

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«НИЖЕГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ ИМ. Р.Е. АЛЕКСЕЕВА»
(НГТУ)**

Институт экономики и управления

Выпускающая кафедра **Связи с общественностью, маркетинг и коммуникации**
наименование кафедры

УТВЕРЖДАЮ:

Директор института ИНЭУ

Митяков С.Н.

(подпись)

(ф. и. о.)

« **10** » _____ **06** _____ **2021**г.

Рабочая программа Производственная практика

(вид практики)

Б2.П.1 Профессионально-творческая практика

(тип практики)

Направление подготовки/специальность: **42.03.01 Реклама и связи с
общественностью**

Направленность: **Продвижение средств массовой информации**

профиль/программа/специализация

Квалификация выпускника: бакалавр

очная, заочная форма обучения

г. Нижний Новгород, 2021 г.

Лист согласования рабочей программы практики

Разработчик рабочей программы профессионально-творческой практики
(вид, тип практики)

Доцент, к.э.н. кафедры СОМиК Зайцева Е.А.

Рабочая программа профессионально--творческой практики рассмотрена на заседании
кафедры «Связи с общественностью, маркетинг и коммуникации»

Протокол заседания от 02.06.2021 № 3/1

Заведующий кафедрой

Зайцева Е.А.

Рабочая программа профессионально--творческой практики утверждена на заседании
Учебно-методического совета института ИНЭУ

Протокол заседания от «09»06.2021 г. № 4.1

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий отделом комплектования НТБ _____ Н.И. Кабанина
(подпись) _____ Ф.И.О.

Рабочая программа практики зарегистрирована в ОПиТ под номером РППб-42 _____
Начальник ОПиТ _____ Е.В. Троицкая _____
(дата)

Рабочая программа практики согласована с профильными организациями:

1) ООО «Информационное агентство «Нижний Сейчас»
(название организации)

Раков С.В., директор
(Ф.И.О., должность представителя организации) _____ (подпись) _____ (дата)

2) «АИФ Нижний Новгород»
(название организации)

ОГЛАВЛЕНИЕ

1.	Вид и форма проведения практики	4
2.	Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП	4
3.	Место практики в структуре ОП	
4.	Объем практики	
5.	Содержание практики	
6.	Формы отчетности по практике	
7.	Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации по практике	
8.	Учебно-методическое и информационное обеспечение работы студента на практике	
9.	Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики	
10.	Материально-техническое обеспечение практики	
11.	Средства адаптации образовательного процесса при прохождении практики к потребностям обучающихся с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) и инвалидов	
12.	Особенности проведения практики с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий	
	Дополнения и изменения в рабочей программе практики	

1. Вид и форма проведения практики

Вид практики – производственная

Тип практики – профессионально--творческая

Форма проведения практики – дискретно: концентрированная в семестре

Время проведения практики: 3 курс, 6 семестр и 4 курс 8 семестр, очная форма и 4 и 5 курс, заочная форма обучения

2. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП

2.1. В результате прохождения производственно-творческой практики у обучающегося должны быть сформированы следующие универсальные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции, студент должен приобрести следующие практические навыки и умения:

Код компетенции	Содержание компетенции и ее части	Код и наименование Индикатора достижения компетенции (Планируемые результаты освоения ОП)	Дискрипторы достижения компетенций (Планируемые результаты обучения при прохождении практики)
УК- 1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	ИУК-1.3. Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов.	Знать: - методы оиска, критического анализа и синтеза информации, системный подход для решения поставленных задач в медиакоммуникационной сфере (ИУК-1.3). Уметь: - проводить поиск, критический анализ и синтез информации, системный подход для решения поставленных задач медиакоммуникационной сфере(ИУК-1.3). Владеть: - навыками проведения поиска, критического анализа и синтеза информации, применения системного подхода для решения поставленных задач медиакоммуникационной сфере (ИУК-1.3).
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	ИУК-3.1. Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения	Знать: - методы социального взаимодействия (ИУК-3.1); - роли работы в команде (ИУК-3.2). Уметь:

		<p>поставленной цели.</p> <p>ИУК-3.2. При реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - использовать методы социального взаимодействия(ИУК-3.1); - определять свою роль работы в команде (ИУК-3.2). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками социального взаимодействия (ИУК-3.1); -реализовывать свою роль работы в команде(ИУК-3.2).
ПКС-1	<p>Способен использовать современные информационно-коммуникационные технологии (в том числе интернет-технологии) и специализированные программные продукты для поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ; находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа; составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового / социологического исследования</p>	<p>ИПКС-1.1.Использует современные информационно-коммуникационные технологии (в том числе интернет-технологии) и специализированные программные продукты для поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ</p> <p>ИПКС-1.2.Применяет количественные методы анализа, анализирует и интерпретирует полученные данные</p> <p>ИПКС-1.3.Применяет качественные методы анализа, анализирует и интерпретирует полученные данные</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - типы и виды коммуникативных кампаний и мероприятий (ИПКС-1.1); - количественные методы анализа (ИПКС-1.2); - качественные методы анализа (ИПКС-1.3); - этапы осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий (ИПКС-1.4). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - под контролем осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия(ИПКС-1.1); - применять количественные методы анализа (ИПКС-1.2); - применять качественные методы анализа (ИПКС-1.3); - составлять аналитические отчеты (ИПКС-1.4). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - под контролем осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия(ИПКС-1.1); - количественными методами анализа (ИПКС-1.2.); - качественными методами анализа (ИПКС-1.3); - методами составления аналитических отчетов (ИПКС-1.4).
ПКС-2	<p>Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p>	<p>ИПКС-2.1. Определяет морально-этические принципы профессиональной деятельности</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методы построения профессиональной деятельности на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности (ИПКС-2.1). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - организовывать работу на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности(ИПКС-2.1). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками работы на основе принципов открытости, доверия и корпоративной

