

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 ИНЭУ

(подпись) Митяков С.Н. *(ф. и. о.)*
« 18 » 06 2024 г.

Рабочая программа Б2.П4 Производственная практика
(вид практики)

Преддипломная практика
(тип практики)

Направление подготовки/специальность: **42.04.01 Реклама и связи с общественностью**

Направленность: **Интернет-коммуникации в рекламе и связях с общественностью**

профиль/программа/специализация

Квалификация выпускника: магистр

очная, заочная **форма обучения**

г. Нижний Новгород, 2024 г.

Рецензент: Седаев Павел Валерьевич, доцент кафедры философии, общественных коммуникаций и туризма НГЛУ им. Н.А. Добролюбова, к.ф.н.
(ФИО, ученая степень, учное звание) (подпись)

«18_» июня_ 2024_ г.

Лист согласования рабочей программы практики

Разработчик рабочей программы производственная (преддипломная) практики
(вид, тип практики)

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

Рабочая программа производственной (преддипломной) практики рассмотрена на заседании кафедры «Связи с общественностью, маркетинг и коммуникации»
(вид, тип практики)

Протокол заседания от «30»05.2024 г. № 4

Заведующий кафедрой

Зайцева Е.А.

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

Протокол заседания от «18»06.2023 г. № 5

СОГЛАСОВАНО:

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

Рабочая программа практики зарегистрирована в ОПиТ под номером РППм-38/2024_____

Начальник ОПиТ _____ Е.В. Троицкая _____

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	7
4.	Объем практики	13
5.	Содержание практики	16
6.	Формы отчетности по практике	17
7.	Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации по практике	18
8.	Учебно-методическое и информационное обеспечение работы студента на практике	19
9.	Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики	21
10.	Материально-техническое обеспечение практики	21
11.	Средства адаптации образовательного процесса при прохождении практики к потребностям обучающихся с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) и инвалидов	22
12.	Особенности проведения практики с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий	23
	Дополнения и изменения в рабочей программе практики	24

1. Вид и форма проведения практики

Вид практики - производственная

Тип практики - преддипломная

Форма проведения практики – дискретно: *концентрированная в семестре*

Время проведения практики: *4 семестр для очной формы и 3 курс для заочной формы.*

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

2.1. В результате прохождения преддипломной практики у обучающегося должны быть сформированы следующие универсальные 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)	Дескрипторы достижения компетенций (Планируемые результаты обучения при прохождении практики)
ПКС-1	Способен проводить переговоры с заказчиком по вопросам продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ИПКС-1.1 Составляет PR-бриф как концептуальную и креативную основу коммуникативной стратегии продвижения проекта заказчика ИПКС-1.2 Использует в профессиональной деятельности современные технологии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ИПКС-1.3 Выстраивает эффективную коммуникацию с заказчиком по программе реализации коммуникационного продукта	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, технологией проведения деловых переговоров (ИПКС-1.3)
ПКС-2	Способен составлять и контролировать стратегию продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ИПКС-2.1 Разрабатывает коммуникационную стратегию продвижения для эффективного решения бизнес – задач ИПКС-2.2 Разрабатывает комплексный план маркетинговых коммуникаций для продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ИПКС-2.3 Осуществляет мониторинг процесса продвижения с целью обеспечения эффективной реализации коммуникативной стратегии	Знать: - 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) Уметь: - 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) Владеть: - 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)
ПКС-3	Способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью	ИПКС-3.1 Формулирует концепцию научного исследования в сфере рекламы и связей с общественностью с целью разработки стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной	Знать: - 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

