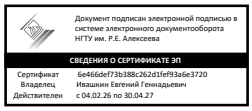
МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

Институт экономики и управления (ИНЭУ)
(Полное и сокращенное название института, реализующего данное направление)

Выпускающая кафедра Связи с общественностью, маркетинг и коммуникации
наименование кафедры



УТВЕРЖДАЮ:
Директор института ИНЭУ
_____ Митяков С.Н.
(подпись) (ф. и. о.)
«__10__»_____июня_____ 2023 г.

Рабочая программа Производственная практика
(вид практики)
Б2.П.1 Профессионально -творческая практика
(тип практики)

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность: Продвижение средств массовой информации

профиль/программа/специализация

Квалификация выпускника: ***бакалавр***

очная, заочная **форма обучения**

г. Нижний Новгород, 2023 г.

Лист согласования рабочей программы практики

Разработчик рабочей программы профессионально-творческой практики
(вид, тип практики)
Доцент, к.э.н. кафедры СОМиК Зайцева Е.А.

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

Протокол заседания от 16.06.2023 № 6
Заведующий кафедрой Зайцева Е.А.

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

Протокол заседания от «20»06.2023г. № 5

СОГЛАСОВАНО:
Заведующий отделом комплектования НТБ _____Н.И. Кабанина
(подпись) *Ф.И.О.*

Рабочая программа практики зарегистрирована в ОПиТ под номером РППб-42/2023_____

Начальник ОПиТ _____Е.В. Троицкая 20.06.2023_____
(дата)

Рабочая программа практики согласована с профильными организациями:
1) ООО «Информационное агентство «Нижний Сейчас»
(название организации)
Раков С.В., директор
(Ф.И.О., должность представителя организации) *(подпись)* *(дата)*

2) «АИФ Нижний Новгород»
(название организации)
Старцева Е.А., Коммерческий директор
(Ф.И.О., должность представителя организации) *(подпись)* *(дата)*

ОГЛАВЛЕНИЕ

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

1. Вид и форма проведения практики

Вид практики – *производственная*
Тип практики – *профессионально-творческая*

Форма проведения практики – дискретно: *концентрированная в семестре*

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

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

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

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

		поставленной цели. **ИУК-3.2**. При реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников.	- использовать методы социального взаимодействия(ИУК-3.1); - определять свою роль работы в команде (ИУК-3.2). **Владеть:** - навыками социального взаимодействия (ИУК-3.1); -реализовывать свою роль работы в команде(ИУК-3.2).
ПКС-1	Способен использовать современные информационно-коммуникационные технологии (в том числе интернет-технологии) и специализированные программные продукты для поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ; находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа; составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового / социологического исследования	**ИПКС-1.1.**Использует современные информационно-коммуникационные технологии (в том числе интернет-технологии) и специализированные программные продукты для поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ **ИПКС-1.2.**Применяет количественные методы анализа, анализирует и интерпретирует полученные данные **ИПКС-1.3.**Применяет качественные методы анализа, анализирует и интерпретирует полученные данные	**Знать:** - типы и виды коммуникативных кампаний и мероприятий (ИПКС-1.1); - количественные методы анализа (ИПКС-1.2); - качественные методы анализа (ИПКС-1.3); - этапы осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий (ИПКС-1.4). **Уметь:** - под контролем осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия(ИПКС-1.1); - применять количественные методы анализа (ИПКС-1.2); - применять качественные методы анализа (ИПКС-1.3); - составлять аналитические отчеты (ИПКС-1.4). **Владеть:** - под контролем осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия(ИПКС-1.1); - количественными методами анализа (ИПКС-1.2.); - качественными методами анализа (ИПКС-1.3); - методами составления аналитических отчетов (ИПКС-1.4).
ПКС-2	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной корпоративной социальной ответственности	**ИПКС-2.1.** Определяет морально-этические принципы профессиональной деятельности	**Знать:** - методы построения профессиональной деятельности на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности (ИПКС-2.1). **Уметь:** - организовывать работу на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности(ИПКС-2.1). **Владеть:** - навыками работы на основе принципов открытости, доверия и корпоративной

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

			организации, а также во внешней среде, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации (ИПКС-6.3). **Владеть:** - в профессиональной деятельности выявлять основные особенности внутренней и внешней коммуникации СМИ (ИПКС-6.1); - осуществлять коммуникационное взаимодействие с учетом этнокультурных, исторических и религиозных традиций коммуникантов (ИПКС-6.2); - создавать эффективную коммуникацию внутри организации, а также во внешней среде, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации (ИПКС-6.3).