			социальной ответственности(ИПКС-2.1).
ПКС-3	Способен выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей на рынке продукции СМИ	ИПКС-3.1. Определяет факторы, влияющие на потребительский спрос СМИ ПКС-3.2. Проводит сегментацию целевой аудитории СМИ на основе демографических, социально-экономических, географических и поведенческих критериев ИПКС-3.3. Определяет существенные характеристики целевой аудитории потребителей продукции СМИ	Знать: - типы потребительского спроса СМИ (ИПКС-3.1); - критерии сегментации целевой аудитории СМИ (ИПКС-3.2); - характеристики целевой аудитории СМИ(ИПКС-3.3). Уметь: - определять факторы, влияющие на потребительский спрос СМИ (ИПКС-3.1); - определять принципы сегментации потребителей по типу спросаСМИ (ИПКС-3.2); - определять характеристики целевой аудитории СМИ (ИПКС-3.3). Владеть: - методами определения потребительского спроса СМИ (ИПКС-3.1); - определять принципы сегментации потребителей по типу спроса СМИ (ИПКС-3.2); - методами определения характеристиками целевой аудитории СМИ (ИПКС-3.3).
ПКС-6	Способен организовывать проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия	ИПКС-6.1. Определяет специфику планирования, осуществления и оценки проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ ИПКС-6.2. Организует проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия	Знать: - особенности организации и обеспечения внешней и внутренней коммуникации СМИ (ИПКС-6.1); - особенности формирования и функционирования коммуникационного взаимодействия с учетом этнокультурных, исторических и религиозных традиций коммуникантов (ИПКС-6.2); - теорию и практику коммуникации (ИПКС-6.3.) Уметь: - в профессиональной деятельности выявлять основные особенности внутренней и внешней коммуникации предприятия СМИ (ИПКС-6.1); - осуществлять коммуникационное взаимодействие с учетом этнокультурных, исторических и религиозных традиций коммуникантов (ИПКС-6.2); - создавать эффективную коммуникацию внутри

			<p>организации, а также во внешней среде, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации (ИПКС-6.3).</p> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - в профессиональной деятельности выявлять основные особенности внутренней и внешней коммуникации СМИ (ИПКС-6.1); - осуществлять коммуникационное взаимодействие с учетом этнокультурных, исторических и религиозных традиций коммуникантов (ИПКС-6.2); - создавать эффективную коммуникацию внутри организации, а также во внешней среде, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации (ИПКС-6.3).
--	--	--	---

2.2. Трудовые функции, на приобретение опыта которых направлена данная практика:

Прохождение профессионально--творческой практики позволит выпускнику

данной образовательной программы выполнять частично обобщенную трудовую функцию В/01.6 Организация маркетинговых исследований в области СМИ:

(наименование ОТФ)

Код и наименование ПС	Обобщенная трудовая функция			Трудовая функция		
	Код	Наименование	Уровень квалификации	Наименование	Код	Квалификация
06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»	В	Организация продвижения продукции СМИ	6	Организация маркетинговых исследований в области СМИ	В/01.6	6
				Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ	В/03.6	6

3. Место профессионально--творческой практики в структуре ОП

Производственно-творческая практика является компонентом ОП, реализуемая в форме практической подготовки.

Разделы ОП: производственно-творческая практика относится к разделу Б.2 Практика

3.1. Дисциплины, участвующие в формировании компетенций УК-1, УК-3, ПКС-1, ПКС-2, ПКС-3, ПКС-6 вместе с профессионально--творческой практикой, очная форма обучения

Код и формулировка компетенций	Наименование дисциплин и практик. Коды индикаторов																
	Б1.Б1.11 Психология	Б1.Б2.1 История	Б1.Б1.5Философия	Б2.У1Профессионально-ознакомит.практика	Б1.Б1.6 История и философия науки	Б1.Б1.7Социальная философия конфликта	Б1.Б1.9 Социология религии	Б1.Б1.3 Политология	Б1.Б1.1 Социология	Б1.В.ДВ2.1Управление имиджем СМИ	Б1.В.ДВ2.2Философия имиджевой деятельности и развитие клиентурных отношений	Б2.У1 Профессионально-ознакомительная практика	Б1.В.ОД.3Количественные исследования СМИ	Б1.В.ДВ.3.1 Управление репутацией СМИ	Б1.В.ДВ.3.2 Репутационный менеджмент СМИ	Б1.В.ОД.6 Специальные и корпоративные мероприятия	ФТД.1 Семантика
	1 семестр		2 семестр		3 семестр			4 семестр					5 семестр				
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач		И У К-1.1	И У К-1.1		И У К-1.1	И У К-1.1		И У К-1.1				И У К-1.1					
УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	И У К-3.1 И У К-3.2				И У К-3.1 И У К-3.2	И У К-3.1 И У К-3.2		И У К-3.1 И У К-3.2									
ПКС-1Способен использовать современные информационно-коммуникационные технологии (в том числе интернет-технологии) и специализированные программные продукты для поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ; находить и анализировать необходимую												И П К-1.1 И П К-1.2 И П К-1.3					