		сети «Интернет» ИПК-3.2. Применяет методы количественного и качественного анализа информационного поля, проводит медиа-исследования в процессе подготовки и реализации стратегии продвижения проекта ИПК-3.3. Получает, интерпретирует и представляет результаты исследования. На основе исследования составляет практические рекомендации и прогнозирует тенденции развития коммуникационной сферы	поля, технологии проведения медиа-исследований (ИПК-3.2) - технологии интерпретации данных, полученных при проведении научного исследования, основы прогнозирования развития коммуникационной сферы (ИПК-3.3) Уметь: - обосновывать принципы научного исследования в сфере рекламы и связей с общественностью; стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ИПК-3.1) - определять методы количественного и качественного анализа информационного поля, технологии проведения медиа-исследований (ИПК-3.2) - обрабатывать и интерпретировать данные, полученные при проведении научного исследования, применять принципы прогнозирования развития коммуникационной сферы (ИПК-3.3) Владеть: - технологией проведения научного исследования в сфере рекламы и связей с общественностью; разработки стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ИПК-3.1) - методами проведения количественного и качественного анализа информационного поля, технологиями проведения медиа-исследований (ИПК-3.2) - технологиями интерпретации данных, полученных при проведении научного исследования, прогнозирования развития коммуникационной сферы (ИПК-3.3)
ПК-4	Способен осваивать и применять цифровые технологии для объектов профессиональной деятельности	ИПК-4.1. Осваивает цифровые технологии математического и информационного моделирования используемых процессов, явлений и объектов, относящихся к профессиональной деятельности. ИПК-4.2. Применяет цифровые технологии в профессиональной деятельности. Уметь: - работать на современной электронно-вычислительной техники с объектами профессиональной деятельности; Владеть: - навыками самостоятельной работы в	Знать: - постановку проблем математического и информационного моделирования сложных систем в профессиональной области; Уметь: - планировать процесс моделирования и вычислительного эксперимента в профессиональной деятельности (ИПК-4.1); - работать на современной электронно-вычислительной техники с объектами профессиональной деятельности (ИПК-4.2); Владеть: - методами постановки задач и обработки результатов компьютерного моделирования в профессиональной деятельности (ИПК-4.1) - навыками самостоятельной работы в лаборатории на современной вычислительной технике (ИПК-4.2)

		лаборатории на современной вычислительной технике	
УК-4	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	ИПКС-4.1. Устанавливает контакты и организует общение в соответствии с потребностями совместной деятельности, используя современные коммуникационные технологии. ИУК-4.2. Составляет в соответствии с нормами русского языка деловую документацию разных жанров.. ИУК-4.3. Составляет типовую деловую документацию для академических и профессиональных целей на иностранном языке. Составляет академические и (или) профессиональные тексты на иностранном языке. ИУК-4.4. Организует обсуждение результатов исследовательской и проектной деятельности на различных публичных мероприятиях на русском языке, выбирая подходящий формат.	Знать: - 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) Уметь: - 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) Владеть: - 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)

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

Прохождение преддипломной практики позволит выпускнику данной образовательной программы выполнять частично обобщенную трудовую функцию К / Стратегическое планирование интернет-кампаний:

(наименование ОТФ)

Код и наименование ПС	Обобщенная трудовая функция			Трудовая функция		
	Код	Наименование	Уровень квалификации	Наименование	Код	Уровень квалификации
06.043 «Специалист по	К	Стратегическое планирование	7	Проведение переговоров с заказчиком по вопросам	К/01.7	7

Код и наименование ПС	Обобщенная трудовая функция			Трудовая функция		
	Код	Наименование	Уровень квалификации	Наименование	Код	Уровень квалификации
интернет-маркетингу»		интернет-кампаний		продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»		
				Составление стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	К/03.7	7
				Контроль реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	К/05.7	7

3. Место производственной (преддипломной) практики в структуре ОП (наименование практики)

Производственная (преддипломная) практика является компонентом ОП, реализуемым в форме практической подготовки.

