

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

Образовательно-научный институт экономики и управления

—

Выпускающая кафедра Связи с общественностью, маркетинг и коммуникации
наименование кафедры

УТВЕРЖДАЮ:

Директор института

Митяков С.Н.
(подпись) (ф. и. о.)

« 21 » 06 2022 г.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПРОХОЖДЕНИЮ
ВСЕХ ВИДОВ ПРАКТИК

Направление подготовки/специальность: 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

код и наименование направления подготовки

Направленность: «Интернет-коммуникации в рекламе и связях с общественностью»

профиль/программа/специализация

Квалификация выпускника: магистр

очная, заочная форма обучения

г. Нижний Новгород, 2022 г.

Разработчик:

доцент к.э.н.
(должность)

Зайцева Е.А

(подпись)

Ф.И.О.

Методические указания по практикам рассмотрены на заседании методической комиссии кафедры «Связи с общественностью, маркетинг и коммуникации»

Протокол заседания от 31.05.2022 № 4

Методические указания по практикам зарегистрированы в МО под номером

Начальник МО _____

(дата)

СОДЕРЖАНИЕ

1.	ТЕРМИНЫ, ОПРЕДЕЛЕНИЯ, ОБОЗНАЧЕНИЯ И СОКРАЩЕНИЯ	4
2.	ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ПРАКТИКИ	5
	2.1. Обязанности руководителя практики от кафедры	5
	2.2. Обязанности руководителя практики от профильной организации.....	5
	2.3. Обязанности руководителя практики от профильной организации	6
	2.4. Права и обязанности студента при прохождении практики.....	6
3.	ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ	8
4.	ФОРМА, СПОСОБЫ, ВРЕМЯ И МЕСТО ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ	15
5.	СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИК	15
	5.1. Научно-исследовательская работа	16
	5.2. Производственная практика (профессионально-творческая)	18
	5.3. Производственная (практика по получению профессиональных умений и опыта в проектно-аналитической деятельности).....	20
	5.4. Производственная практика (преддипломная практика) ...	22
6.	ФОРМЫ ОТЧЕТНОСТИ ПО ПРАКТИКЕ И ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ ОТЧЕТА	24
	СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ	32
	ПРИЛОЖЕНИЕ 1	35
	ПРИЛОЖЕНИЕ 2	37
	ПРИЛОЖЕНИЕ 3.....	39

1. ТЕРМИНЫ, ОПРЕДЕЛЕНИЯ, ОБОЗНАЧЕНИЯ И СОКРАЩЕНИЯ

Обучающиеся (студенты, выпускники) – лица, осваивающие образовательные программы высшего образования в НГТУ – программы бакалавриата, программы специалитета, программы магистратуры.

ВКР – выпускная квалификационная работа.

ФГОС ВО – Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - совокупность обязательных требований к высшему образованию, специальности и направлению подготовки, утвержденных федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по выработке государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере образования.

ОП ВО – образовательная программа высшего образования – комплекс основных характеристик образования (объем, содержание, планируемые результаты), организационно-педагогических условий и форм аттестации, который представлен в виде учебного плана, календарного учебного графика, рабочих программ учебных дисциплин (модулей), практик, иных компонентов, а также оценочных средств и методических материалов.

Квалификация – уровень знаний, умений, навыков и компетенции, характеризующий подготовленность к выполнению определенного вида профессиональной деятельности.

УК, ОПК – универсальная, общепрофессиональная компетенция – способность применять знания, умения, успешно действовать на основе практического опыта при решении задач общего рода, также в определенной широкой области.

ПК - профессиональная компетенция – способность успешно действовать на основе практического опыта, умения и знаний при решении задач профессионального рода деятельности.

ПСК – профессиональные специальные компетенции - способность успешно действовать на основе практического опыта, умения и знаний при решении задач узко направленных профессиональных задач.

Результаты освоения ОП - все УК и ОПК обучающихся, установленные ФГОС ВО, а также ПК, отнесенные к тем видам профессиональной деятельности, на которые ориентирована программа и ПСК, установленные дополнительно (в случае установления таких компетенций). Результаты освоения ОП отражаются в общей характеристике ОП.

Практическая подготовка – форма организации образовательной деятельности при освоении образовательной программы в условиях выполнения обучающимися определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью и направленных на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенций по профилю соответствующей образовательной программы.

Результаты обучения по каждой практике - знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций и обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения ОП. Планируемые результаты обучения отражаются в программах практик.

Профильная организация - предприятие, учреждение или организация, деятельность которой соответствует профессиональным компетенциям, осваиваемым в рамках ОП ВО, и с которой заключается договор по организации и проведению практик.

Учебный план – документ, который определяет перечень, трудоемкость, последовательность и распределение по периодам обучения учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), практики, иных видов учебной деятельности и формы промежуточной аттестации обучающихся.

2. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ПРАКТИКИ

2.1. Порядок оформления студента на практику

2.1.1. Практика обучающихся является обязательным компонентом ОП, реализуемым в форме практической подготовки. Она позволяет эффективно сочетать теоретические знания с практической подготовкой в производственных условиях и направлена на приобретение обучающимися умений и навыков по направлению подготовки/специальности.

2.1.2. Реализация практической подготовки в профильных организациях осуществляется на основании договоров, заключаемых между НГТУ и профильными организациями.

2.1.3. Приложением к заключенному договору является календарный план проведения практической подготовки на текущий год, в котором оговариваются образовательная программа (программы), компоненты образовательной программы, при реализации которых организуется практическая подготовка, количество обучающихся, осваивающих соответствующие компоненты образовательной программы, сроки организации практической подготовки.

2.1.4. Обучающиеся, совмещающие обучение с трудовой деятельностью, вправе проходить практику по месту трудовой деятельности в случаях, если профессиональная деятельность, осуществляемая ими, соответствует требованиям образовательной программы к проведению практики.

2.1.5. При наличии в профильной организации или в НГТУ (при организации практической подготовки в университете) вакантной должности, работа на которой соответствует требованиям к практической подготовке, с обучающимся может быть заключен срочный трудовой договор о замещении такой должности.

2.1.6. На студентов в период прохождения практики в профильной организации распространяются правила охраны труда и пожарной безопасности и правила трудового распорядка, действующие в данной организации.

2.1.7. 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.

2.1.8. Для руководства практикой, проводимой в НГТУ, назначается руководитель практики из числа сотрудников кафедры, относящийся к профессорско-преподавательскому составу.

2.1.9. Для руководства практической подготовкой обучающихся, проводимой в профильной организации, назначаются руководители практической подготовкой от НГТУ и ответственное лицо из числа работников профильной организации (при проведении практики – руководитель практики от профильной организации), соответствующее требованиям трудового законодательства Российской Федерации о допуске к педагогической деятельности, которое обеспечивает организацию реализации компонентов образовательной программы в форме практической подготовки со стороны профильной организации.

2.2. Обязанности руководителя практики от кафедры

Руководитель практики от выпускающей кафедры:

- участвует в распределении студентов по местам прохождения практики, в т.ч. по профильным организациям;
- участвует в распределении студентов по рабочим местам и видам работ в университете или профильной организации;
- не менее чем за две недели до начала практики формирует приказ о направлении студентов на практику и представляет его заведующему выпускающей кафедры;
- составляет рабочий график (план) проведения практики;

- разрабатывает индивидуальные задания, выполняемые в период практики, и выдает их студентам;
- осуществляет контроль и несет ответственность за соблюдением сроков проведения практики и соответствие ее содержания требованиям, установленным рабочей программой практики;
- осуществляет контроль за обеспечением нормальных условий труда студентов, несет ответственность за жизнь и здоровье обучающихся, соблюдение ими правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности и санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов;
- оказывает методическую помощь студентам при выполнении ими индивидуальных заданий и сборе материалов для составления отчета по практике, курсовой или выпускной квалификационной работы;
- оценивает результаты прохождения практики студентами.

2.3. Обязанности руководителя практики от профильной организации

Руководитель практики от профильной организации:

- обеспечивает организацию реализации компонентов образовательной программы в форме практической подготовки со стороны профильной организации;
- при проведении практики совместно с руководителем практики от выпускающей кафедры согласовывает индивидуальные задания, содержание и планируемые результаты практики;
- при проведении практики осуществляет координацию работ и консультирование обучающихся;
- обеспечивает безопасные условия реализации компонентов образовательной программы в форме практической подготовки, выполнение правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности и санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов;
- обеспечивает проведение оценки условий труда на рабочих местах, используемых при реализации компонентов образовательной программы в форме практической подготовки, и сообщает руководителю практической подготовки от университета об условиях труда и требованиях охраны труда на рабочем месте;
- знакомит обучающихся с правилами внутреннего трудового распорядка профильной организации;
- проводит инструктаж обучающихся по охране труда и технике безопасности и осуществляет надзор за соблюдением обучающимися правил техники безопасности;
- сообщает руководителю по практической подготовке от университета обо всех случаях нарушения обучающимися правил внутреннего трудового распорядка, охраны труда и техники безопасности;
- при проведении практики дает характеристику (отзыв) о прохождении практики студентом, в виде подтверждения ответной части путевки или самостоятельного письма.