формулировка компетенций	Б1.Б1.1 Психология	Б1.Б2.1 История	Б1.Б1.5 Философия	Б1.Б1.6 История и философия науки	Б2.У1 Профессионально-ознакомит. практика	Б1.Б1.7 Социальная философия конфликта	Б1.Б1.9 Социология религии	Б1.Б1.3 Политология	Б1.Б1.1 Социология	Б1.В.ДВ2.1 Управление имиджем СМИ	Б1.В.ДВ2.2 Философия имиджевой деятельности и развитие клиентурных отношений	Б2.У1 Профессионально-ознакомительная практика	Б1.В.ОД.3 Количественные исследования СМИ	Б1.В.ДВ.3.1 Управление репутацией СМИ	Б1.В.ДВ.3.2 Репутационный менеджмент СМИ	ФТД.1 Семiotика рекламного текста	Б1.В.ОД.6 Специальные и корпоративные мероприятия
	1 курс				2 курс					3 курс							
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач		И У К- 1. 1	И У К- 1. 1	ИУ К- 1.1		ИУ К- 1.1		И У К- 1. 1				ИУ К- 1.1					
УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	ИУ К- 3.1 ИУ К- 3.2					ИУ К- 3.1 ИУК- 3.2	И У К- 3. 1 ИУ К- 3.2	И У К- 3. 2									
ПКС-1 Способен использовать современные информационно-коммуникационные технологии (в том числе интернет-технологии) и специализированные программные продукты для поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ; находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа; составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового / социологического исследования													ИПК С-1.1 ИПК С-1.2 ИПК С-1.3				
ПКС-2 Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и										ИП КС- 2.1	ИПКС- 2.1			ИП КС- 2.1	ИП КС- 2.1		

- составлять аналитические отчеты
- организовывать работу на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности
- определять факторы, влияющие на потребительский спрос СМИ
- определять принципы сегментации потребителей по типу спроса СМИ
- определять характеристики целевой аудитории СМИ
- в профессиональной деятельности выявлять основные особенности внутренней и внешней коммуникации предприятия СМИ
- осуществлять коммуникационное взаимодействие с учетом этнокультурных, исторических и религиозных традиций коммуникантов
- создавать эффективную коммуникацию внутри организации, а также во внешней среде, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации

Владеть:

- навыками проведения поиска, критического анализа и синтеза информации, применения системного подхода для решения поставленных задач медиакоммуникационной сфере
- навыками социального взаимодействия
- реализовывать свою роль работы в команде
- под контролем осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия
- количественными методами анализа
- качественными методами анализа
- методами составления аналитических отчетов
- навыками работы на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности
- методами определения потребительского спроса СМИ
- определять принципы сегментации потребителей по типу спроса СМИ
- методами определения характеристиками целевой аудитории СМИ
- в профессиональной деятельности выявлять основные особенности внутренней и внешней коммуникации СМИ
- осуществлять коммуникационное взаимодействие с учетом этнокультурных, исторических и религиозных традиций коммуникантов
- создавать эффективную коммуникацию внутри организации, а также во внешней среде, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации

3.3. Производственно-творческая практика проводится для выполнения выпускной квалификационной работы.

4. Объем практики

4.1. Продолжительность практики – 8 недель (2 недели и 6 недель)

Общая трудоемкость (объем) практики составляет 9 зачетных единиц, 324 академических часа

4.2. Этапы практики

График профессионально-творческой практики при прохождении практики в профильной организации

№№ п/п	Этапы практики	Трудоемкость в часах		
		Контактная работа с рук-лем от кафедры	Контактная работа с рук-лем от проф.орг-ции	Самостоятельная работа студента
1.	Подготовительный (организационный) этап			
1.1.	Проведение собрания студентов; выдача индивидуальных заданий и путевок на практику	8 (2+6)		
1.2.	Ознакомление студентов с программой практики	8(2+6)		8(2+6)

1.3.	Разработка рабочего графика (плана) проведения практики	16(4+12)	8(2+6)	
1.4.	Оформление пропусков на предприятия		4(1+3)	
1.5.	Прохождение инструктажа по охране труда, техники безопасности, пожарной безопасности и производственной санитарии, правилам внутреннего трудового распорядка		4(1+3)	
2.	Основной (производственный) этап			
2.1	Знакомство с организацией и функционированием службы по рекламе и связям с общественностью		8(2+6)	8(2+6)
2.2	Анализ программ и проектов в сфере маркетинга и PR, реализуемых на предприятии		8(2+6)	48(12+36)
2.3	Участие в разработке разного рода профессиональной документации, используя правила ее создания, редактирования и оформления		16(4+12)	40(10+30)
2.4	Участие в разработке разного рода профессиональной документации, используя правила ее создания, редактирования и оформления		16(4+12)	32(8+24)
2.5	Приобретение навыков работы в должности (специалиста по рекламе и маркетингу, интернет-маркетолога, PR - специалиста)		8(2+6)	32(8+24)
2.6	Выполнение индивидуального задания		8(2+6)	64(16+48)
3.	Заключительный этап			
3.1	Анализ и обобщение полученной информации, консультации с руководителем практики от кафедры	8(2+6)		32(8+24)
3.2	Формирование отчетной документации, написание отчета по практике			40(10+30)
3.3.	Защита отчета по практике	8(2+6)		
	ИТОГО:	48(12+36)	80(20+60)	304(76+228)
	ИТОГО ВСЕГО:	432(108+324)		

**График профессионально-творческой практики
при прохождении практики на кафедре**

№№ п/п	Этапы практики	Трудоемкость в часах	
		Контактная работа с руко- лем от кафедры	Самостояте льная работа студента
1.	Подготовительный (организационный) этап		
1.1.	Проведение собрания студентов; выдача индивидуальных заданий	8(2+6)	8(2+6)
1.2.	Ознакомление студентов с программой практики		8(2+6)
1.3.	Разработка рабочего графика (плана) проведения практики	8(2+6)	8(2+6)
1.4.	Прохождение инструктажа по охране труда, техники безопасности, пожарной безопасности и производственной	8(2+6)	