Разделы ОП: Производственная (профессионально-творческая) практика относится к разделу Б.2 Практика

3.1. Дисциплины, участвующие в формировании компетенций ПКС-1, ПКС-2, ПКС-3, ПКС-4, УК-4 вместе с преддипломной практикой, очная форма обучения

Код и формулировка компетенций	Наименование дисциплин и практик. Коды индикаторов																
	Б1.Б2.1 Иностранный язык в профессиональной сфере	Б1.Б2.2 Копирайтинг текстов	Б2.П.2 Профессионально-творческая практика	ФТД.1 Социальное партнерство	Б1.В.ДВ1.1 Веб-аналитика	Б1.В.ДВ.1.2 Интернет- маркетинг	Б.1.В.ОД.1. Переговорный процесс области Интернет-коммуникаций	Б1.В.ОД.2 SMM-коммуникации	Б1.В.ОД.3 Стратегия продвижения проекта в сети Интернет	Б1.В.ОД.4 Комьюнити-менеджмент в рекламе и связях с общественностью	Б1.В.ДВ.2.1 Оценка экономической эффективности коммуникационных проектов	Б1.В.ДВ.2.2 Анализ эффективности коммуникационной стратегии с сети Интернет	Б1.В.ДВ.3.2 Интернет-коммуникации в системе антикризисного управления	Б1.В.ДВ.3.1 Антикризисные коммуникации в сети Интернет	Б2.П3Практика по получению профессиональных умений и опыта в проектно-аналитической деятельности	Б.2П.4 Преддипломная практика	Б.3Д1. Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
	1 семестр		2 семестр			3 семестр									4 семестр		
ПКС-1 Способен проводить переговоры с заказчиком по вопросам продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»			ИПКС-1.1, ИПКС-1.2, ИПКС-1.3			ИПКС-1.1, ИПКС-1.2, ИПКС-1.3										ИПКС-1.1, ИПКС-1.2, ИПКС-1.3	ИПКС-1.1, ИПКС-1.2, ИПКС-1.3

ПКС-2 Способен составлять и контролировать стратегию продвижения проекта в информационн о- телекоммуника ционной сети «Интернет					<i>ИПКС- 2.1 ИПКС- 2.2 ИПКС- 2.3</i>		<i>ИП КС- 2.1 ИП КС- 2.2 ИПК С- 2.3**</i>	<i>ИП КС- 2.1 ИПКС- 2.2 ИПКС-2.3</i>	<i>ИПКС- 2.1 ИПКС- 2.2 ИПКС-2.3</i>	<i>ИПКС-2.1 ИПКС-2.2 ИПКС-2.3</i>	<i>ИПКС-2.1 ИПКС-2.2 ИПКС-2.3</i>	<i>ИПКС-2.1 ИПКС-2.2 ИПКС-2.3</i>	<i>ИП КС- 2.1 ИП КС- 2.2 ИПК С-2.3</i>	<i>ИПКС- 2.1 ИПКС- 2.2 ИПКС- 2.3</i>
ПКС-3 Способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественност ью					<i>ИПКС_3 .1 ИПКС- 3.2 ИПКС- 3.3</i>		<i>ИП КС- 3.1 ИП КС- 3.2 ИП КС- 3.3</i>		<i>ИПКС- 3.1 ИПКС- 3.2 ИПКС- 3.3</i>	<i>ИПКС-3.1 ИПКС-3.2 ИПКС-3.3</i>			<i>ИП КС- 3.1 ИП КС- 3.2 ИП КС- 3.3</i>	<i>ИПКС- 3.1 ИПКС- 3.2 ИПКС- 3.3</i>
ПК -4 Способен осваивать и применять цифровые технологии для объектов профессиональ ной деятельности					<i>ИПКС- 4.1 ИПКС- 4.2</i>								<i>ИП КС- 4.1 ИП КС- 4.2</i>	

УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	ИУК-4.1 ИУК-4.2 ИУК-4.3. ИУК-4.4.					ИУК-4.1 ИУК-4.2 ИУК-4.3. ИУК-4.4									ИУК-4.1 ИУК-4.2 ИУК-4.3. ИУК-4.4	ИУК-4.1 ИУК-4.2 ИУК-4.3. ИУК-4.4
---	--	--	--	--	--	---	--	--	--	--	--	--	--	--	---	---

Дисциплины, участвующие в формировании компетенций ПКС-1, ПКС-2, ПКС-3, ПКС-4, УК-4 вместе с преддипломной практикой, заочная форма обучения

Код и формулировка компетенций	Наименование дисциплин и практик. Коды индикаторов														
	Б1.Б2.1 Иностранный профессиональный язык в сфере	Б1.Б2.2 Копирайтинг текстов	Б2.П.2 Профессионально-творческая практика	ФТД.1 Социальное партнерство	Б1.В.ДВ1.1 Веб-аналитика	Б1.В.ДВ.1.2 Интернет- маркетинг	Б.1.В.ОД.1. Переговорный процесс в области Интернет-коммуникаций	Б1.В.ОД.2 SMM-коммуникации	Б1.В.ОД.3 Стратегия продвижения проекта в сети Интернет	Б1.В.ОД.4 Комьюнити-менеджмент в рекламе и связях с общественностью	Б1.В.ДВ2.1 Оценка экономической эффективности коммуникационных проектов	Б1.В.ДВ2.2 Анализ эффективности коммуникационных стратегий с сети Интернет	Б1.В.ДВ.3.2. Интернет-коммуникации в системе антикризисного управления	Б1.В.ДВ.3.1 Антикризисные коммуникации в сети Интернет	Б2.П3Практика по получению профессиональных умений и опыта в проектно-аналитической деятельности
	1 курс				2 курс								3 курс		
															Б.2П.4 Преддипломная практика
															Б.3Д1. Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

ПКС-1 Способен проводить переговоры с заказчиком по вопросам продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»				ИПКС-1.1, ИПКС-1.2, ИПКС-1.3		ИПКС-1.1, ИПКС-1.2, ИПКС-1.3									ИПКС-1.1, ИПКС-1.2, ИПКС-1.3	ИПКС-1.1, ИПКС-1.2, ИПКС-1.3
ПКС-2 Способен составлять и контролировать стратегию продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»					ИПКС-2.1 ИПКС-2.2 ИПКС-2.3		ИПКС-2.1 ИПКС-2.2 ИПКС-2.3	ИПКС-2.1 ИПКС-2.2 ИПКС-2.3	ИПКС-2.1 ИПКС-2.2 ИПКС-2.3	ИПКС-2.1 ИПКС-2.2 ИПКС-2.3	ИПКС-2.1 ИПКС-2.2 ИПКС-2.3	ИПКС-2.1 ИПКС-2.2 ИПКС-2.3	ИПКС-2.1 ИПКС-2.2 ИПКС-2.3		ИПКС-2.1 ИПКС-2.2 ИПКС-2.3	ИПКС-2.1 ИПКС-2.2 ИПКС-2.3
ПКС-3 Способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью					ИПКС-3.1 ИПКС-3.2 ИПКС-3.3		ИПКС-3.1 ИПКС-3.2 ИПКС-3.3		ИПКС-3.1 ИПКС-3.2 ИПКС-3.3	ИПКС-3.1 ИПКС-3.2 ИПКС-3.3					ИПКС-3.1 ИПКС-3.2 ИПКС-3.3	ИПКС-3.1 ИПКС-3.2 ИПКС-3.3

ПК -4 Способен осваивать и применять цифровые технологии для объектов профессиональной деятельности					ИПКС-4.1 ИПКС-4.2											ИП КС-4.1 ИП КС-4.2	
УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	ИУК-4.1 ИУК-4.2 ИУК-4.3. ИУК-4.4.						ИУК-4.1 ИУК-4.2 ИУК-4.3. ИУК-4.4									ИУК-4.1 ИУК-4.2 ИУК-4.3. ИУК-4.4	ИУК-4.1 ИУК-4.2 ИУК-4.3. ИУК-4.4