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

Прохождение профессионально-творческой *практики позволит выпускнику*

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

(наименование ОТФ)

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

3. Место профессионально-творческой практики в структуре ОП

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

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

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

Код и формулировка компетенций	Наименование дисциплин и практик. Коды индика																
	Б1.Б1.11 Психология	*Б1.Б2.1 История*	*Б1.Б1.5Философия*	*Б2.У1Профессионально-ознакомит.практика*	*Б1.Б1.6 История и философия науки*	*Б1.Б1.7Социальная философия конфликта*	*Б1.Б1.9 Социология религии*	*Б1.Б1.3 Политология*	*Б1.Б1.1 Социология*	*Б1.В.ДВ2.1Управление имиджем СМИ*	*Б1.В.ДВ2.2Философия имиджевой деятельности и развитие клиентурных отношений*	*Б2.У1 Профессионально-оознакомительная практика*	*Б1.В.ОД.3Количественные исследовании СМИ*	*Б1.В.ДВ3.1 Управление репутацией СМИ*	*Б1.В.ДВ3.2 Репутационный менеджмент СМИ*	*Б1.В.ОД.6 Специальные и корпоративные мероприятия*	*ФТД.1 Семиотика*
	1 семестр		*2 семестр*		*3 семестр*			*4 семестр*					*5 семестр*				
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач		***ИУК-1.1***	***ИУК-1.1***	***ИУК-1.1***	***ИУК-1.1***	***ИУК-1.1***		***ИУК-1.1***				***ИУК-1.1***					
УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	***ИУК-3.1 ИУК-3.2***					***ИУК-3.1 ИУК-3.2***	***ИУК-3.1 ИУК-3.2***		***ИУК-3.1 ИУК-3.2***								
ПКС-1Способен использовать современные информационно-коммуникационные технологии (в том числе интернет-технологии) и специализированные программные продукты для поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ; находить и анализировать необходимую													***ИПКС-1.1 ИПКС-1.2 ИПКС-1.3***				

информацию, применять количественные и качественные методы анализа; составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового / социологического исследования																	
ПКС-2 Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности										***ИПКС-2.1***	***ИПКС-2.1***			***ИПКС-2.1***	***ИПКС-2.1***		
ПКС-3 Способен выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей на рынке продукции СМИ																	
ПКС-6 Способен организовывать проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия										***ИПКС-6.1 ИПКС-6.2***	***ИПКС-6.1 ИПКС-6.2***			***ИПКС-6.1 ИПКС-6.2***	***ИПКС-6.1 ИПКС-6.2***	***ИПКС-6.1 ИПКС-6.2***	***ИПКС-6.1 ИПКС-6.2***

Дисциплины, участвующие в формировании компетенций УК-1, УК-3, ПКС-1, ПКС-2, ПКС-3, ПКС-6 вместе с производственно-творческой практикой, заочная форма обучения

Код и	Наименование дисциплин и практик. Коды индика

формулировка компетенций	*Б1.Б1.11 Психология*	*Б1.Б2.1 История*	*Б1.Б1.5Философия*	*Б1.Б1.6 История и философия науки*	*Б2.У1Профессионально-ознакомит.практика*	*Б1.Б1.7Социальная философя конфликта*	*Б1.Б1.9 Социология религии*	*Б1.Б1.3 Политология*	*Б1.Б1.1 Социология*	*Б1.В.ДВ2.1Управление имиджем СМИ*	*Б1.В.ДВ2.2Философия имиджевой деятельности и развитие клиентурных отношений*	*Б2.У1 Профессионально-ознакомительная практика*	*Б1.В.ОД.3Количественные исследовании СМИ*	*Б1.В.ДВ.3.1 Управление репутацией СМИ*	*Б1.В.ДВ.3.2 Репутационный менеджмент СМИ*	*ФТД.1Семиотика рекламного текста*	*Б1.В.ОД.6 Специальные и корпоративные мероприятия*
	1 курс				*2 курс*					*3 курс*							
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач		***ИУК-1.1***	***ИУК-1.1***	***ИУК-1.1***	***ИУК-1.1***	***ИУК-1.1***		***ИУК-1.1***				***ИУК-1.1***					
УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	***ИУК-3.1 ИУК-3.2***					***ИУК-3.1 ИУК-3.2***	***ИУК-3.1 ИУК-3.2***		***ИУК-3.1 ИУК-3.2***								
ПКС-1Способен использовать современные информационно-коммуникационные технологии (в том числе интернет-технологии) и специализированные программные продукты для поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ; находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа; составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового / социологического исследования													***ИПКС-1.1 ИПКС-1.2 ИПКС-1.3***				
ПКС-2 Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и										***ИПКС-2.1***	***ИПКС-2.1***			***ИПКС-2.1***	***ИПКС-2.1***		