	санитарии		
2.	Основной этап		
2.1	Знакомство с организацией и функционированием службы по рекламе и связям с общественностью	8(2+6)	16(4+12)
2.2	Анализ программ и проектов в сфере маркетинга и PR, реализуемых в образовательном учреждении	8(2+6)	48(12+36)
2.3	Участие в разработке разного рода профессиональной документации, используя правила ее создания, редактирования и оформления	8(2+6)	64(16+48)
2.4.	Участие в проектировании программ и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, анализ методов и средств реализации этих программ		40(10+30)
2.5.	Приобретение навыков работы в должности (специалиста по рекламе и маркетингу, интернет-маркетолога, PR -специалиста)		32(8+24)
2.6	Выполнение индивидуального задания	8(2+6)	64(16+48)
3.	Заключительный этап		
3.1	Анализ и обобщение полученной информации, консультации с руководителем практики от кафедры	8(2+6)	32(8+24)
3.2	Формирование отчетной документации, написание отчета по практике		40(10+30)
3.3.	Защита отчета по практике	8(2+6)	
	ИТОГО:	72(18+54)	360(90+270)
	ИТОГО ВСЕГО:	432(108+324)	

5. Содержание профессионально-творческой практики

Обучающиеся в период прохождения практики выполняют индивидуальные задания, предусмотренные программой практики, соблюдают правила внутреннего распорядка, соблюдают требования охраны труда и пожарной безопасности.

Содержание практики соотносится с видом и задачами профессиональной деятельности, определяемой ОП:

Область профессиональной деятельности (по Реестру Минтруда)	Типы задач профессиональной деятельности	Задачи профессиональной деятельности	Объекты профессиональной деятельности (или области знания)
Связь, информационные и коммуникационные технологии	маркетинговая	продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее - СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым

Область профессиональной деятельности (по Реестру Минтруда)	Типы задач профессиональной деятельности	Задачи профессиональной деятельности	Объекты профессиональной деятельности (или области знания)
			группам/группам общественности
	организационная	организация процесса создания коммуникационного продукта	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее - СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности

Основные места проведения практики:

Одними из наиболее значимых работодателей, с которыми осуществляется взаимодействие при проведении практик, являются следующие профильные организации:

- АиФ в Нижнем Новгороде;
- ПАО «ВымпелКом»;
- Филиал АО «Концерн Росэнергоатом» (Кольская АЭС);
- ООО «Николь-ПАК Империял»;
- ООО «Феникс»;
- ГБПОУ «Нижегородский индустриальный колледж».

Студенты также могут проходить практику в организациях по месту трудовой деятельности при условии, что профессиональная деятельность, осуществляемая ими, соответствует требованиям образовательной программы к проведению практики.

Студенты также могут проходить практику на кафедре при условии, что профессиональная деятельность, осуществляемая ими, соответствует требованиям образовательной программы к проведению практики.

Во время прохождения практики студент обязан:

Ознакомиться:

- с организацией и функционированием службы по рекламе и связям с общественностью
 - с программами и проектами в сфере маркетинга и PR, реализуемыми на предприятии/ в образовательном учреждении;
 - методами и принципами работы в должности (специалиста по рекламе и маркетингу, интернет- маркетолога, PR- специалиста);

— технологией работы с разного рода профессиональной документацией, используя правила ее создания, редактирования и оформления.

Изучить

- программы и проекты в сфере маркетинга и PR, реализуемые в образовательном учреждении / на предприятии;

— принципы проектирования программ и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, методы анализа методов и средств реализации этих программ

— технологию работы с разного рода профессиональной документацией, используя правила ее создания, редактирования и оформления;

— навыки работы в должности (специалиста по рекламе и маркетингу, интернет-маркетолога, PR-специалиста).

Выполнить следующие виды работ по приобретению практических навыков, связанных с будущей профессиональной деятельностью:

— разрабатывать PR-бриф как концептуальную и креативную основу коммуникативной стратегии продвижения проекта;

— разрабатывать стратегию и технологии продвижения коммуникационного продукта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» с учетом ожиданий заказчика;

— разрабатывать техническую, организационно-правовую, плановую, отчетную и договорную документацию;

— выработать навыки планирования, реализации и оценки качества проекта, с учетом возможных рисков.

Собрать материал по теме индивидуального задания (выпускной квалификационной работы) для подготовки отчета по практике

Примерные темы индивидуальных заданий (*Перечислить*):

1. Проведение комплексного анализа программ и проектов в сфере маркетинга и PR, реализуемых в учреждении / на предприятии.

2. Разработка проекта оптимизации системы маркетинговых коммуникаций компании.

3. Разработка проекта эффективного использования СМИ как инструмента продвижения компании

4. Разработка технологии продвижения СМИ

5. Анализ и реализация технологий репутационного маркетинга в СМИ.

6. Контент-маркетинг как технология формирования эффективных коммуникаций с целевой аудиторией.

7. Анализ деятельности компании в сфере рекламы и разработка рекламных мероприятий для эффективного функционирования информационно-коммуникативной среды компании

8. Разработка проекта презентационных мероприятий для поддержания имиджа компании.

9. Использование онлайн - инструментов продвижения компании и формирования ее позитивного имиджа.

6. Формы отчетности по практике

Организация проведения практик, предусмотренных ОП ВО, осуществляется на основе договоров о практической подготовке обучающихся между НГТУ и профильными

организациями, деятельность которых соответствует профессиональным компетенциям, осваиваемым в рамках ОП ВО.