2.4. Права и обязанности студента при прохождении практики

2.4.1. Обучающиеся имеют право:

- проходить практику в организациях по месту трудовой деятельности в случаях, если профессиональная деятельность, осуществляемая ими, соответствует требованиям образовательной программы к проведению практики;
- заключать трудовой договор о замещении вакантной должности при организации практической подготовки в профильной организации или университете (при их наличии);
- самостоятельно осуществлять поиск профильной организации для прохождения практики;

- обращаться за помощью с целью содействия в поиске места практики и получать консультации по вопросам практики у руководителя практики от выпускающей кафедры и в отделе практик и трудоустройства;

- выбирать тему предстоящей ВКР с учетом предполагаемого места практической подготовки;

- осуществлять право на зачет результатов обучения по отдельным компонентам практической подготовки, освоенным обучающимся при получении среднего профессионального образования и (или) высшего образования, а также дополнительного образования (при наличии). Зачтенные результаты обучения учитываются в качестве результатов промежуточной аттестации. Зачет результатов обучения осуществляется в порядке, установленном Положением НГТУ о порядке и форме зачета результатов обучения по отдельным дисциплинам (модулям) и практикам, освоенным обучающимся при реализации образовательных программ бакалавриата, специалитета, магистратуры.

2.4.2. Обучающийся при организации практической подготовки обязан:

- своевременно ознакомиться с расписанием занятий при реализации учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей) в форме практической подготовки и местами их проведения, со сроками прохождения практики и местом ее проведения;

- при проведении практики принять участие в организационном собрании, получить индивидуальное задание, необходимые методические материалы и путевку на практику;

- соблюдать правила внутреннего трудового распорядка, действующие в профильной организации или в структурном подразделении университета, в котором организуется практическая подготовка;

- соблюдать правила противопожарной безопасности, правила охраны труда, техники безопасности, санитарно-эпидемиологические правила и гигиенические нормативы, действующие в профильной организации или в структурном подразделении университета, в котором организуется практическая подготовка;

- завершить освоение учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей) в форме практической подготовки и пройти по ним промежуточную аттестацию;

- при проведении практики выполнить индивидуальное задание, представить руководителю практики оформленный в соответствии с требованиями программы практики отчет по прохождению практики и пройти промежуточную аттестацию по практике.

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ

В результате прохождения всех видов практик обучающийся должен приобрести практические навыки и умения, приведенные в табл. 1.

Таблица 1

Осваиваемые компетенции	Планируемые результаты обучения при прохождении практики		
1	2		
	Знать	Уметь	Владеть
Производственная практика (Научно-исследовательская работа)			
ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	Знать: этапы и принципы производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов (ИОПК-1.1) - принципы планирования, организации и координации процесса создания востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью коммуникационных продуктов (ИОПК-1.2)	Уметь: - определять этапы и принципы производства медиатекстов, и(или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов (ИОПК-1.1) - управлять процессом планирования, организации и координации создания востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов (ИОПК-1.2)	Владеть: - навыками анализа этапов создания медиатекстов, и(или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов (ИОПК-1.1) - навыками управления процессом планирования, организации и координации производства востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов (ИОПК-1.2)
ОПК-2 Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	Знать: - основные тенденции взаимодействия общественных и государственных институтов (ИОПК-2.1) - принципы освещения деятельности общественных и государственных институтов в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах (ИОПК-2.2)	Уметь: - определять и анализировать основные тенденции взаимодействия общественных и государственных институтов (ИОПК-2.1) - определять принципы освещения деятельности общественных и государственных институтов в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах (ИОПК-2.2)	Владеть: - навыками анализа основных тенденций взаимодействия общественных и государственных институтов (ИОПК-2.1) - навыками определения принципов освещения деятельности общественных и государственных институтов в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах (ИОПК-2.2)
ОПК-3 Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	Знать: - принципы и методы создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов с учетом достижений отечественной и мировой культуры (ИОПК-3.2)	Уметь: - определять принципы и методы создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов с учетом достижений отечественной и мировой культуры (ИОПК-3.2)	Владеть: - навыками создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов с учетом достижений отечественной и мировой культуры (ИОПК-3.2)
ОПК-4 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях про-	Знать: - методологию и технологию проведения социологических исследо-	Уметь: - анализировать методологию и технологию проведения социологи-	Владеть: - навыками организации проведения социологических исследований в PR -сфере (ИОПК-

гнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	ваний в PR -сфере (ИОПК-4.2) - методику анализа и прогнозирования спроса на медиатексты и иные коммуникационные продукты, используя данные социологических исследований (ИОПК-4.3)	ческих исследований в PR -сфере (ИОПК-4.2) - анализировать и прогнозировать спрос на медиатексты и иные коммуникационные продукты, используя данные социологических исследований (ИОПК-4.3)	4.2) - навыками анализа и прогнозирования спроса на медиатексты и иные коммуникационные продукты, используя данные социологических исследований (ИОПК-4.3)
ОПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	Знать: - тенденции развития медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях с целью принятия профессиональных решений в сфере рекламы и связей с общественностью (ИОПК-5.2) - технологию разработки коммуникационных продуктов с учетом условий функционирования и правового регулирования конкретной медиакоммуникационной системы (ИОПК-5.3)	Уметь: - анализировать тенденции развития медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях с целью принятия профессиональных решений в сфере рекламы и связей с общественностью (ИОПК-5.2) - оценивать технологию разработки коммуникационных продуктов с учетом условий функционирования и правового регулирования конкретной медиакоммуникационной системы (ИОПК-5.3)	Владеть: - навыками определения тенденций развития медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях с целью принятия профессиональных решений в сфере рекламы и связей с общественностью (ИОПК-5.2) - технологией разработки коммуникационных продуктов с учетом условий функционирования и правового регулирования конкретной медиакоммуникационной системы (ИОПК-5.3)
ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	Знать: - принципы использования современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий в процессе медиапроизводства (ИОПК-6.1) - современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение (ИОПК-6.2)	Уметь: - определять принципы использования современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий в процессе медиапроизводства (ИОПК-6.1) - анализировать современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение (ИОПК-6.2)	Владеть: - навыками использования современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий в процессе медиапроизводства (ИОПК-6.1) - навыками анализа современных технологий рекламы и связей с общественностью, цифровых инструментов, технических средств и программного обеспечения (ИОПК-6.2)
ОПК-7 Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	Знать: - закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, принципы социальной ответственности (ИОПК-7.1) - технологию разработки и реализации коммуникационного продукта с учетом принципов социальной ответственности (ИОПК-7.3)	Уметь: - анализировать закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, принципы социальной ответственности (ИОПК-7.1) - разрабатывать коммуникационный продукт с учетом принципов социальной ответственности (ИОПК-7.3)	Владеть: - навыками анализа закономерностей формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, принципов реализации социальной ответственности (ИОПК-7.1) - технологией разработки и реализации коммуникационного продукта с учетом принципов социальной ответственности

			(ИОПК-7.3)
УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	Знать: - стратегии командной работы (ИУК-3.1) - методики разрешения конфликтов и принципы делового общения (ИУК-3.3) - методики организации дискуссий по заданной теме (ИУК-3.4)	Уметь: - вырабатывать стратегии командной работы (ИУК-3.1) - разрешать конфликты и противоречия при деловом общении на основе учета интересов всех сторон (ИУК-3.3) - организовывать дискуссии по заданной теме (ИУК-3.4)	Владеть: - навыками разработки стратегии командной работы (ИУК-3.1) - навыками разрешения конфликтов и противоречия при деловом общении на основе учета интересов всех сторон (ИУК-3.3) - навыками организации дискуссий по заданной теме (ИУК-3.4)

1. Производственная практика (профессионально-творческая)

УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	Знать: - принципы решения проблемных задач в процессе реализации проектного управления (ИУК-2.1) - технологии разработки концепции проектов в рамках обозначенной проблемы (ИУК-2.2.) - принципы планирования, реализации и оценки качества PR - проекта, с учетом возможных рисков (ИУК-2.3) - технологию определения инфраструктурных условий для внедрения результатов PR - проекта (ИУК-2.5)	Уметь: - анализировать принципы решения проблемных задач в процессе реализации проектного управления (ИУК-2.1) - определять технологии разработки концепции проектов в рамках обозначенной проблемы (ИУК-2.2.) - определять принципы планирования, реализации и оценки качества PR - проекта, с учетом возможных рисков (ИУК-2.3) - определять инфраструктурные условия для внедрения результатов PR - проекта (ИУК-2.5)	Владеть: - навыками решения проблемных задач в процессе реализации проектного управления (ИУК-2.1) - технологией разработки концепции проектов в рамках обозначенной проблемы (ИУК-2.2.) - навыками планирования, реализации и оценки качества PR - проекта, с учетом возможных рисков (ИУК-2.3) - технологией определения инфраструктурных условий для внедрения результатов PR - проекта (ИУК-2.5)
ПКС-1 Способен проводить переговоры с заказчиком по вопросам продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	Знать: - методику составления PR-брифа как концептуальной и креативной основы коммуникативной стратегии продвижения проекта заказчика (ИПКС-1.1) - современные технологии продвижения коммуникационного продукта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ИПКС-1.2) - принципы эффективной устной и письменной коммуникации, методы проведения деловых переговоров (ИПКС-1.3)	Уметь: - разрабатывать PR-бриф как концептуальную и креативную основу коммуникативной стратегии продвижения проекта заказчика (ИПКС-1.1) - разрабатывать технологии продвижения коммуникационного продукта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» с учетом ожиданий заказчика (ИПКС-1.2) - осуществлять эффективную коммуникацию с заказчиком в соответствии с принципами ведения деловых переговоров (ИПКС-1.3)	Владеть: - навыками составления PR-брифа как концептуальной и креативной основы коммуникативной стратегии продвижения проекта заказчика (ИПКС-1.1) - навыками разработки современных технологий продвижения коммуникационного продукта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» с учетом ожиданий заказчика (ИПКС-1.2) - навыками эффективной устной и письменной коммуникации, технологий проведения деловых переговоров (ИПКС-1.3)

2. Производственная практика (практика по получению профессиональных умений и опыта в проектно-аналитической деятельности)			
<p>УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методы анализа проблемной ситуации, выявляя её составляющие и связи между ними (ИУК-1.1) - методы оценки надёжности источников информации (ИУК-1.3) - принципы аргументации стратегии решения проблемных ситуаций на основе системного и междисциплинарного подходов (ИУК-1.4) 	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать проблемную ситуацию, выявляя её составляющие и связи между ними (ИУК-1.1) - определять методы оценки надёжности источников информации (ИУК-1.3) - аргументированно анализировать стратегию решения проблемных ситуаций на основе системного и междисциплинарного подходов (ИУК-1.4) 	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками системного анализа проблемной ситуации (ИУК-1.1) - навыками проведения оценки надёжности источников информации (ИУК-1.3) - навыками аргументированного подхода к разработке стратегии решения проблемных ситуаций на основе системного и междисциплинарного подходов (ИУК-1.4)
<p>УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - приоритеты профессионального роста и технологии профессионального саморазвития (ИУК-6.2); - критерии профессионального роста с учетом профессионального опыта и требований рынка труда (ИУК-6.4). 	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - расставлять приоритеты профессионального роста и применять технологии профессионального саморазвития (ИУК-6.2); - определять критерии профессионального роста с учетом профессионального опыта и требований рынка труда (ИУК-6.4). 	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - технологиями профессионального роста на основе критериев профессионального саморазвития (ИУК-6.2); - навыками определения критериев профессионального роста с учетом профессионального опыта и требований рынка труда (ИУК-6.4)
<p>ПКС-2 Способен составлять и контролировать стратегию продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - коммуникационные стратегии продвижения для эффективного решения бизнес – задач (ИПКС-2.1) - технологию разработки комплексного плана маркетинговых коммуникаций для продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ИПКС-2.2) - методику мониторинга процесса продвижения с целью обеспечения эффективной реализации коммуникативной стратегии (ИПКС-2.3) 	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать коммуникационные стратегии продвижения для эффективного решения бизнес – задач (ИПКС-2.1) - разрабатывать комплексный план маркетинговых коммуникаций для продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ИПКС-2.2) - проводить мониторинг процесса продвижения с целью обеспечения эффективной реализации коммуникативной стратегии (ИПКС-2.3) 	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками разработки коммуникационных стратегий продвижения для эффективного решения бизнес – задач (ИПКС-2.1) - навыками разработки комплексного плана маркетинговых коммуникаций для продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ИПКС-2.2) - навыками мониторинга процесса продвижения с целью обеспечения эффективной реализации коммуникативной стратегии (ИПКС-2.3)

<p>ПКС-3 Способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - принципы научного исследования в сфере рекламы и связей с общественностью; стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ИПКС-3.1) - методы количественного и качественного анализа информационного поля, технологии проведения медиаисследований (ИПКС-3.2) - технологии интерпретации данных, полученных при проведении научного исследования, основы прогнозирования развития коммуникационной сферы (ИПКС-3.3) 	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - обосновывать принципы научного исследования в сфере рекламы и связей с общественностью; стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ИПКС-3.1) - определять методы количественного и качественного анализа информационного поля, технологии проведения медиаисследований (ИПКС-3.2) - обрабатывать и интерпретировать данные, полученные при проведении научного исследования, применять принципы прогнозирования развития коммуникационной сферы (ИПКС-3.3) 	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - технологией проведения научного исследования в сфере рекламы и связей с общественностью; разработки стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ИПКС-3.1) - методами проведения количественного и качественного анализа информационного поля, технологиями проведения медиаисследований (ИПКС-3.2) - технологиями интерпретации данных, полученных при проведении научного исследования, прогнозирования развития коммуникационной сферы (ИПКС-3.3)
--	---	--	--

3. Производственная практика (преддипломная)

<p>УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - современные коммуникационные технологии (ИУК-4.1) - технологию составления деловой документации для академических и профессиональных целей на русском и иностранном языке (ИУК-4.2, ИУК-4.3) - методику организации обсуждения результатов исследовательской и проектной деятельности на различных публичных мероприятиях на русском языке в определенном формате (ИУК-4.4) 	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать в практической деятельности современные коммуникационные технологии (ИУК-4.1) - составлять документацию для академических и профессиональных целей на русском и иностранном языке (ИУК-4.2, ИУК-4.3) - организовывать обсуждения результатов исследовательской и проектной деятельности на различных публичных мероприятиях на русском языке в определенном формате (ИУК-4.4) 	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - современными коммуникационными технологиями (ИУК-4.1) - навыками составления деловой документации для академических и профессиональных целей на русском и иностранном языке (ИУК-4.2, ИУК-4.3) - навыками организации обсуждения результатов исследовательской и проектной деятельности на различных публичных мероприятиях на русском языке в определенном формате (ИУК-4.4)
<p>ПКС-1 Способен проводить переговоры с заказчиком по вопросам продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методику составления PR-брифа как концептуальной и креативной основы коммуникативной стратегии продвижения проекта заказчика (ИПКС-1.1) 	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать PR-бриф как концептуальную и креативную основу коммуникативной стратегии продвижения проекта заказчика 	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками составления PR-брифа как концептуальной и креативной основы коммуникативной стратегии продвижения проекта

	<ul style="list-style-type: none"> - современные технологии продвижения коммуникационного продукта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ИПКС-1.2) - принципы эффективной устной и письменной коммуникации, методы проведения деловых переговоров (ИПКС-1.3) 	<p>(ИПКС-1.1)</p> <ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать технологии продвижения коммуникационного продукта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» с учетом ожиданий заказчика (ИПКС-1.2) - осуществлять эффективную коммуникацию с заказчиком в соответствии с принципами ведения деловых переговоров (ИПКС-1.3) 	<p>заказчика (ИПКС-1.1)</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками разработки современных технологий продвижения коммуникационного продукта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» с учетом ожиданий заказчика (ИПКС-1.2) - навыками эффективной устной и письменной коммуникации, технологией проведения деловых переговоров (ИПКС-1.3)
<p>ПКС-2 Способен составлять и контролировать стратегию продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - коммуникационные стратегии продвижения для эффективного решения бизнес – задач (ИПКС-2.1) - технологию разработки комплексного плана маркетинговых коммуникаций для продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ИПКС-2.2) - методику мониторинга процесса продвижения с целью обеспечения эффективной реализации коммуникативной стратегии (ИПКС-2.3) 	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать коммуникационные стратегии продвижения для эффективного решения бизнес – задач (ИПКС-2.1) - разрабатывать комплексный план маркетинговых коммуникаций для продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ИПКС-2.2) - проводить мониторинг процесса продвижения с целью обеспечения эффективной реализации коммуникативной стратегии (ИПКС-2.3) 	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками разработки коммуникационных стратегий продвижения для эффективного решения бизнес – задач (ИПКС-2.1) - навыками разработки комплексного плана маркетинговых коммуникаций для продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ИПКС-2.2) - навыками мониторинга процесса продвижения с целью обеспечения эффективной реализации коммуникативной стратегии (ИПКС-2.3)
<p>ПКС-3 Способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - принципы научного исследования в сфере рекламы и связей с общественностью; стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ИПКС-3.1) - методы количественного и качественного анализа информационного поля, технологии проведения медиаисследований (ИПКС-3.2) - технологии интерпретации данных, полученных при проведении научного исследования, основы прогнозирования развития коммуникационной сферы (ИПКС-3.3) 	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - обосновывать принципы научного исследования в сфере рекламы и связей с общественностью; стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ИПКС-3.1) - определять методы количественного и качественного анализа информационного поля, технологии проведения медиаисследований (ИПКС-3.2) - обрабатывать и интерпретировать результаты исследований (ИПКС-3.3) 	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - технологией проведения научного исследования в сфере рекламы и связей с общественностью; разработки стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ИПКС-3.1) - методами проведения количественного и качественного анализа информационного поля, технологиями проведения медиаисследований (ИПКС-3.2) - технологиями интерпретации результатов исследований (ИПКС-3.3)