3.2. Входные требования, необходимые для освоения программы преддипломной практики:

Знать:

- методику составления PR-брифа как концептуальной и креативной основы коммуникативной стратегии продвижения проекта заказчика;
- современные технологии продвижения коммуникационного продукта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;
- принципы эффективной устной и письменной коммуникации, методы проведения деловых переговоров
- коммуникационные стратегии продвижения для эффективного решения бизнес – задач
- технологию разработки комплексного плана маркетинговых коммуникаций для продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
- методику мониторинга процесса продвижения с целью обеспечения эффективной реализации коммуникативной стратегии
- принципы научного исследования в сфере рекламы и связей с общественностью; стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
- методы количественного и качественного анализа информационного поля, технологии проведения медиа-исследований
- технологии интерпретации данных, полученных при проведении научного исследования, основы прогнозирования развития коммуникационной сферы
- современные коммуникационные технологии
- технологию составления деловой документации для академических и профессиональных целей на русском и иностранном языке
- методику организации обсуждения результатов исследовательской и проектной деятельности на различных публичных мероприятиях на русском языке в определенном формате

Уметь:

- разрабатывать PR-бриф как концептуальную и креативную основу коммуникативной стратегии продвижения проекта заказчика
- разрабатывать технологии продвижения коммуникационного продукта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» с учетом ожиданий заказчика
- осуществлять эффективную коммуникацию с заказчиком в соответствии с принципами ведения деловых переговоров
- разрабатывать коммуникационные стратегии продвижения для эффективного решения бизнес – задач
- разрабатывать комплексный план маркетинговых коммуникаций для продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
- проводить мониторинг процесса продвижения с целью обеспечения эффективной реализации коммуникативной стратегии
- обосновывать принципы научного исследования в сфере рекламы и связей с общественностью; стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
- определять методы количественного и качественного анализа информационного поля, технологии проведения медиа-исследований
- обрабатывать и интерпретировать данные, полученные при проведении научного исследования, применять принципы прогнозирования развития коммуникационной сферы
- использовать в практической деятельности современные коммуникационные технологии
- составлять документацию для академических и профессиональных целей на русском и иностранном языке

- организовывать обсуждения результатов исследовательской и проектной деятельности на различных публичных мероприятиях на русском языке в определенном формате

Владеть:

- навыками составления PR-брифа как концептуальной и креативной основы коммуникативной стратегии продвижения проекта заказчика
- навыками разработки современных технологий продвижения коммуникационного продукта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» с учетом ожиданий заказчика
- навыками эффективной устной и письменной коммуникации, технологией проведения деловых переговоров
- навыками разработки коммуникационных стратегий продвижения для эффективного решения бизнес – задач
- навыками разработки комплексного плана маркетинговых коммуникаций для продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
- навыками мониторинга процесса продвижения с целью обеспечения эффективной реализации коммуникативной стратегии
- технологией проведения научного исследования в сфере рекламы и связей с общественностью; разработки стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
- методами проведения количественного и качественного анализа информационного поля, технологиями проведения медиа-исследований
- технологиями интерпретации данных, полученных при проведении научного исследования, прогнозирования развития коммуникационной сферы
- современными коммуникационными технологиями
- навыками составления деловой документации для академических и профессиональных целей на русском и иностранном языке
- навыками организации обсуждения результатов исследовательской и проектной деятельности на различных публичных мероприятиях на русском языке в определенном формате

3.3. Преддипломная практика проводится для выполнения выпускной квалификационной работы.

4. Объем практики

4.1. Продолжительность практики – 8 недель

Общая трудоемкость (объем) практики составляет 12 зачетных единиц, 432 академических часа.