Направление студентов на практику осуществляется путем издания соответствующих приказов ректора, в которых указываются места прохождения практики каждого обучающегося, вид и сроки прохождения практики, руководители практики от НГТУ и от профильной организации.

При проведении практики в профильной организации руководителем практики от НГТУ и руководителем практики от профильной организации составляется совместный рабочий график (план) проведения практики.

Отчетные документы по практике включают в себя:

- индивидуальное задание, согласованное с руководителем практики от предприятия;
- совместный рабочий график (план) проведения практики;
- отчет студента по прохождению практики;
- подтверждение с места практики (ответная часть бланка путевки) или характеристика (отзыв) руководителя практики от предприятия.

Форма промежуточной аттестации по практике – зачет и зачет с оценкой

Требования к содержанию и оформлению отчета

Отчет по практике должен включать:

1. Краткую характеристику компетенций (универсальных, общепрофессиональных и профессиональных), формируемых у студента в результате прохождения практики, выраженную в форме необходимых практических навыков, умений и знаний.

2. Индивидуальное задание на практику, которое разрабатывается в совместно с руководителем от кафедры.

3. Место и время прохождения практики.

4. Должность студента, в которой он проходил практику.

5. Календарный график и программа практики.

6. Содержательную часть, которая соответствует индивидуальному заданию и требованиям программы практики:

- характеристику организации в целом и непосредственно самого отдела, в котором студент практиковался, его должностные обязанности.
- описание организации работы в процессе практики;
- описание выполненной работы по разделам программы практики;
- описание практических задач, решаемых студентом за время прохождения практики;
- указания на затруднения, которые возникли при прохождении практики;
- характеристику информационно-программных продуктов, необходимых для прохождения практики;
- практические результаты, полученные студентом в процессе выполнения индивидуального задания;
- анализ полученных результатов.

7. В заключении приводится краткая характеристика практических навыков и умений, соответствующих компетенциям из программы практики по конкретной ОПОП, приобретенных в ходе практики.

Объем отчета должен составлять не менее 10–15 листов (без приложений) (шрифт – Times New Roman, размер шрифта – 14, межстрочный интервал – полуторный, все поля – 2 см, отступ - 1 см, выравнивание – по ширине, таблицы и схемы располагаются по тексту и нумеруются по разделам). Количество приложений не ограничивается и в указанный объем не включается.

Сроки и формы проведения защиты отчета

По окончании практики каждый студент составляет *письменный отчет* и представляет его на кафедру руководителю строго по графику сдачи отчетов и только в отведенные для этого консультативные часы и дни рабочей недели (по договорённости).

Отчеты проверяет *руководитель практики от выпускающей кафедры*.

Руководитель практики от выпускающей кафедры принимает зачет и проставляет отметку о нем в зачетной книжке и в экзаменационной ведомости.

Студенты, не выполнившие программы практики без уважительной причины или получившие отрицательную оценку, не допускаются до сессии.

Студенты, не справившиеся с программой практики по уважительной причине, направляются на практику вторично (в свободное от учебы время).

Защита отчетов по практике назначается согласно учебному графику и проводится в присутствии руководителя по практике от выпускающей кафедры в день зачета по практике. Защита отчетов по практике проводится в устной форме с использованием иллюстративного материала, возможно использование мультимедийного оборудования. Во время защиты студент должен полностью отразить свою деятельность во время прохождения практики, показать проведенную научно-исследовательскую и практическую работу.

7. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации по практике

Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации по всем видам и типам практик, предусмотренных учебным планом по данной ОП ВО, оформляются отдельным документом в качестве Приложения к РПП.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение работы студента на практике

Указать основную и дополнительную литературу по темам практики, Интернет-ресурсы, а также другое необходимое на различных этапах проведения практики учебно-методическое и информационное обеспечение.

8.1. Основная литература

№ п/п	Автор (ы)	Заглавие	Издательство, год издания, гриф	Количество экземпляров в библиотеке
1	Семёнова, Л.М.	Имиджмейкинг: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры	С.-Петербург. гос. эконом. ун-т. – М., 2019. – 141 с. Гриф: УМО ВО	1
2	Десяева, Н.Д.	Академическая коммуникация: учебник для магистратуры	Моск. гор. пед. ун-т. – 2-е изд. – М., 2019. – 150 с.	1
3	Дзялошинский, И.М., Пильгун М.А.	Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования: учебник для вузов	НИУ «ВШЭ». – 2-е изд., испр. и доп. – М., 2019. – 345 с. Гриф: УМО ВО	1
4	Коровина Е.В.	Организация и проведение коммуникационных кампаний: Учеб.пособие	НГТУ им.Р.Е.Алексеева. - Н.Новгород : [Изд-во ННГУ], 2020. - 109 с. - ISBN 978-5-502-01352-9	2
5	под.ред. проф. Горохова В.М.	Связи с общественностью в системе коммуникаций. Монография	М.: Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2019 — Текст: электронный —	a36ffb4659dfd24a718f008811bbadd1.pdf - Яндекс.Документы (yandex.ru)

6	Жильцова, О.Н., Синяева, И.М., Жильцов, Д.А.	Рекламная деятельность. Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры.	Рекомендовано УМО ВО — Текст: электронный	https://fictionbook.ru/author/olga_nikolaevna_jilcova/reklamnaya_deyatelnost_uchebnik_i_praktik/
7	Селезнева, Л. В.	Подготовка рекламного и PR- текста: учебное пособие для вузов	Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 159 с. — (Университеты России). — ISBN 978- 5-534-04084-5. — Текст: электронный	https://avidreaders.ru/read-book/podgotovka-reklamnogo-i-pr-teksta-uchebnoe.html
8	Боресков, А.В., Шикин, Е.В.	Компьютерная графика	М.: Юрайт, 2018 — Текст: электронный	https://static.myshop.ru/product/pdf/206/2054296.pdf
9	Колесниченко, А. В.	Техника и технология СМИ. Подготовка текстов.	М.: Издательство Юрайт, 2019. — 292 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534- 02290-2. — Текст: электронный]. 2676530.pdf - Яндекс.Документы (yandex.ru)