корпоративной социальной ответственности																	
ПКС-3 Способен выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей на рынке продукции СМИ																	
ПКС-6 Способен организовывать проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия										***ИПКС-6.1 ИПКС-6.2***	***ИПКС-6.1 ИПКС-6.2***			***ИПКС-6.1 ИПКС-6.2***	***ИПКС-6.1 ИПКС-6.2***	***ИПКС-6.1 ИПКС-6.2***	***ИПКС-6.1 ИПКС-6.2***

3.2. Входные требования, необходимые для освоения программы профессионально-творческой практики:

Знать:

- методы поиска, критического анализа и синтеза информации, системный подход для решения поставленных задач в медиакоммуникационной сфере
- методы социального взаимодействия
- роли работы в команде
- типы и виды коммуникативных кампаний и мероприятий
- количественные методы анализа
- качественные методы анализа
- этапы осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий
- методы построения профессиональной деятельности на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности
- типы потребительского спроса СМИ
- критерии сегментации целевой аудитории СМИ
- характеристики целевой аудитории СМИ
- особенности организации и обеспечения внешней и внутренней коммуникации СМИ
- особенности формирования и функционирования коммуникационного взаимодействия с учетом этнокультурных, исторических и религиозных традиций коммуникантов
- теорию и практику коммуникации

Уметь:

- проводить поиск, критический анализ и синтез информации, системный подход для решения поставленных задач медиакоммуникационной сфере
- использовать методы социального взаимодействия
- определять свою роль работы в команде
- под контролем осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия
- применять количественные методы анализа
- применять качественные методы анализа

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

Владеть:

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

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

4. Объем практики

4.1. Продолжительность практики – 8 недель (2 недели и 6 недель)
Общая трудоемкость (объем) практики составляет 12 зачетных единиц, 432 академических часа

4.2. Этапы практики
График профессионально-творческой практики при прохождении практики в профильной организации

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

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

График профессионально-творческой практики
при прохождении практики на кафедре

№№ п/п	**Этапы практики**	**Трудоемкость в часах**	
		Контактная работа с рук-лем от кафедры	*Самостоятельная работа студента*
1.	**Подготовительный (организационный) этап**		
1.1.	Проведение собрания студентов; выдача индивидуальных заданий	**8**	***8***
1.2.	Ознакомление студентов с программой практики		
1.3.	Разработка рабочего графика (плана) проведения практики	**24**	
1.4.	Прохождение инструктажа по охране труда, техники безопасности, пожарной безопасности и производственной	**8**	

	санитарии		
2.	**Основной этап**		
2.1	Знакомство с организацией и функционированием службы по рекламе и связям с общественностью	**8**	**8**
2.2	Анализ программ и проектов в сфере маркетинга и PR, реализуемых в образовательном учреждении	**8**	**48**
2.3	Участие в разработке разного рода профессиональной документации, используя правила ее создания, редактирования и оформления	**16**	**40**
2.4.	Участие в проектировании программ и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, анализ методов и средств реализации этих программ	**16**	**32**
2.5.	Приобретение навыков работы в должности (специалиста по рекламе и маркетингу, интернет- маркетолога, PR - специалиста)	**8**	**32**
2.6	Выполнение индивидуального задания	**8**	**64**
3.	**Заключительный этап**		
3.1	Анализ и обобщение полученной информации, консультации с руководителем практики от кафедры	**8**	**32**
3.2	Формирование отчетной документации, написание отчета по практике		**40**
3.3.	Защита отчета по практике	**8**	
	ИТОГО:	**128**	**304**
	ИТОГО ВСЕГО:	**432**	

5. Содержание профессионально-творческой практики

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

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

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

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

Основные места проведения практики:

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

- АиФ в Нижнем Новгороде;
- ПАО «ВымпелКом»;

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

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

Во время прохождения практики студент обязан:

Ознакомиться:

- с организацией и функционированием службы по рекламе и связям с общественностью

— с программами и проектами в сфере маркетинга и PR, реализуемыми на предприятии/ в образовательном учреждении;

— методами и принципами работы в должности (специалиста по рекламе и маркетингу, интернет- маркетолога, PR- специалиста);

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

Изучить

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Примерные темы индивидуальных заданий(*Перечислить*):

1. Проведение комплексного анализа программ и проектов в сфере маркетинга и PR, реализуемых в учреждении / на предприятии.
2. Разработка проекта оптимизации системы маркетинговых коммуникаций компании.
3. Разработка проекта эффективного использования СМИ как инструмента продвижения компании
4. Разработка технологии продвижения СМИ
5. Анализ и реализация технологий репутационного маркетинга в СМИ.
6. Контент-маркетинг как технология формирования эффективных коммуникаций с целевой аудиторией.
7. Анализ деятельности компании в сфере рекламы и разработка рекламных мероприятий для эффективного функционирования информационно-коммуникативной среды компании
8. Разработка проекта презентационных мероприятий для поддержания имиджа компании.
9. Использование онлайн - инструментов продвижения компании и формирования ее позитивного имиджа.