		терпретировать данные, полученные при проведении научного исследования, применять принципы прогнозирования развития коммуникационной сферы (ИПКС-3.3)	претации данных, полученных при проведении научного исследования, прогнозирования развития коммуникационной сферы (ИПКС-3.3)
ПК-4. Способен осваивать и применять цифровые технологии для объектов профессиональной деятельности	Знать: - цифровые технологии математического и информационного модели используемых процессов, явлений и объектов, относящихся к профессиональной деятельности.	Уметь: - использовать цифровые технологии математического и информационного модели используемых процессов, явлений и объектов, относящихся к профессиональной деятельности.	Владеть: - навыками применения цифровых технологий математического и информационного модели используемых процессов, явлений и объектов, относящихся к профессиональной деятельности.

4. ФОРМА, СПОСОБЫ, ВРЕМЯ И МЕСТО ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Форма, время и место проведения практик, трудоемкость приведены в табл. 2.

Таблица 2

Форма, время и место проведения практик, трудоемкость	Производственная (научно-исследовательская работа)	Производственная практика (профессионально-творческая)	Производственная практика (практика по получению профессиональных умений и опыта в проектно-аналитической деятельности)	Производственная практика (преддипломная практика)
1	2	3	3	4
Форма проведения практики	рассредоточенная	концентрированная	концентрированная	концентрированная
Время проведения практики	1-2 курс, 2-3 семестр на очной форме обучения, 2курс на заочной форме обучения	1 курс, 2 семестр	2 курс, 4семестр по очной форме обучения; 1-3 курс по заочной форме обучения	4семестр для очной формы и 3 курс для заочной формы
Продолжительность, нед.	4	2	8	8
Общая трудоемкость: з.е./ч	216 часов (6 з.е)	108 часов (3 з.е.)	432 часа (12 з.е)	432 часа (12 з.е)
Места проведения	профильные организации / по месту трудовой деятельности / на кафедре	профильные организации / по месту трудовой деятельности / на кафедре	профильные организации / по месту трудовой деятельности / на кафедре	профильные организации / по месту трудовой деятельности / на кафедре

5. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИК

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 Регистру Минтруда)	Типы задач профессиональной деятельности	Задачи профессиональной деятельности	Объекты профессиональной деятельности (или области знания)
Связь, информационные и коммуникационные технологии	проектно-аналитическая	разработка и реализация стратегии продвижения веб-сайтов, интерактивных приложений, информационных ресурсов, товаров и услуг в ин-	коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», адресо-

Область профессиональной деятельности (по Реестру Минтруда)	Типы задач профессиональной деятельности	Задачи профессиональной деятельности	Объекты профессиональной деятельности (или области знания)
		формационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ванный разным целевым группам/группам общест-венности

5.1. Научно-исследовательская работа

Во время прохождения практики студент обязан:

Ознакомиться с:

- этапами и принципами производства планирования, организации и координации процесса создания медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов;
- основными тенденциями взаимодействия общественных и государственных институтов и принципами освещения деятельности общественных и государственных институтов в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах;
- методологией и технологией проведения социологических исследований в PR -сфере;
- методикой анализа и прогнозирования спроса на медиатексты и иные коммуникационные продукты, используя данные социологических исследований;
- принципами использования современных технических средств, цифровых инструментов и информационно-коммуникационных технологий в процессе медиапроизводства;
- закономерностями формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности (разработки и реализации коммуникационного продукта) с учетом принципов социальной ответственности;
- стратегиями командной работы.

Изучить:

- этапы и принципы производства (планирования, организации и координации процесса создания) медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов;
- основные тенденции взаимодействия общественных и государственных институтов и принципы освещения деятельности общественных и государственных институтов в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах;
- методологию и технологию проведения социологических исследований в PR -сфере с целью проведения анализа и прогнозирования спроса на медиатексты и иные коммуникационные продукты;
- принципы использования современных технических средств, цифровых инструментов и информационно-коммуникационных технологий в процессе медиапроизводства;
- закономерностями формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности (разработки и реализации коммуникационного продукта) с учетом принципов социальной ответственности;
- стратегии командной работы.

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

- проводить социологические исследования в PR -сфере с целью осуществления анализа и прогнозирования спроса на медиатексты и иные коммуникационные продукты;

- анализировать этапы и принципы планирования, организации и координации процесса создания медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов;
- определять основные тенденции взаимодействия общественных и государственных институтов и принципы освещения деятельности общественных и государственных институтов в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах;
- учитывать последствия профессиональной деятельности (разработки и реализации коммуникационного продукта) с учетом принципов социальной ответственности.

Собрать материал по теме индивидуального задания (выпускной квалификационной работы) для подготовки отчета по практике (написания статьи или тезисов доклада)

Примерные темы индивидуальных заданий:

1. Проведение комплексного анализа программ и проектов в сфере маркетинга и PR, реализуемых в учреждении / на предприятии.
2. Проведение комплексного исследования целевой аудитории с целью планирования, разработки и проведения проектной PR – деятельности.
3. Проведение комплексного исследования инструментов и каналов коммуникации с целью планирования, разработки и проведения проектной PR – деятельности
4. Определение методов оценки эффективного использования СМИ как инструмента продвижения общественной организации.
5. Разработка проекта PR – кампании с целью позиционирования социальной ответственности компании/организации, действующей в различных сферах (госструктура, коммерческая компания, общественная организация).
6. Определите принципы совершенствования телекоммуникационных технологий, обеспечивающих коммуникацию между участниками образовательного процесса.
7. Анализ и реализация технологий репутационного маркетинга в сети Интернет.
8. Разработка медиатекстов для госструктур и общественных организаций.
9. Разработка проекта презентационных мероприятий для поддержания имиджа компании с использованием современных – информационно-коммуникационных технологий.
10. Анализ эффективности рекламной и PR - деятельности компании для формирования информационно-коммуникативной среды.
11. Проанализируйте и охарактеризуйте медиатексты компании/организации с точки зрения его информационно коммуникационного потенциала.

Список контрольных вопросов для проведения промежуточной аттестации по итогам практики:

1. Определите стратегии и тактические приемы работы в малой группе.
2. Определите методы командной работы для достижения синергетического эффекта.
3. Каковы основные принципы разрешения конфликтных ситуаций при решении задач.
4. Определите основные принципы и этические нормы делового общения.
5. Определите этапы планирования и проведения дискуссии по заданной проблеме.
6. Каковы основные цели создания медиапродукта?
7. Определите специфические базовые характеристики медиапродукта и /или коммуникационного продукта.
8. В чем сущность интерактивности медиапродукта?
9. Опишите основные подходы к разработке медиапродукта и /или коммуникационного продукта.
10. Основные этапы планирования мероприятий для СМИ.
11. В чем состоит специфика продвижения проекта посредством сети Интернет.
12. Определите специфику форм существования информационного бизнеса.

13. Опишите основные особенности информации как товара.
14. Каковы основные проблемы во взаимодействии общественных и государственных институтов?
15. Определите принципы и методы продвижения госструктур посредством интернет-коммуникаций.
16. Определите принципы и методы продвижения общественных структур посредством интернет-коммуникаций.
17. В чем заключается специфика создания медиатекстов для госструктур и общественных организаций.
18. В чем проявляются основные тенденции развития российского и мирового культурного процесса.
19. Определите языковые технологии в медиакультуре.
20. В чем состоят характерные черты развития медиакультуры в эпоху глобализации.
21. Опишите основные этапы технологии разработки коммуникационных продуктов
22. Основные правовые нормы, регулирующие деятельность участников информационного процесса.
23. Проблемы правового регулирования в сфере массовых коммуникаций в XXI веке.
24. Охарактеризуйте основные современные информационно-коммуникационные технологии, используемые в процессе медиапроизводства.
25. Охарактеризуйте основные сложности в использовании современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий в процессе медиапроизводства.
26. Охарактеризуйте цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение, используемое в профессиональной деятельности PR – специалиста.
27. Охарактеризуйте основные виды программного обеспечения, используемого в профессиональной деятельности PR – специалиста.
28. Определите роль корпоративной социальной ответственности в формировании положительной репутации компании.
29. В чем проявляется социальная ответственность PR – специалиста.
30. Охарактеризуйте основные этические принципы деятельности PR – специалиста.
31. В чем состоит специфика организации и проведения социологических исследований в PR – сфере.
32. Охарактеризуйте основные этапы исследовательско-аналитической деятельности PR – специалиста.
33. Определите методы проведения анализа и прогнозирования спроса на медиа и коммуникационные продукты.
34. Основные методы исследования целевой аудитории в PR – сфере.