8.2. Дополнительная литература

№ п/п	Автор (ы)	Заглавие	Издательство, год издания, гриф	Количество экземпляров в библиотеке
1	Митрошенков, О.А.	Деловое общение: эффективные переговоры: практич. пособие	РАНХиГС. – 2-е изд. – М., 2019. – 315 с.	1
2	Трищенко, Д.А.	Техника и технологии рекламного видео: учебник и практикум для академ. бакалавриата	Белгород. ун-т кооперации, экономики и права. – М., 2019. – 177 с. Гриф: УМО ВО	1
3	Зельдович, Б.З.	Медиаменеджмент: учебник для вузов	Моск. политехн. ун-т. – 2-е изд., испр. и доп. – М., 2019. – 293 с. Гриф: УМО ВО	1
4	Фадеева, Е.Н., Сафронов, А.В., Красильникова, М.А.	Связи с общественностью. Учебник и практикум.	М.: Юрайт, 2017 — Текст: электронный	2069852.pdf - Яндекс.Документы (yandex.ru)
5	Томал, Р.	Основы web- дизайна. Руководство.		Tomal_Osnovy-Web-Dizayna-Rukovodstvo_RuLit_Me_613948.pdf - Яндекс.Документы (yandex.ru)

8.3. Нормативно-правовые акты:

Положение о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся

НГТУ https://www.nntu.ru/frontend/web/ngtu/files/org_structura/upravleniya/umu/docs/norm_docs_ngtu/polog_kontrol_yspev.pdf

Положение о практической подготовке обучающихся, осваивающих образовательные программы высшего образования

НГТУ https://www.nntu.ru/frontend/web/ngtu/files/org_structura/upravleniya/umu/otdel_practiki/po_lozh-prakt-op-vo.pdf?01-10

8.4. Ресурсы сети «Интернет»:

Ресурсы системы федеральных образовательных порталов

1. Федеральный образовательный портал. Экономика. Социология. Менеджмент:
<http://ecsocman.hse.ru>

2. Научно-техническая библиотека НГТУ

Электронный адрес: <http://www.nntu.ru/RUS/biblioteka/index.html>

Электронный каталог книг: <http://www.nntu.ru/RUS/biblioteka/index.html>

Электронный каталог периодических изданий: <http://www.nntu.ru/RUS/biblioteka/index.html>

Информационная система доступа к каталогам библиотек сферы образования и науки
ЭКБСОН: <http://www.vlibrary.ru>

Электронные библиотечные системы:

— ЭБС «Консультант студента» (Электронная библиотека технического ВУЗа):
<http://www.studentlibrary.ru>

— ЭБС «Лань» (Электронная библиотека технического ВУЗа): <https://e.lanbook.com/>

— ЭБС «Юрайт» (Электронная библиотека технического ВУЗа): <https://urait.ru/>

— E-LIBRARY.ru: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>

3. Электронная библиотека:

<http://cdot-nntu.ru/wp/электронный-каталог/>

Профессиональная база данных по рекламе и связям с общественностью:

— Электронная библиотека учебников: <http://studentam.net/content/category/1/48/57/>

— Русский гуманитарный интернет – университет. Крупная бесплатная электронная библиотека российского Интернета: <http://sbiblio.com/biblio/>

— Реклама. Маркетинг. PR.: <https://www.gup.ru/education/library/links/www.sostav.ru>

9. Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики

Перечень информационных технологий

– Подготовка отчета по практике.

– Проверка отчета и консультирование посредством электронной почты.

– Использование электронных презентаций при проведении лекционных и практических занятий.

– Поисковая работа с использованием сети Интернет

Практика предполагает использование информационных технологий как вспомогательного инструмента для выполнения задач, таких как:

– оформление учебных работ, отчетов. При подготовке выступления к защите отчета по практике может быть использовано приложение Power Point офисного пакета MS Office для создания мультимедийных презентаций;

– демонстрация дидактических материалов с использованием мультимедийных технологий;

– использование электронной образовательной среды университета;

– использование специализированного программного обеспечения. Для создания и обработки графических изображений может быть использован графический редактор Gimp (The GNU Image Manipulation Program), свободно распространяемый в информационном пространстве аналог Adobe Photoshop;

– организация взаимодействия с обучающимися посредством электронной почты.

ЭБС, профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:

ИПС «Законодательство России» - <http://pravo.fso.gov.ru/ips.html>

СПС «КонсультантПлюс» (в локальной сети ВУЗа)

E-LIBRARY.ru: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>

Электронные библиотечные системы:

— ЭБС «Консультант студента» (Электронная библиотека технического ВУЗа):
<http://www.studentlibrary.ru>

— ЭБС «Лань» (Электронная библиотека технического ВУЗа): <https://e.lanbook.com/>

— ЭБС «Юрайт» (Электронная библиотека технического ВУЗа): <https://urait.ru/>

Профессиональная база данных по рекламе и связям с общественностью:

- Электронная библиотека учебников: <http://studentam.net/content/category/1/48/57/>
- Русский гуманитарный интернет – университет. Крупная бесплатная электронная библиотека российского Интернета: <http://sbiblio.com/biblio/>
- Реклама. Маркетинг. PR.: <https://www.gup.ru/education/library/links/www.sostav.ru>