4.2. Этапы практики

График преддипломной практики при прохождении практики в профильной организации

№№ п/п	Этапы практики	Трудоемкость в часах		
		<i>Контактная работа с рук- лем от кафедры</i>	<i>Контактная работа с рук- лем от проф.орг-ции</i>	<i>Самостоя- тельная работа студента</i>
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 по охране 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 преддипломной практики
при прохождении практики на кафедре**

№№ п/п	Этапы практики	Трудоемкость в часах	
		Контактная работа с рук- лем от кафедры	Самостоя- тельная работа студента
1.	Подготовительный (организационный) этап		
1.1.	Проведение собрания студентов; выдача индивидуальных заданий	8	8
1.2.	Ознакомление студентов с программой практики		8
1.3.	Разработка рабочего графика (плана) проведения практики	8	8
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	16
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	8	64
2.4.	Участие в проектировании программ и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, анализ методов и средств реализации этих программ		40
2.5.	Приобретение навыков работы в должности (специалиста по рекламе и маркетингу, интернет-маркетолога, PR -специалиста)		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:	72	360
	ИТОГО ВСЕГО:	432	

5. Содержание преддипломной 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)
06.Связь, информационные и коммуникационные технологии	проектно-аналитическая	разработка и реализация стратегии продвижения веб-сайтов, интерактивных приложений, информационных ресурсов, товаров и услуг в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», адресованный разным целевым группам/группам общественности

Основные места проведения практики:

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

-«АиФ» в Нижнем Новгороде;

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:

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.

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 с оценкой

Требования к содержанию и оформлению отчета

Отчет по практике должен включать:

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

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

3. Место и время прохождения практики.

4. Должность студента, в которой он проходил практику.

5. Календарный график и программа практики.

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

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

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

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

Сроки и формы проведения защиты отчета

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

Отчеты проверяет *руководитель практики от выпускающей кафедры*.

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

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

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

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

7. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации по практике

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

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

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

8.1. Основная литература

№ п/п	Автор (ы)	Заглавие	Издательство, год издания, гриф	Количество экземпляров в библиотеке
1	Семёнова, Л.М.	Имиджмейкинг: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры	С.-Петербург. гос. эконом. ун-т. – М., 2019. – 141 с. Гриф: УМО ВО	1
2	Десяева, Н.Д.	Академическая коммуникация: учебник для магистратуры	Моск. гор. пед. ун-т. – 2-е изд. – М., 2019. – 150 с.	1
3	Дзялошинский, И.М., Пильгун М.А.	Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования: учебник для вузов	НИУ «ВШЭ». – 2-е изд., испр. и доп. – М., 2019. – 345 с. Гриф: УМО ВО	1
4	Коровина Е.В.	Организация и проведение коммуникационных кампаний: Учеб.пособие	НГТУ им.Р.Е.Алексеева. - Н.Новгород : [Изд-во ННГУ], 2020. - 109 с. - ISBN 978-5-502-01352-9	2
5	под.ред. проф. Горохова В.М.	Связи с общественностью в системе коммуникаций. Монография	М.: Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2019 — Текст: электронный —	a36ffb4659dfd24a718f008811bbadd1.pdf - Яндекс.Документы (yandex.ru)
6	Жильцова, О.Н., Синяева, И.М., Жильцов, Д.А.	Рекламная деятельность. Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры.	Рекомендовано УМО ВО — Текст: электронный	https://fictionbook.ru/author/olga_nikolaevna_jilcova/reklamnaya_deyatelnost_uchebnik_i_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	J. 2676530.pdf - Яндекс.Документы (yandex.ru)
---	---------------------	---	---	---