5.2. Производственная (профессионально-творческая) практика

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:

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 Интернет-коммуникаций как тренда современного развития компании.
5. Анализ и реализация технологий репутационного маркетинга в сети Интернет.
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.

Список контрольных вопросов для проведения промежуточной аттестации по итогам практики:

1. Назовите основные цели презентационной деятельности фирмы.
2. Каковы критерии выбора СМИ для продвижения компании на рынке?
3. Следует ли предприятию самому производить комплексное изучение рынка?
4. Почему имидж фирмы является средством ее рекламы?
5. В чем значимость неценовых факторов конкурентоспособности фирмы?

6. Принципы формирования бюджета на разработку и реализацию проекта в сфере маркетинга и PR
7. Определите принципы планирования, реализации и оценки качества проекта, с учетом возможных рисков
8. В чем заключаются риски реализации проекта в сфере связей с общественностью.
9. Какие каналы коммуникации с целевой аудиторией наиболее эффективны в сфере образования?
10. По каким параметрам определяется эффективность коммуникативного воздействия рекламы.
11. Какова методика тестирования запоминаемости сообщения.
12. Определите принципы медиа-планирования и связанные с ним характеристики медиа-носителей.
13. Определите критерии коммуникационной эффективности.
14. Определите этапы процесса разработки проекта в сфере маркетинга и PR
15. Определите процедуры и механизмы оценки качества проекта в сфере маркетинга и PR
16. Каковы инфраструктурные условия для внедрения результатов проекта.
17. Определите цели и задачи исследовательско-аналитической работы в сфере PR – деятельности.
18. Основные этапы проведение переговоров с целью выявления объекта продвижения и ожидаемых от продвижения результатов.
19. Основные проблемы при определении целей продвижения компании.
20. Основные этапы согласование договора на реализацию стратегии продвижения.
21. Определите методику составления PR-брифа как концептуальной и креативной основы коммуникативной стратегии продвижения проекта заказчика.
22. Определите современные технологии продвижения коммуникационного продукта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».
23. Определите основные стратегии и тактические приемы проведения деловых переговоров.
24. Виды и технология разработки технической, организационно-правовой, плановой, отчетной и договорной документации при проведении проектной деятельности.

5.3. Производственная (практика по получению профессиональных умений и опыта в проектно-аналитической деятельности)

Во время прохождения практики студент обязан:

Ознакомиться:

- коммуникационными стратегиями продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» для эффективного решения бизнес – задач;
- технологией разработки комплексного плана маркетинговых коммуникаций для продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;
- методикой мониторинга процесса продвижения с целью обеспечения эффективной реализации коммуникативной стратегии;
- принципами научного исследования в сфере рекламы и связей с общественностью, методами количественного и качественного анализа информационного поля, технологий проведения медиа-исследований, технологиями интерпретации данных, полученных при проведении научного исследования, основами прогнозирования развития коммуникационной сферы;

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;
- принципы разработки комплексного плана маркетинговых коммуникаций для продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
- 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:

1. Проведение комплексного анализа программ и проектов в сфере маркетинга и PR, реализуемых в учреждении / на предприятии.
2. Проведение комплексного исследования целевой аудитории с целью планирования, разработки и проведения проектной PR – деятельности.
3. Проведение комплексного исследования инструментов и каналов коммуникации с целью планирования, разработки и проведения проектной PR – деятельности
4. Определение методов оценки эффективного использования СМИ как инструмента продвижения общественной организации.
5. Разработка проекта оптимизации системы маркетинговых коммуникаций компании.
6. Разработка проекта эффективного использования СМИ как инструмента продвижения компании
7. Планирование, реализация и анализ эффективности проекта продвижения компании в сети Интернет
8. Разработка проекта презентационных мероприятий для поддержания имиджа компании с использованием современных – информационно-коммуникационных технологий.
9. Анализ эффективности рекламной и PR - деятельности компании
10. Разработка критериев оценки личностных и профессиональных качеств PR - специалиста исходя их функциональных обязанностей и целей организации.

Список контрольных вопросов для проведения промежуточной аттестации по итогам практики:

1. Охарактеризуйте методы интерпретации данных, полученных при проведении научного исследования.
2. Виды и способы научной обработки данных при проведении исследования в сфере PR.

3. Охарактеризуйте приемы и методы аргументации по формированию стратегий решения проблемных ситуаций в профессиональной деятельности.
4. Определите способы и методы оценки информации в аспекте надежности ее источников.
5. Определите типологию рисков в сфере интернет-коммуникаций.
6. Охарактеризуйте основные методологические приемы, определяющие сущность проблемной ситуации и связь между ними.
7. Определите приоритеты профессионального роста PR – специалиста.
8. Охарактеризуйте проблемы рынка труда в сфере рекламной и PR - деятельности.
9. Охарактеризуйте специфику технологии профессионально-личностного роста в сфере рекламной и PR - деятельности.
10. Основные методы определения эффективности деятельности PR – специалиста.
11. Определите этапы планирования маркетинговых коммуникаций в информационно- телекоммуникационной сети Интернет.
12. Охарактеризуйте методы оценки эффективности PR – мероприятий по продвижению компании.
13. Определите специфику использования различных технологий интернет – продвижения.
14. Опишите основные этапы коммуникативной стратегии продвижения компании.
15. Определите современные методы продвижения компании посредством интернет – коммуникаций.
16. Определите основные методологические приемы поиска информации, необходимой проведения научных исследований в сфере рекламы и связей с общественностью.
17. Охарактеризуйте методы количественного и качественного анализа информационного поля.
18. Проанализируйте основные технологии проведения медиа-исследований.
19. В чем состоит проблема анализа и интерпретации данных, полученных при проведении научного исследования.

5.4. Производственная практика (преддипломная практика)

Во время прохождения практики студент обязан:

Ознакомиться:

- с функционированием службы по рекламе и связям с общественностью, направлениями деятельности структурных подразделений службы, принципами реализации функциональных задач в PR - сфере;
- с программами и проектами в сфере маркетинга и PR, реализуемыми на предприятии/ в образовательном учреждении;
- с технологией организации и проведения переговорного процесса с заказчиком по вопросам реализации коммуникационного проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;
- спецификой реализации профессиональных навыков при работе, соответствующей 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:

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

2. Проведение комплекса исследовательско-аналитической деятельности с целью планирования, разработки и проведения проектной PR – деятельности.

3. Разработка стратегии обсуждения результатов исследовательской и проектной деятельности в различных формах деловой коммуникации (беседа, совещание, переговоры, пресс-конференция и т.д.)

4. Разработка проекта оптимизации системы маркетинговых коммуникаций компании.

5. Разработка проекта эффективного использования СМИ как инструмента продвижения компании

6. Анализ и реализация технологий репутационного маркетинга в сети Интернет.

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

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

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

10. Планирование, реализация и анализ эффективности проекта продвижения компании в сети Интернет

11. Разработка проекта презентационных мероприятий для поддержания имиджа компании с использованием современных – информационно-коммуникационных технологий.

12. Анализ эффективности рекламной и PR - деятельности компании.

13. Составление PR-брифа, отчета, стратегического плана проведения PR-мероприятия, брендбука и т.д.

Список контрольных вопросов для проведения промежуточной аттестации по итогам практики:

1. В чем специфика составления деловой документации в сфере PR – деятельности?
2. Охарактеризуйте основные этапы проведения презентационных мероприятий.
3. Определите специфику документационного обеспечения деловых коммуникаций.
4. Охарактеризуйте методику организации обсуждения результатов исследовательской и проектной деятельности в различных формах деловой коммуникации (беседа, совещание, переговоры, пресс-конференция и т.д.)
5. Виды и технология разработки технической, организационно-правовой, плановой, отчетной и договорной документации при проведении проектной деятельности.
6. Определите критерии коммуникационной эффективности.
7. Определите этапы процесса разработки проекта в сфере маркетинга и PR
8. Определите процедуры и механизмы оценки качества проекта в сфере маркетинга и PR
9. Каковы инфраструктурные условия для внедрения результатов проекта.
10. Основные этапы проведение переговоров с целью выявления объекта продвижения и ожидаемых от продвижения результатов.
11. Основные проблемы при определении целей продвижения компании.
12. Основные этапы согласование договора на реализацию стратегии продвижения.
13. Определите методику составления PR-брифа как концептуальной и креативной основы коммуникативной стратегии продвижения проекта заказчика.
14. Определите современные технологии продвижения коммуникационного продукта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».
15. Определите основные стратегии и тактические приемы проведения деловых переговоров.
16. Определите этапы планирования маркетинговых коммуникаций в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.
17. Охарактеризуйте методы оценки эффективности PR – мероприятий по продвижению компании.
18. Определите специфику использования различных технологий интернет – продвижения.
19. Опишите основные этапы коммуникативной стратегии продвижения компании.
20. Определите современные методы продвижения компании посредством интернет – коммуникаций.
21. Определите цели и задачи исследовательско-аналитической работы в сфере PR – деятельности.
22. Определите основные методологические приемы поиска информации, необходимой проведения научных исследований в сфере рекламы и связей с общественностью.
23. Охарактеризуйте методы количественного и качественного анализа информационного поля.
24. Проанализируйте основные технологии проведения медиа-исследований.
25. В чем состоит проблема анализа и интерпретации данных, полученных при проведении научного исследования
26. Охарактеризуйте методы интерпретации данных, полученных при проведении научного исследования.
27. Виды и способы научной обработки данных при проведении исследования в сфере PR.
28. Охарактеризуйте приемы и методы аргументации по формированию стратегий решения проблемных ситуаций в профессиональной деятельности.
29. Определите способы и методы оценки информации в аспекте надежности ее источников.