Программное обеспечение, используемое в университете на договорной основе	Программное обеспечение свободного распространения
Microsoft Windows 7 (подписка MSDN 4689, подписка DreamSpark Premium, договор № Tr113003 от 25.09.14)	Adobe Acrobat Reader (FreeWare) https://acrobat.adobe.com/ru/ru/acrobat/pdf-reader.html
Microsoft Office Professional Plus 2007 (лицензия № 42470655)	OpenOffice (FreeWare) https://www.openoffice.org/ru/

10. Материально-техническое обеспечение практики

Практика организуется на базе профильных организаций, с которыми заключены договоры о практической подготовке обучающихся, и которые обладают необходимой материально-технической базой:

Научно-исследовательское, производственное оборудование, измерительные и вычислительные комплексы, программное обеспечение и другое материально-техническое обеспечение, необходимое для полноценного прохождения практики на конкретном предприятии: корпоративные информационные системы предприятия, операционные системы, офисные информационные системы.

По месту прохождения практики в профильной организации обучающимся предоставлено рабочее место, оборудованное необходимыми средствами для работы с документами и подготовки письменных материалов к отчету.

При проведении практики на кафедре используются:

- учебные аудитории для проведения консультаций с научным руководителем практики по кафедре, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения;
- помещения для самостоятельной работы обучающихся, которые должны оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную, информационно-образовательную среду НГТУ.

№	Наименование аудиторий и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность аудиторий помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
1	6302 учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации; г. Нижний Новгород, Казанское ш., 12	Комплект демонстрационного оборудования: • ПК, с выходом на мультимедийный проектор, на базе AMD Athlon 2.8 ГГц, 4 Гб ОЗУ, 250 Гб HDD, монитор 19” – 1 шт. • Мультимедийный проектор Epson- 1 шт; • Экран – 1 шт.; Набор учебно-наглядных пособий	• Microsoft Windows7 (подписка DreamSpark Premium, договор №Tr113003 от 25.09.14) • Gimp 2.8 (свободное ПО, лицензия GNU GPLv3); • Microsoft Office Professional Plus 2007 (лицензия № 42470655); • Open Office 4.1.1 (свободное ПО, лицензия Apache License 2.0) • Adobe Acrobat Reader (FreeWare); • 7-zip для Windows (свободнораспространяемое ПО, лицензия GNU LGPL); Dr.Web (Сертификат №EL69-RV63-YMBJ-N2G7 от 14.05.19).

11. Средства адаптации образовательного процесса при прохождении практики к потребностям обучающихся с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) и инвалидов

- создание возможности для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников – например, так, чтобы лица с нарушением слуха получали информацию визуально, с нарушением зрения – аудиально;

- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной, за счет альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;

- применение дистанционных образовательных технологий для передачи информации, организации различных форм интерактивной контактной работы обучающегося с преподавателем, в том числе вебинаров, которые могут быть использованы для проведения виртуальных лекций с возможностью взаимодействия всех участников дистанционного обучения, проведения семинаров, выступления с докладами и защитой выполненных работ, проведение тренингов, организации коллективной работы;

- применение дистанционных образовательных технологий для организации форм текущего и промежуточного контроля;

- увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ОВЗ форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи: зачет, проводимый в устной форме – не более чем на 20 мин.

В таблице указан перечень образовательных ресурсов, имеющих формы, адаптированные к ограничениям их здоровья, а также сведения о наличии специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования. При заполнении таблицы может быть использована информация, размещенная в подразделе «Доступная среда» специализированного раздела сайта НГТУ «Сведения об образовательной организации» <https://www.nntu.ru/sveden/accenv/>

№	Перечень образовательных ресурсов, приспособленных для использования инвалидами и лицами с ОВЗ	Сведения о наличии специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования
1	ЭБС «Консультант студента»	озвучка книг и увеличение шрифта
2	ЭБС «Лань»	специальное мобильное приложение - синтезатор речи, который воспроизводит тексты книг и меню навигации
3	ЭБС «Юрайт»	версия для слабовидящих

Конкретное содержание программы практики и условия ее организации и проведения для обучающихся с ОВЗ и инвалидов разрабатывается при наличии факта зачисления таких обучающихся с учетом конкретных нозологий.

12. Особенности проведения практики с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий

При необходимости, практика может быть организована частично без непосредственного нахождения обучающегося на рабочем месте в профильной организации либо в вузе (дистанционная форма).

Примерный календарный график практики может предусматривать проведение организационного и производственного этапа с использованием дистанционных образовательных технологий: бесплатное проприетарное программное обеспечение с закрытым кодом, обеспечивающее текстовую, голосовую и видеосвязь через Интернет между компьютерами (IP-телефония) ZOOM, Skype.

Для организации дистанционной работы разрабатываются и направляются студентам индивидуальное задание на практику, график проведения практики.

Виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью, которые будут выполняться обучающимися в формате дистанционной (удаленной) работы при опосредованном (на расстоянии) взаимодействии с руководителями практики как со стороны вуза, так и со стороны профильной организации:

1. Проведение собрания студентов; выдача индивидуальных заданий
2. Ознакомление студентов с программой практики
3. Разработка рабочего графика (плана) проведения практики
4. Прохождение инструктажа по охране труда, техники безопасности, пожарной безопасности и производственной санитарии
5. Анализ и обобщение полученной информации, консультации с руководителем практики от кафедры
6. Формирование отчетной документации, написание отчета по практике
7. Защита отчета по практике

В случае осуществления практики в дистанционной форме, отчет направляется студентом в электронном виде руководителю практики для контроля и согласования. Защита отчета по практике осуществляется в этом случае посредством дистанционных образовательных технологий.