8.2. Дополнительная литература

№ п/п	Автор (ы)	Заглавие	Издательство, год издания, гриф	Количество экземпляров в библиотеке
1	Митрошенков, О.А.	Деловое общение: эффективные переговоры: практич. пособие	РАНХиГС. — 2-е изд. — М., 2019. — 315 с.	1
2	Трищенко, Д.А.	Техника и технологии рекламного видео: учебник и практикум для академ. бакалавриата	Белгород. ун-т кооперации, экономики и права. — М., 2019. — 177 с. Гриф: УМО ВО	1
3	Зельдович, Б.З.	Медиаменеджмент: учебник для вузов	Моск. политехн. ун-т. — 2-е изд., испр. и доп. — М., 2019. — 293 с. Гриф: УМО ВО	1
4	Фадеева, Е.Н., Сафронов, А.В., Красильникова, М.А.	Связи с общественностью. Учебник и практикум.	М.: Юрайт, 2017 — Текст: электронный	2069852.pdf - Яндекс.Документы (yandex.ru)
5	Томал, Р.	Основы web-дизайна. Руководство.		Tomal Osnovy-Web-Dizayna-Rukovodstvo RuLit Me 613948.pdf - Яндекс.Документы (yandex.ru)

8.3. Нормативно-правовые акты:

Положение о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся

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

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

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

8.4. Ресурсы сети «Интернет»:

Ресурсы системы федеральных образовательных порталов

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

2. Научно-техническая библиотека НГТУ

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

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

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

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

Электронные библиотечные системы:

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

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

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

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

3. Электронная библиотека:

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

Профессиональная база данных по рекламе и связям с общественностью:

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

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

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

9. Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики

Перечень информационных технологий

– Подготовка отчета по практике.

– Проверка отчета и консультирование посредством электронной почты.

– Использование электронных презентаций при проведении лекционных и практических занятий.

– Поисковая работа с использованием сети Интернет

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

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

– демонстрация дидактических материалов с использованием мультимедийных технологий;

– использование электронной образовательной среды университета;

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

– организация взаимодействия с обучающимися посредством электронной почты.

ЭБС, профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:

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

СПС «КонсультантПлюс» (в локальной сети ВУЗа)

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

Электронные библиотечные системы:

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

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

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

Профессиональная база данных по рекламе и связям с общественностью:

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

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

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

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

Программное обеспечение, используемое в университете на договорной основе	Программное обеспечение свободного распространения
Microsoft Office Professional Plus 2007 (лицензия № 42470655)	OpenOffice (FreeWare) https://www.openoffice.org/ru/

10. Материально-техническое обеспечение практики

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

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

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

При проведении практики на кафедре используются:

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

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

№	Наименование аудиторий и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность аудиторий помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
1	6302 учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации; г. Нижний Новгород, Казанское ш., 12	Комплект демонстрационного оборудования: • ПК, с выходом на мультимедийный проектор, на базе AMD Athlon 2.8 ГГц, 4 Гб ОЗУ, 250 Гб HDD, монитор 19” – 1 шт. • Мультимедийный проектор Epson- 1 шт; • Экран – 1 шт.; Набор учебно-наглядных пособий	• Microsoft Windows7 (подписка DreamSpark Premium, договор №Tr113003 от 25.09.14) • Gimp 2.8 (свободное ПО, лицензия GNU GPLv3); • Microsoft Office Professional Plus 2007 (лицензия № 42470655); • Open Office 4.1.1 (свободное ПО, лицензия Apache License 2.0) • Adobe Acrobat Reader (FreeWare); • 7-zip для Windows (свободнораспространяемое ПО, лицензия GNU LGPL); Dr.Web c/н H365-W77K-B5HP-N346 от 31.05.2021

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

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

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

- применение дистанционных образовательных технологий для передачи информации, организации различных форм интерактивной контактной работы обучающегося с преподавателем, в том числе вебинаров, которые могут быть использованы для проведения виртуальных лекций с возможностью взаимодействия всех участников

дистанционного обучения, проведения семинаров, 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) ZOOM, Skype.