30. Определите типологию рисков в сфере интернет-коммуникаций.

31. Охарактеризуйте основные методологические приемы, определяющие сущность проблемной ситуации и связь между ними.

6. ФОРМЫ ОТЧЕТНОСТИ ПО ПРАКТИКЕ И ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ ОТЧЕТА

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 (Приложение 1);
- отчет студента по прохождению практики (Приложение 2);
- совместный рабочий график (план) проведения практики (Приложение 3);
- подтверждение с места практики (ответная часть бланка путевки) или характеристика (отзыв) руководителя практики от предприятия.

Форма промежуточной аттестации по практике – зачет /зачет с оценкой (преддипломная практика)

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.

При проведении промежуточной аттестации используются следующие **показатели оценивания компетенций:**

- 1) отзыв руководителя практики от предприятия о качестве работы студента в качестве практиканта и соблюдении учебной и трудовой дисциплины;
- 2) качество подготовки отчета, в том числе полнота изложения материала и соответствие заданной структуре и требованиям действующих стандартов;
- 3) качество выполнения индивидуального и группового задания на практику, в том числе умение грамотно и четко поставить задачу и провести поиск известных решений, уровень предлагаемых студентом собственных организационных и технических решений;
- 4) ответы на контрольные вопросы.

Основываясь на результатах обучения, разработана шкала оценивания для промежуточной аттестации по итогам практики.

Показатели оценивания	Шкала оценивания			
	1.Отсутствие усвоения	2.Неполное усвоение	3.Хорошее усвоение	4.Отличное усвоение
УК - 1				

Показатели оценивания	Шкала оценивания			
	1.Отсутствие усвоения	2.Неполное усвоение	3.Хорошее усвоение	4.Отличное усвоение
Уметь аргументированно анализировать стратегию решения проблемных ситуаций на основе системного и междисциплинарного подходов	Не умеет аргументированно анализировать стратегию решения проблемных ситуаций на основе системного и междисциплинарного подходов	Умеет аргументированно анализировать стратегию решения проблемных ситуаций на основе системного и междисциплинарного подходов, допускает значительные ошибки.	Умеет аргументированно анализировать стратегию решения проблемных ситуаций на основе системного и междисциплинарного подходов, допускает незначительные ошибки.	Умеет аргументированно анализировать стратегию решения проблемных ситуаций на основе системного и междисциплинарного подходов. В полной мере владеет необходимыми знаниями и умениями.
УК-2				
Уметь определять технологии разработки концепции проектов в рамках обозначенной проблемы	Не умеет определять технологии разработки концепции проектов в рамках обозначенной проблемы	Умеет определять технологии разработки концепции проектов в рамках обозначенной проблемы, но при выполнении практических заданий допускает значительные ошибки.	Умеет определять технологии разработки концепции проектов в рамках обозначенной проблемы, но при выполнении практических заданий допускает незначительные ошибки.	Умеет определять технологии разработки концепции проектов в рамках обозначенной проблемы. В полной мере владеет необходимыми знаниями и умениями.
Уметь определять принципы планирования, реализации и оценки качества проекта, с учетом возможных рисков	Не умеет определять принципы планирования, реализации и оценки качества проекта, с учетом возможных рисков	Умеет определять принципы планирования, реализации и оценки качества проекта, с учетом возможных рисков, но при выполнении практических заданий допускает значительные ошибки.	Умеет определять принципы планирования, реализации и оценки качества проекта, с учетом возможных рисков, но при выполнении практических заданий допускает незначительные ошибки.	Умеет определять принципы планирования, реализации и оценки качества проекта, с учетом возможных рисков. В полной мере владеет необходимыми знаниями и умениями.
УК - 3				
Уметь выработать стратегии командной работы	Не умеет выработать стратегии командной работы	умеет выработать стратегии командной работы, но при выполнении практических заданий допускает значительные ошибки.	умеет выработать стратегии командной работы, но при выполнении практических заданий допускает незначительные ошибки.	умеет выработать стратегии командной работы. В полной мере владеет необходимыми знаниями и умениями.
Уметь разрешать конфликты и противоречия при деловом общении на основе учета интересов всех сторон	Не умеет разрешать конфликты и противоречия при деловом общении на основе учета интересов всех сторон	Умеет разрешать конфликты и противоречия при деловом общении на основе учета интересов всех сторон, но при выполнении практических заданий допускает значительные ошибки.	Умеет разрешать конфликты и противоречия при деловом общении на основе учета интересов всех сторон, но при выполнении практических заданий допускает незначительные ошибки.	Умеет разрешать конфликты и противоречия при деловом общении на основе учета интересов всех сторон. В полной мере владеет необходимыми знаниями и умениями.
УК-4				

Показатели оценивания	Шкала оценивания			
	1.Отсутствие усвоения	2.Неполное усвоение	3.Хорошее усвоение	4.Отличное усвоение
Уметь использовать в практической деятельности современные коммуникационные технологии	Не умеет использовать в практической деятельности современные коммуникационные технологии	умеет использовать в практической деятельности современные коммуникационные технологии, но при выполнении практических заданий допускает значительные ошибки.	умеет использовать в практической деятельности современные коммуникационные технологии, но при выполнении практических заданий допускает незначительные ошибки.	умеет использовать в практической деятельности современные коммуникационные технологии. В полной мере владеет необходимыми знаниями и умениями.
Уметь составлять документацию для академических и профессиональных целей на русском и иностранном языке	Не умеет составлять документацию для академических и профессиональных целей на русском и иностранном языке	Умеет составлять документацию для академических и профессиональных целей на русском и иностранном языке, но при выполнении практических заданий допускает значительные ошибки.	Умеет составлять документацию для академических и профессиональных целей на русском и иностранном языке, но при выполнении практических заданий допускает незначительные ошибки.	Умеет составлять документацию для академических и профессиональных целей на русском и иностранном языке. В полной мере владеет необходимыми знаниями и умениями.
УК-6				
Уметь определять критерии профессионального роста с учетом профессионального опыта и требований рынка труда	Не умеет определять критерии профессионального роста с учетом профессионального опыта и требований рынка труда	Умеет определять критерии профессионального роста с учетом профессионального опыта и требований рынка труда, допускает значительные ошибки.	Умеет определять критерии профессионального роста с учетом профессионального опыта и требований рынка труда, допускает незначительные ошибки.	Умеет определять критерии профессионального роста с учетом профессионального опыта и требований рынка труда. В полной мере владеет необходимыми знаниями и умениями.
ОПК-1				
Уметь управлять процессом планирования, организации и координации создания востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов	Не умеет управлять процессом планирования, организации и координации создания востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов	Умеет управлять процессом планирования, организации и координации создания востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов, но при выполнении практических заданий допускает значительные ошибки.	Умеет управлять процессом планирования, организации и координации создания востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов, но при выполнении практических заданий допускает незначительные ошибки.	Умеет управлять процессом планирования, организации и координации создания востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов. В полной мере владеет необходимыми знаниями и умениями.
ОПК-2				
Уметь определять принципы освещения деятельности общественных и государственных и государственных	Не умеет определять принципы освещения деятельности общественных и государственных и государственных	Умеет определять принципы освещения деятельности общественных и государственных и государственных	Умеет определять принципы освещения деятельности общественных и государственных и государственных	Умеет определять принципы освещения деятельности общественных и государственных и государственных