6. Формы отчетности по практике

Организация проведения практик, предусмотренных ОП ВО, осуществляется на основе договоров о практической подготовке обучающихся между НГТУ и профильными организациями, деятельность которых соответствует профессиональным компетенциям, осваиваемым в рамках ОП ВО.

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

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

Отчетные документы по практике включают в себя:

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

Форма промежуточной аттестации по практике – зачет и зачет с оценкой

Требования к содержанию и оформлению отчета

Отчет по практике должен включать:

1. Краткую характеристику компетенций (универсальных, общепрофессиональных и профессиональных), формируемых у студента в результате прохождения практики, выраженную в форме необходимых практических навыков, умений и знаний.
2. Индивидуальное задание на практику, которое разрабатывается в совместно с руководителем от кафедры.
3. Место и время прохождения практики.
4. Должность студента, в которой он проходил практику.
5. Календарный график и программа практики.
6. Содержательную часть, которая соответствует индивидуальному заданию и требованиям программы практики:
   - характеристику организации в целом и непосредственно самого отдела, в котором студент практиковался, его должностные обязанности.
   - описание организации работы в процессе практики;
   - описание выполненной работы по разделам программы практики;
   - описание практических задач, решаемых студентом за время прохождения практики;
   - указания на затруднения, которые возникли при прохождении практики;
   - характеристику информационно-программных продуктов, необходимых для прохождения практики;
   - практические результаты, полученные студентом в процессе выполнения индивидуального задания;
   - анализ полученных результатов.
7. В заключении приводится краткая характеристика практических навыков и умений, соответствующих компетенциям из программы практики по конкретной ОПОП, приобретенных в ходе практики.

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

Сроки и формы проведения защиты отчета

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

Отчеты проверяет *руководитель практики от выпускающей кафедры*.

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

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

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

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

7. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации по практике

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

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

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

8.1. Основная литература

№ п/п	Автор (ы)	Заглавие	Издательство, год издания, гриф	Количество экземпляров в библиотеке
1	Семѐнова, 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.my-shop.ru/product/pdf/206/2054296.pdf
9	Колесниченко, А. В.	Техника и технология СМИ. Подготовка текстов.	М.: Издательство Юрайт, 2019. — 292 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02290-2. — Текст: электронный	]. 2676530.pdf - Яндекс.Документы (yandex.ru)

8.2. Дополнительная литература

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

8.3. Нормативно-правовые акты:

Положение о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся НГТУhttps://www.nntu.ru/frontend/web/ngtu/files/org_structura/upravleniya/umu/docs/norm_docs_ngtu/polog_kontrol_yspev.pdf

Положение о практической подготовке обучающихся, осваивающих образовательные программы высшего образования в НГТУhttps://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://ecsocman.hse.ru

2. Научно-техническая библиотека НГТУ

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

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

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

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

Электронные библиотечные системы:

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

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

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

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

3. Электронная библиотека:

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

Профессиональная база данных по рекламе и связям с общественностью:

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

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

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

9. Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики

Перечень информационных технологий

–Подготовка отчета по практике.

–Проверка отчета и консультирование посредством электронной почты.

–Использование электронных презентаций при проведении лекционных и практических занятий.

–Поисковая работа с использованием сети Интернет

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

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

– демонстрация дидактических материалов с использованием мультимедийных технологий;

– использование электронной образовательной среды университета;

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

– организация взаимодействия с обучающимися посредством электронной почты.

ЭБС, профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:

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

СПС «КонсультантПлюс» (в локальной сети ВУЗа)

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

Электронные библиотечные системы:

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

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

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

Профессиональная база данных по рекламе и связям с общественностью:

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

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

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

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

10. Материально-техническое обеспечение практики

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

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

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

При проведении практики на кафедре используются:

— учебные аудитории для проведения консультаций с научным руководителем практики по кафедре, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения;

— помещения для самостоятельной работы обучающихся, которые должны оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную. информационно-образовательную среду НГТУ.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

1. Проведение собрания студентов; выдача индивидуальных заданий
2. Ознакомление студентов с программой практики
3. Разработка рабочего графика (плана) проведения практики
4. Прохождение инструктажа по охране труда, техники безопасности, пожарной безопасности и производственной санитарии

5. Анализ и обобщение полученной информации, консультации с руководителем практики от кафедры

6. Формирование отчетной документации, написание отчета по практике

7. Защита отчета по практике

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

При осуществлении образовательного процесса могут использоваться следующие дистанционные образовательные технологии:

— система управления обучением Moodle НГТУ;
— веб-конференций (для проведения лекций и консультаций);
— обмен документами и материалами через электронную почту.