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

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

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

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

При осуществлении образовательного процесса могут использоваться следующие дистанционные образовательные технологии:

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

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

УТВЕРЖДАЮ

Директор института

(подпись, расшифровка подписи)

“ ____ ” _____ 20... г

В рабочую программу практики вносятся следующие изменения:

- 1)
- 2)

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

Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры

(дата, номер протокола заседания кафедры).

Заведующий выпускающей кафедрой _____

наименование кафедры

личная подпись

расшифровка подписи

УТВЕРЖДЕНО на заседании учебно-методического совета
института _____:

Протокол заседания от « _____ » _____ 20__ г. № _____

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

Заведующий отделом комплектования научной библиотеки

личная подпись

расшифровка подписи

Начальник ОПиТ УМУ

личная подпись

расшифровка подписи

дата

РЕЦЕНЗИЯ

на рабочую программу производственной (преддипломной) практики
ОП ВО по направлению 42.04.01 Реклама и связи с общественностью,
направленность «Интернет-коммуникации в рекламе и связях с общественностью»
(квалификация выпускника – магистр)

Морозовой Галиной Алексеевной, профессором кафедры управления инновациями Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е.Алексеева, д.э.н.(далее по тексту рецензент), проведена рецензия рабочей программы производственной (преддипломной) практики ОП ВО по направлению 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность «Интернет-коммуникации в рекламе и связях с общественностью»(магистратура) разработанной в ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный технический университет имени Р.Е. Алексеева», на кафедре «Связи с общественностью, маркетинг и коммуникации» (разработчик – Зайцева Елена Анатольевна, доцент, к.э.н.

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

Программа соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью». Программа содержит все основные разделы, соответствует требованиям к нормативно-методическим документам. Представленная в Программе актуальность учебной дисциплины в рамках реализации ОПОП ВО не подлежит сомнению – дисциплина относится к базовой части учебного цикла – Б1.

Представленные в Программе цели дисциплины соответствуют требованиям ФГОСВО направления 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

В соответствии с Программой за производственной (преддипломной) практикой закреплено ПКС-1, ПКС-2, ПКС-3, УК-4. Практика и представленная Программа способны реализовать их в объявленных требованиях.

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

Общая трудоёмкость производственной (преддипломной) практики составляет 12 зачётных единиц(432 часа).Информация о взаимосвязи изучаемых дисциплин и вопросам исключения дублирования в содержании дисциплин соответствует действительности. Программа производственной (преддипломной) практики взаимосвязана с другими дисциплинами ОПОП ВО и Учебного плана по направлению 42.04.01 Реклама и связи с общественностью ,и возможность дублирования в содержании отсутствует.

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

Виды, содержание и трудоёмкость самостоятельной работы студентов, представленные в Программе, соответствуют требованиям к подготовке выпускников, содержащимся во ФГОС ВО направления 42.04.01 Реклама и связи с общественностью.

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

Форма промежуточного контроля знаний студентов, предусмотренная Программой, осуществляется в форме зачета с оценкой, что соответствует статусу дисциплины, как дисциплины базовой части учебного цикла – Б1 ФГОС ВО направления 42.04.01 Реклама и связи с общественностью.

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

Учебно-методическое обеспечение дисциплины представлено: основной литературой – 9 наименования, дополнительной литературой – 5 наименований, что соответствует требованиям ФГОСВО направления 42.04.01 Реклама и связи с общественностью.

ОБЩИЕ ВЫВОДЫ

На основании проведенной рецензии можно сделать заключение, что характер, структура и содержание рабочей программы производственной (преддипломной) практики ОПОП ВО по направлению 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность «Интернет-коммуникации в рекламе и связях с общественностью» (квалификация выпускника – магистр), разработанная Зайцевой Е.А., доцентом кафедры «Связи с общественностью, маркетинг и коммуникации», к.э.н., доцент, соответствует требованиям ФГОС ВО, современным требованиям экономики, рынка труда и позволит при её реализации успешно обеспечить формирование заявленных компетенций.

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

Г.А.Морозова

«_21_» _июня_ 2022_ г.