Показатели оценивания	Шкала оценивания			
	1.Отсутствие усвоения	2.Неполное усвоение	3.Хорошее усвоение	4.Отличное усвоение
ственных институтов в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ственных институтов в создаваемых медиа и (или) коммуникационных продуктах	ственных институтов в создаваемых медиа и (или) коммуникационных продуктах, но при выполнении практических заданий допускает значительные ошибки.	ных и государственных институтов в создаваемых медиа и (или) коммуникационных продуктах, но при выполнении практических заданий допускает незначительные ошибки.	ственных институтов в создаваемых медиа и (или) коммуникационных продуктах. В полной мере владеет необходимыми знаниями и умениями.
ОПК-3				
Уметь определять принципы и методы создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов с учетом достижений отечественной и мировой культуры	Не умеет определять принципы и методы создания медиа и (или) коммуникационных продуктов с учетом достижений отечественной и мировой культуры	Умеет определять принципы и методы создания медиа и (или) коммуникационных продуктов с учетом достижений отечественной и мировой культуры, но при выполнении практических заданий допускает значительные ошибки.	Умеет определять принципы и методы создания медиа и (или) коммуникационных продуктов с учетом достижений отечественной и мировой культуры, но при выполнении практических заданий допускает незначительные ошибки.	Умеет определять принципы и методы создания медиа и (или) коммуникационных продуктов с учетом достижений отечественной и мировой культуры. В полной мере владеет необходимыми знаниями и умениями.
ОПК-4				
Уметь анализировать методологию и технологию проведения социологических исследований в PR - сфере	Не умеет анализировать методологию и технологию проведения социологических исследований в PR - сфере	умеет анализировать методологию и технологию проведения социологических исследований в PR -сфере, но при выполнении практических заданий допускает значительные ошибки.	умеет анализировать методологию и технологию проведения социологических исследований в PR -сфере, но при выполнении практических заданий допускает незначительные ошибки.	умеет анализировать методологию и технологию проведения социологических исследований в PR -сфере. В полной мере владеет необходимыми знаниями и умениями.
Уметь анализировать и прогнозировать спрос на медиатексты и иные коммуникационные продукты, используя данные социологических исследований	Не умеет анализировать и прогнозировать спрос на медиатексты и иные коммуникационные продукты, используя данные социологических исследований	Умеет анализировать и прогнозировать спрос на медиатексты и иные коммуникационные продукты, используя данные социологических исследований, но при выполнении практических заданий допускает значительные ошибки.	Умеет анализировать и прогнозировать спрос на медиатексты и иные коммуникационные продукты, используя данные социологических исследований, но при выполнении практических заданий допускает незначительные ошибки.	Умеет анализировать и прогнозировать спрос на медиатексты и иные коммуникационные продукты, используя данные социологических исследований. В полной мере владеет необходимыми знаниями и умениями.
ОПК-5				
Уметь оценивать технологию разра-	Не умеет оценивать технологию разработки	Умеет оценивать технологию разработки	Умеет оценивать технологию раз-	Умеет оценивать технологию разра-

Показатели оценивания	Шкала оценивания			
	1.Отсутствие усвоения	2.Неполное усвоение	3.Хорошее усвоение	4.Отличное усвоение
ботки коммуникационных продуктов с учетом условий функционирования и правового регулирования конкретной медиакоммуникационной системы	коммуникационных продуктов с учетом условий функционирования и правового регулирования конкретной медиакоммуникационной системы	коммуникационных продуктов с учетом условий функционирования и правового регулирования конкретной медиакоммуникационной системы, но при выполнении практических заданий допускает значительные ошибки.	работки коммуникационных продуктов с учетом условий функционирования и правового регулирования конкретной медиакоммуникационной системы, но при выполнении практических заданий допускает незначительные ошибки.	ботки коммуникационных продуктов с учетом условий функционирования и правового регулирования конкретной медиакоммуникационной системы. В полной мере владеет необходимыми знаниями и умениями.
ОПК-6				
Владеть навыками использования современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий в процессе медиапроизводства	не владеет навыками использования современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий в процессе медиапроизводства	владеет навыками использования современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий в процессе медиапроизводства. .Возможность применения теоретических знаний в практической профессиональной деятельности логически не обосновывает.	владеет навыками использования современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий в процессе медиапроизводства. Не полностью освоены методы применения теоретических знаний в практической работе	владеет навыками использования современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий в процессе медиапроизводства. Свободно применяет теоретические знания в практической работе
ОПК-7				
Уметь разрабатывать коммуникационный продукт с учетом принципов социальной ответственности	Не умеет разрабатывать коммуникационный продукт с учетом принципов социальной ответственности	Умеет разрабатывать коммуникационный продукт с учетом принципов социальной ответственности, но при выполнении практических заданий допускает значительные ошибки.	Умеет разрабатывать коммуникационный продукт с учетом принципов социальной ответственности, но при выполнении практических заданий допускает незначительные ошибки.	Умеет разрабатывать коммуникационный продукт с учетом принципов социальной ответственности. В полной мере владеет необходимыми знаниями и умениями.
Владеть навыками анализа закономерностей формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, принципов реализации социальной ответственности -	не владеет навыками анализа закономерностей формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, принципов реализации социальной ответственности -	владеет навыками анализа закономерностей формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, принципов реализации социальной ответственности -. .Возможность применения теоретических знаний в практической профессиональной деятельности логически не обосновывает.	владеет навыками анализа закономерностей формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, принципов реализации социальной ответственности -. Не полностью освоены методы применения теоретических знаний в практической профессиональной деятельности логически не обосновывает.	владеет навыками анализа закономерностей формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, принципов реализации социальной ответственности -. Свободно применяет теоретические знания в практической работе

Показатели оценивания	Шкала оценивания			
	1.Отсутствие усвоения	2.Неполное усвоение	3.Хорошее усвоение	4.Отличное усвоение
		гически не обосновывает.	ретических знаний в практической работе	
ПКС-1				
Уметь разрабатывать PR-бриф как концептуальную и креативную основу коммуникативной стратегии продвижения проекта заказчика	Не умеет разрабатывать PR-бриф как концептуальную и креативную основу коммуникативной стратегии продвижения проекта заказчика	умеет разрабатывать PR-бриф как концептуальную и креативную основу коммуникативной стратегии продвижения проекта заказчика, но при выполнении практических заданий допускает значительные ошибки.	умеет разрабатывать PR-бриф как концептуальную и креативную основу коммуникативной стратегии продвижения проекта заказчика, но при выполнении практических заданий допускает незначительные ошибки.	умеет разрабатывать PR-бриф как концептуальную и креативную основу коммуникативной стратегии продвижения проекта заказчика. В полной мере владеет необходимыми знаниями и умениями.
Уметь разрабатывать технологии продвижения коммуникационного продукта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» с учетом ожиданий заказчика	Не умеет разрабатывать технологии продвижения коммуникационного продукта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» с учетом ожиданий заказчика	Умеет разрабатывать технологии продвижения коммуникационного продукта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» с учетом ожиданий заказчика, но при выполнении практических заданий допускает значительные ошибки.	Умеет разрабатывать технологии продвижения коммуникационного продукта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» с учетом ожиданий заказчика, но при выполнении практических заданий допускает незначительные ошибки.	Умеет разрабатывать технологии продвижения коммуникационного продукта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» с учетом ожиданий заказчика В полной мере владеет необходимыми знаниями и умениями.
Уметь осуществлять эффективную коммуникацию с заказчиком в соответствии с принципами ведения деловых переговоров	Не умеет осуществлять эффективную коммуникацию с заказчиком в соответствии с принципами ведения деловых переговоров	Умеет осуществлять эффективную коммуникацию с заказчиком в соответствии с принципами ведения деловых переговоров, но при выполнении практических заданий допускает значительные ошибки.	Умеет осуществлять эффективную коммуникацию с заказчиком в соответствии с принципами ведения деловых переговоров, но при выполнении практических заданий допускает незначительные ошибки.	Умеет осуществлять эффективную коммуникацию с заказчиком в соответствии с принципами ведения деловых переговоров. В полной мере владеет необходимыми знаниями и умениями.
ПКС-2				
Уметь разрабатывать комплексный план маркетинговых коммуникаций для продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	Не умеет разрабатывать комплексный план маркетинговых коммуникаций для продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	Умеет разрабатывать комплексный план маркетинговых коммуникаций для продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», но при выполнении практических заданий	разрабатывать комплексный план маркетинговых коммуникаций для продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», но	Умеет разрабатывать комплексный план маркетинговых коммуникаций для продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». В полной мере владеет необходимыми

