, в которой осуществляется коммуникация;</p> <p>применять основные инструменты внутренних коммуникаций при формировании корпоративной культуры организации;</p> <p>использовать современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта</p>	Пороговый / 70-85,9 баллов/ Хорошо
		<p>Владеет на базовом уровне, с ошибками:</p> <p>навыками создания текстов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью, используя основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде;</p> <p>навыки организации специальных мероприятий, техниками, приёмами модерации дискуссий, совещаний, переговоров и пр.;</p>	Пороговый / 61-69,9 баллов/ Удовлетворительно

Формируемые компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Критерии оценивание	Уровень освоения компетенции/ оценка
		<p>навыками формирования корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций</p> <p>Умеет на базовом уровне, с ошибками:</p> <p>создавать тексты рекламы и (или) связей с общественностью, используя основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде;</p> <p>организовывать специальные мероприятия;</p> <p>понимание бизнес-логики, коммуникационного контекста и среды, конкретной ситуации, в которой осуществляется коммуникация;</p> <p>применять основные инструменты внутренних коммуникаций при формировании корпоративной культуры организации;</p> <p>использовать современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта</p>	
		<p>Не владеет на базовом уровне:</p> <p>навыками создания текстов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью, используя основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде;</p> <p>навыки организации специальных мероприятий, техниками, приёмами модерации дискуссий, совещаний, переговоров и пр.;</p> <p>навыками формирования корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций</p> <p>Не умеет на базовом уровне:</p> <p>создавать тексты рекламы и (или) связей с общественностью, используя основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде;</p> <p>организовывать специальные мероприятия;</p> <p>понимание бизнес-логики, коммуникационного контекста и среды, конкретной ситуации, в которой осуществляется коммуникация;</p> <p>применять основные инструменты внутренних коммуникаций при формировании корпоративной культуры организации;</p> <p>использовать современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта</p>	<p>Допороговый / менее 61 балла/ Неудовлетворитель но</p>
<p>ПК-4 Способен участвовать в производственном процессе выпуска коммуникационного продукта в соответствии с современными технологическими</p>	<p>ИПК-4.1. Участвует в подготовке различных типов контента в системе медиа-, бизнес- и социальных коммуникаций</p> <p>ИПК-4.2. Работает с большими объемами информации; осуществляет мониторинг появления</p>	<p>Уверенно владеет:</p> <p>навыками подготовки различных типов контента в системе медиа-, бизнес- и социальных коммуникаций;</p> <p>навыками медиапланирования;</p> <p>навыками подготовки брифов и технических заданий для исполнителей;</p> <p>программным обеспечением и техническими средствами для регулярной коммуникации, мониторинга информации в Интернет и СМИ</p> <p>Умеет верно и в полном объеме:</p> <p>подготавливать различные типы контента в системе медиа-, бизнес- и социальных</p>	<p>Повышенный / 86-100 баллов/ Отлично</p>

Формируемые компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Критерии оценивание	Уровень освоения компетенции/ оценка
требованиями	необходимой информации внутри организации, в сети Интернет и других источниках ИПК-4.3. Владеет программным обеспечением и техническими средствами для регулярной коммуникации, мониторинга информации в Интернет и СМИ ИПК-4.4. Адаптируется к различным профессиональным ситуациям, проявляет творческий подход, инициативу	коммуникаций; составлять планы работы, оценивать их содержание и трудоемкость выполнения в зависимости от квалификации; работать с большими объемами информации. вести документацию по проектам и работам; работать с большими объемами информации; использовать программное обеспечение и технические средства для регулярной коммуникации, мониторинга информации в Интернет и СМИ	
		<p>Владеет с незначительными замечаниями: навыками подготовки различных типов контента в системе медиа-, бизнес- и социальных коммуникаций; навыками медиапланирования; навыками подготовки брифов и технических заданий для исполнителей; программным обеспечением и техническими средствами для регулярной коммуникации, мониторинга информации в Интернет и СМИ</p> <p>Умеет с незначительными замечаниями: подготавливать различные типы контента в системе медиа-, бизнес- и социальных коммуникаций; составлять планы работы, оценивать их содержание и трудоемкость выполнения в зависимости от квалификации; работать с большими объемами информации. вести документацию по проектам и работам; работать с большими объемами информации; использовать программное обеспечение и технические средства для регулярной коммуникации, мониторинга информации в Интернет и СМИ</p>	Пороговый / 70-85,9 баллов/ Хорошо
		<p>Владеет на базовом уровне, с ошибками: навыками подготовки различных типов контента в системе медиа-, бизнес- и социальных коммуникаций; навыками медиапланирования; навыками подготовки брифов и технических заданий для исполнителей; программным обеспечением и техническими средствами для регулярной коммуникации, мониторинга информации в Интернет и СМИ</p> <p>Умеет на базовом уровне, с ошибками: подготавливать различные типы контента в системе медиа-, бизнес- и социальных коммуникаций; составлять планы работы, оценивать их содержание и трудоемкость выполнения в зависимости от квалификации; работать с большими объемами информации. вести документацию по проектам и работам; работать с большими объемами информации; использовать программное обеспечение и технические средства для регулярной коммуникации, мониторинга информации в Интернет и СМИ</p>	Пороговый / 61-69,9 баллов/ Удовлетворительно

Формируемые компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Критерии оценивание	Уровень освоения компетенции/ оценка
		<p>Не владеет на базовом уровне: навыками подготовки различных типов контента в системе медиа-, бизнес- и социальных коммуникаций; навыками медиапланирования; навыками подготовки брифов и технических заданий для исполнителей; программным обеспечением и техническими средствами для регулярной коммуникации, мониторинга информации в Интернет и СМИ</p> <p>Не умеет на базовом уровне: подготавливать различные типы контента в системе медиа-, бизнес- и социальных коммуникаций; составлять планы работы, оценивать их содержание и трудоемкость выполнения в зависимости от квалификации; работать с большими объемами информации. вести документацию по проектам и работам; работать с большими объемами информации; использовать программное обеспечение и технические средства для регулярной коммуникации, мониторинга информации в Интернет и СМИ</p>	Допороговый / менее 61 балла/ Неудовлетворитель но

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

Производственная (профессионально-творческая) практика 1, 2

1. Какие профессиональные задачи решались Вами за период практики? Как Вы их решали? Какие получили результаты?
2. 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 и сферы профессиональной деятельности профильной организации?
5. Каковы структура и основные направления деятельности профильной организации?
6. Каким образом осуществляется взаимодействие с органами управления и профильной организацией?
7. Какова ресурсная база профильной организации?
8. Какие технологии применяются в практике профильной организации?
9. Какие кампании, реализуются профильной организацией? Какова их эффективность?
10. Каковы результаты выполнения индивидуального задания? Все ли удалось? С какими сложностями столкнулись?

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 8 - 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.