При осуществлении образовательного процесса могут использоваться следующие дистанционные образовательные технологии:

- система управления обучением Moodle НГТУ;
- веб-конференций (для проведения лекций и консультаций);
- Skype, Zoom (для консультаций, текущего контроля);
- обмен документами и материалами через электронную почту.

**Дополнения и изменения в рабочей программе практики
на 20 ____/20 ____ уч. г.**

УТВЕРЖДАЮ

Директор института

(подпись, расшифровка подписи)

“ ____ ” _____ 20... г

В рабочую программу практики вносятся следующие изменения:

- 1)
- 2)

или делается отметка о нецелесообразности внесения каких-либо изменений на данный учебный год

Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры

(дата, номер протокола заседания кафедры).

Заведующий выпускающей кафедрой _____
наименование кафедры личная подпись расшифровка подписи

УТВЕРЖДЕНО на заседании учебно-методического совета
института _____ :
Протокол заседания от « ____ » _____ 20 ____ г. № _____

СОГЛАСОВАНО *(в случае, если изменения касаются литературы):*

Заведующий отделом комплектования научной библиотеки

личная подпись расшифровка подписи

Начальник ОПиТ УМУ

личная подпись расшифровка подписи дата

РЕЦЕНЗИЯ

на рабочую программу дисциплины производственной практики (профессионально-творческая)

ОП ВО по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность «Продвижение средств массовой информации» (квалификация выпускника – бакалавр)

Морозовой Галиной Алексеевной, профессором кафедры управления инновациями Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е.Алексеева, д.э.н. (далее по тексту рецензент), проведена рецензия рабочей программы производственной практики (профессионально--творческой) ОП ВО по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность «Продвижение средств массовой информации» (бакалавриат) разработанной в ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный технический университет имени Р.Е. Алексеева», на кафедре «Связи с общественностью, маркетинг и коммуникации» (разработчик – Зайцева Елена Анатольевна, доцент, к.э.н.

Рассмотрев представленные на рецензию материалы, рецензент пришел к следующим выводам:

Программа соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Программа содержит все основные разделы, соответствует требованиям к нормативно-методическим документам. Представленная в Программе актуальность учебной дисциплины в рамках реализации ОПОП ВО не подлежит сомнению – дисциплина относится к базовой части учебного цикла – Б2.

Представленные в Программе цели дисциплины соответствуют требованиям ФГОСВО направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

В соответствии с Программой за дисциплиной «Производственная практика (профессионально--творческая)» закреплено ПКС-1, ПКС-2, ПКС-3, УК-1, УК-3. Дисциплина и представленная Программа способны реализовать их в объявленных требованиях.

Результаты обучения, представленные в Программе в категориях знать, уметь, владеть соответствуют специфике и содержанию дисциплины и демонстрируют возможность получения заявленных результатов.

Общая трудоёмкость дисциплины «Производственная практика (профессионально--творческая)» составляет 12 зачётных единиц(432часа). Информация о взаимосвязи изучаемых дисциплин и вопросам исключения дублирования в содержании дисциплин соответствует действительности. Дисциплина «Производственная практика (профессионально--творческая)» взаимосвязана с другими дисциплинами ОПОП ВО и Учебного плана по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, и возможность дублирования в содержании отсутствует.

Представленная Программа предполагает использование современных образовательных технологий, используемые при реализации различных видов учебной работы. Формы образовательных технологий соответствуют специфике дисциплины.

Виды, содержание и трудоёмкость самостоятельной работы студентов, представленные в Программе, соответствуют требованиям к подготовке выпускников, содержащимся во ФГОС ВО направления 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Представленные и описанные в Программе формы текущей оценки знаний (опрос, как в форме обсуждения отдельных вопросов, так и выступления и участие в дискуссиях, участие в тестировании, представление отчетов) соответствуют специфике дисциплины и требованиям к выпускникам.

Форма промежуточного контроля знаний студентов, предусмотренная Программой, осуществляется в форме зачета и зачета с оценкой, что соответствует статусу дисциплины, как дисциплины базовой части учебного цикла – Б2 ФГОС ВО направления 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Нормы оценки знаний, представленные в Программе, соответствуют специфике дисциплины и требованиям к выпускникам.

Учебно-методическое обеспечение дисциплины представлено: основной литературой – 9 наименования, дополнительной литературой – 5 наименований, и соответствует требованиям ФГОС ВО направления 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Материально-техническое обеспечение дисциплины соответствует специфике дисциплины «Производственная практика (профессионально--творческая)» и обеспечивает использование современных образовательных, в том числе интерактивных методов обучения.

Методические рекомендации студентам и методические рекомендации преподавателям по организации обучения по дисциплине дают представление о специфике обучения по производственной (профессионально--творческой) практике.

ОБЩИЕ ВЫВОДЫ

На основании проведенной рецензии можно сделать заключение, что характер, структура и содержание рабочей программы дисциплины «Производственная практика (профессионально--творческая)» ОПОП ВО по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность «Продвижение средств массовой информации» (квалификация выпускника – бакалавр), разработанная Зайцевой Е.А., доцентом кафедры «Связи с общественностью, маркетинг и коммуникации», к.э.н., доцент, соответствует требованиям ФГОС ВО, современным требованиям экономики, рынка труда и позволит при её реализации успешно обеспечить формирование заявленных компетенций.

Профессор кафедры «Управление инновациями»,
Д.э.н., профессор, НГТУ им. Р.Е.Алексеева

Г.А.Морозова

« _____ » _____ 2021_ г.