Показатели оценивания	Шкала оценивания			
	1.Отсутствие усвоения	2.Неполное усвоение	3.Хорошее усвоение	4.Отличное усвоение
		допускает значительные ошибки.	при выполнении практических заданий допускает незначительные ошибки.	знаниями и умениями.
Уметь проводить мониторинг процесса продвижения с целью обеспечения эффективной реализации коммуникативной стратегии	Не умеет проводить мониторинг процесса продвижения с целью обеспечения эффективной реализации коммуникативной стратегии	Умеет проводить мониторинг процесса продвижения с целью обеспечения эффективной реализации коммуникативной стратегии, допускает значительные ошибки.	Умеет проводить мониторинг процесса продвижения с целью обеспечения эффективной реализации коммуникативной стратегии, допускает незначительные ошибки.	Умеет проводить мониторинг процесса продвижения с целью обеспечения эффективной реализации коммуникативной стратегии. В полной мере владеет необходимыми знаниями и умениями.
ПКС-3				
Уметь определять методы количественного и качественного анализа информационного поля, технологии проведения медиа-исследований	Не умеет определять методы количественного и качественного анализа информационного поля, технологии проведения медиа-исследований	Умеет определять методы количественного и качественного анализа информационного поля, технологии проведения медиа-исследований, но при выполнении практических заданий допускает значительные ошибки.	Умеет определять методы количественного и качественного анализа информационного поля, технологии проведения медиа-исследований, но при выполнении практических заданий допускает незначительные ошибки.	Умеет определять методы количественного и качественного анализа информационного поля, технологии проведения медиа-исследований. В полной мере владеет необходимыми знаниями и умениями.
Уметь обрабатывать и интерпретировать данные, полученные при проведении научного исследования, применять принципы прогнозирования развития коммуникационной сферы	Не умеет обрабатывать и интерпретировать данные, полученные при проведении научного исследования, применять принципы прогнозирования развития коммуникационной сферы	Умеет обрабатывать и интерпретировать данные, полученные при проведении научного исследования, применять принципы прогнозирования развития коммуникационной сферы, допускает значительные ошибки.	Умеет обрабатывать и интерпретировать данные, полученные при проведении научного исследования, применять принципы прогнозирования развития коммуникационной сферы, допускает незначительные ошибки.	Умеет обрабатывать и интерпретировать данные, полученные при проведении научного исследования, применять принципы прогнозирования развития коммуникационной сферы. В полной мере владеет необходимыми знаниями и умениями.
ПК-4				
Осваивает цифровые технологии математического и информационного модели используемых процессов, явлений и объектов, относящихся к профессиональной деятельности.	Не способен грамотно и логически верно излагать и использовать теоретический материал. Не способен определить причинно-следственные связи. Не может ответить на уточняющие вопросы преподавателя.	Способен усвоить теоретические знания, но знания неглубокие, поверхностные. При выполнении практических заданий допускает значительные ошибки.	Способен анализировать изученный теоретический материал, но допускает незначительные ошибки. Отвечает на уточняющие вопросы неполно/некорректно.	Имеет глубокие знания всего материала дисциплины; изложение полученных знаний полное, системное; допускаются единичные ошибки, самостоятельно исправляемые при собеседовании
Оценка	Не зачтено	Зачтено	Зачтено	Зачтено

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

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.-Петерб. 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_prakti/
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	1. 2676530.pdf - Яндекс.Документы (yandex.ru)

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 реклам-	Белгород. ун-т	1

		ного видео: учебник и практикум для академ. бакалавриата	кооперации, экономики и права. – М., 2019. – 177 с. Гриф: УМО ВО	
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	/
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_control_yspev.pdf

Положение о практической подготовке обучающихся, осваивающих образовательные программы высшего образования в НГТУ

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

8.4. Ресурсы сети «Интернет»:

Ресурсы системы федеральных образовательных порталов

1. Федеральный образовательный портал. Экономика. Социология. Менеджмент: <http://ecsosman.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>

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

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

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ НА _____ ПРАКТИКУ
(вид, тип практики)

Студента гр. _____ Ф.И.О. _____

Направление подготовки/специальность: _____
код и наименование направления подготовки

Образовательная программа _____

Место прохождения практики _____
(название предприятия или лаборатории, подразделения вуза)

Время прохождения практики

Дата начала практики « ____ » _____ 20 ____ г.

Дата окончания практики « ____ » _____ 20 ____ г.

Тема индивидуального задания: *(для преддипломной практики индивидуальные задания должны соответствовать темам выпускных квалификационных работ (ВКР))*

Содержание практики

Во время прохождения практики студент обязан:

Ознакомиться: _____

Изучить: _____

Выполнить следующие виды работ по приобретению практических навыков:

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

Должность на практике _____

(практикант, стажер, помощник, конкретная должность)

Планируемые результаты обучения при прохождении практики

Планируемые результаты освоения образовательной программы	Планируемые результаты обучения при прохождении практики		
Код компетенции	Знать	Уметь	Владеть

Результаты освоения обучающимся компетенций при прохождении практики оцениваются по итогам защиты отчета по прохождению практики, с учетом выполнения индивидуального задания и отзыва (характеристики) о прохождении практики на предприятии.

Руководитель практики от кафедры

_____ Ф.И.О.
(ученые звание и степень) (подпись)

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель практики от предприятия

_____ Ф.И.О.
(должность) (подпись)

Задание на практику получил:

Студент _____
(подпись) (ФИО)

« ___ » _____ 20__ г.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

Институт _____
Кафедра _____

ОТЧЕТ
(14 пт)

по прохождению _____ практики
(вид практики – учебной, производственной)
(указать тип практики)

Направление подготовки/специальность: _____
код и наименование направле-
ния подготовки

Образовательная программа: _____

Выполнил:

Студент гр. _____ Ф.И.О.
(группа) (подпись практиканта)

Руководитель практики
от профильной организации

_____ Ф.И.О.
(должность) (подпись, печать пред-

приятия)

Руководитель практики от кафедры

_____ Ф.И.О.
(ученые звание и степень) (подпись)

Отчет защищен с оценкой: _____

Дата защиты «__» _____ 20__ г.

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.

Содержание

1. Индивидуальное задание на практику
2. Совместный рабочий график (план) проведения практики
3. Основная часть отчета
4. Заключение
5. Список использованных источников и литературы

Приложения

**СОВМЕСТНЫЙ РАБОЧИЙ ГРАФИК (ПЛАН)
ПРОВЕДЕНИЯ _____ ПРАКТИКИ**
(вид, тип практики)

Студента гр. _____ Ф.И.О. _____

№№ п/п	Разделы (этапы) практики	Сроки выпол- нения с _____ по _____	Отметка о вы- полнении (подпись ру- ководителя практики*)
1.	Подготовительный (организационный) этап		
1.1.	Проведение собрания студентов; получение индивидуального задания и путевки на практику		
1.2.	Оформление пропуска на предприятие		
1.3.	Прохождение инструктажа по технике безопасности		
2.	Производственный этап (примерный)		
2.1.	Знакомство со структурой предприятия, его подразделениями, цехами, отделами		
2.2.	Знакомство с научно-исследовательской деятельностью предприятия.		
2.3.	Знакомство с организацией производственных и технологических процессов		
2.4.	Знакомство работой подразделения (отдела, цеха – <i>указать конкретное подразделение предприятия</i>)		
2.5.	Приобретение навыков работы в должности (<i>указать</i>)		
2.6.	Выполнение индивидуального задания:		
	1. <i>Краткое содержание выполненной работы (по дням)</i>		
	2.		
	3.		
	...		
3.	Заключительный этап		
3.1.	Анализ и обобщение полученной информации		
3.2.	Написание отчета по практике		

* На этапах 1.1, 3.1, 3.2 отметку о выполнении ставит руководитель практики от кафедры, на этапах 1.2, 1.3, 2 – руководитель практики от предприятия.

Руководитель практики от кафедры

_____ Ф.И.О.
(ученые звание и степень) _____ (подпись)

Руководитель практики от профильной организации

_____ Ф.И.О.
(должность) _____ (подпись)

Основная часть отчета

Структура и содержание основной части отчета определяется содержанием практики, определенным в программе практики по конкретной ОП, и индивидуальным заданием на практику.

Основная часть отчета может содержать:

- 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;
- изложение спорных вопросов, которые возникли по конкретным вопросам, и их решение.
- характеристику информационно-программных продуктов, необходимых для прохождения практики;
- практические результаты, полученные студентом в процессе выполнения индивидуального задания;
- анализ полученных результатов (их необходимо подкрепить графическими материалами, таблицами в приложении).

Заключение

1. Заключение отчета по практике подводит итог проведенной работе, содержит выводы о практической значимости для себя проведенного вида практики, предложения и рекомендации по совершенствованию, сделанные в ходе практики:

2. В результате прохождения _____ практики были
(наименование практики)
приобретены следующие практические навыки и умения:

(указываются знания, умения, навыки, соответствующие компетенциям, из программы практики по конкретной ОП, приобретенные в ходе практики).

Список использованных источников

Может содержать библиографический список, список отчетов, проектов, нормативно-правовых документов, монографические, публицистические, статистические источники, а также Интернет-ресурсы, использованные при прохождении практики и составлении отчета.

Приложения

В приложении приводятся графики, таблицы, чертежи, схемы, копии документов, статистические данные, результаты интервьюирования, анкетирования и проч. Каждое приложение следует начинать с новой страницы, нумеровать по возрастанию: 1,2, 3 и т.д. либо в алфавитном порядке. Вверху пишется слово «Приложение». Приложения выносятся после списка использованных источников.