

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
Московский государственный институт культуры**

**УТВЕРЖДЕНО:  
Председатель УМС  
Факультета МАИС  
Ю.В. Кот**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
Б2.0.01.02.01 Производственная (профессионально-творческая) практика**

**Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере  
Квалификация выпускника: бакалавр  
Форма обучения: очная, заочная**

*(РП практики адаптирована для лиц  
с ограниченными возможностями  
здоровья и инвалидов)*

**Химки**

## 1. ВИД ПРАКТИКИ

Производственная (профессионально-творческая) практика.

## 2.ТИП ПРАКТИКИ

Программа производственной (профессионально-творческой) практики регламентирует содержание, организацию, порядок проведения практики и порядок отчетности обучающихся.

Практика является составной частью образовательной программы и представляет собой одну из форм организации учебного процесса, нацеленных на формирование компетенций, установленных в общей характеристике ОПОП, и заключающуюся в профессионально-практической подготовке обучающихся.

Целью практики является:

Целью производственной (профессионально-творческой) практики является расширение знаний об изучаемой отрасли профессиональной деятельности, систематизации информации, выявления и оценки тенденций в коммуникационной сфере, без чего невозможна эффективная профессиональная деятельность по направлению подготовки Реклама и связи с общественностью.

Задачи, решаемые в ходе производственной (профессионально-творческой) практики:

- закрепление знаний, полученных студентами в процессе обучения;
- приобретение или совершенствование ими практического опыта и навыков научно-исследовательской работы в отрасли для успешного выполнения профессиональной деятельности в будущем в сочетании контактной работы преподавателей с обучающимися и самостоятельной работы обучающихся.

Производственная (профессионально-творческая) практика способствует закреплению теоретических знаний и формированию умений, являющихся составляющим соответствующих компетенций, освоению профессиональных компетенций, соответствующих виду профессиональной деятельности и типам решаемых профессиональных задач, а также способствует установлению необходимых деловых контактов Института с предприятиями, организациями и учреждениями.

Производственная (профессионально-творческая) является обязательной и представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся. В период прохождения практики в целях формирования компетенций у обучающихся развиваются практические навыки работы по направлению подготовки, умения принимать самостоятельные решения на конкретных участках работы в реальных условиях, целостное представление о содержании, видах и формах профессиональной деятельности.

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения производственной (профессионально-творческой) практики:**

Таблица 1

Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения практики

Коды формируемых компетенций	Наименование компетенции и ее краткая характеристика
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном и иностранном(ых) языке
УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
УК-8	Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах/коммуникационных
ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов/коммуникационных продуктов
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
ПК-1	Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и оффлайн коммуникаций
ПК-3	Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью
ПК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке
ПК-5	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта в коммерческой сфере

Квалификация бакалавра рекламы и связи с общественностью предусматривает овладение необходимыми знаниями и навыками для выполнения функций пресс-секретаря, менеджера коммуникационной структуры, эксперта, консультанта, референта в государственных и общественных учреждениях и организациях, коммерческих структурах по вопросам массовой информации и деловой коммуникации, общественных связей.

В соответствии с данными квалификационными требованиями основными сферами профессиональной деятельности бакалавра рекламы и связи с общественностью являются –реклама и связи с общественностью. В связи с этим практика распределена между этими сферами.

### **3. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОПОП**

Производственная (профессионально-творческая) практика относится к блоку: Б2. Практика

#### Очная форма:

производственная (профессионально-творческая) практика в 4-м семестре 2-го курса продолжительностью 2 недели, 108 часов (из них контактных – 2 ч.), 3 зачетных единицы и в 6-м семестре 3-го курса продолжительностью 2 недели, 108 часов (из них контактных – 2 ч.), 3 зачетных единицы. Общим объемом 6 зачетных единиц и 216 часов. Форма контроля – зачет с оценкой.

#### Заочная форма:

производственная (профессионально-творческая) практика в 6-м семестре 3-го курса продолжительностью 2 недели, 108 часов (из них контактных – 2 ч.), 3 зачетных единицы и в 8-м семестре 4-го курса продолжительностью 2 недели, 108 часов (из них контактных – 2 ч.), 3 зачетных единицы. Общим объемом 6 зачетных единиц и 216 часов. Форма контроля – зачет (6 семестр) и зачет с оценкой – 8 семестр.

Производственная (профессионально-творческая) практика базируется на знаниях, полученных обучающимися в результате освоения следующих дисциплин: «Основы маркетинга», «Исследования и анализ данных в коммуникациях», «Организация работы структур по связям с общественностью», «Дизайн в рекламе и PR» и др.

Производственная (профессионально-творческая) практика является базовой для освоения следующих дисциплин (практик) учебного плана ОПОП: «Экономика и менеджмент медиа», «Event менеджмент», «Медиапланирование», «Интегрированные маркетинговые коммуникации в бизнесе», «Управление он-лайн репутацией» и др.

### **4. ФОРМЫ И СПОСОБЫ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ**

Форма проведения практики – производственная (профессионально-творческая) практика проводится дискретно – путем выделения в календар-

ном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения каждого вида (совокупности видов) практики.

Способ проведения производственной (профессионально-творческой) практики: стационарная (в МГИК, агентствах, профильных предприятиях г. Химки Московской области) или выездная (профильных предприятия вне г. Химки Московской области).

Производственная (профессионально-творческая) практика проводится в форме получения профессиональных умений и навыков.

Профильными организациями для проведения практики являются:

- российские и международные коммуникационные группы;
- аналитические компании и центры
- коммуникационные и консалтинговые агентства специализированные;
- коммуникационные и консалтинговые агентства полного цикла;
- профильные подразделения крупных российских и иностранных компаний коммерческого и некоммерческого сектора;
- профильные структуры в государственных ведомствах

Решение о местах прохождения практики обучающимися принимается ректором Института по представлению директора института/декана факультета и заведующего выпускающей кафедрой с учетом:

- наличия у Института с организациями договорных отношений;
- характера, содержания деятельности принимающей организации и ответственности профиля их работы направлению подготовки (специальности);
- возможностей принимающей стороны в части численности, направляемых для прохождения практики обучающихся, наличия у принимающей стороны соответствующей производственной, нормативно-правовой и научной базы, необходимой и достаточной для прохождения практики;
- готовности организации выполнять требования настоящей программы и трудового законодательства;
- рекомендаций профессорско-преподавательского состава выпускающей кафедры в отношении отдельных обучающихся;
- письменных запросов - подтверждений, поступивших в адрес института/факультета и выпускающей кафедры от принимающих сторон о готовности создать необходимые условия для прохождения обучающимися практики в соответствии с настоящей программой и обеспечить надлежащее руководство ею.

Особенности организации практики в случае индивидуального прикрепления обучающихся.

Вопросы о месте прохождения практики по индивидуальному прикреплению обучающихся также решаются ректором Института по представлению директора института/декана факультета и заведующего выпускающей кафедрой:

- в случае отсутствия возможности прохождения практики обучающимся в профильных организациях, с которыми у Института заключен договор;

- на основании письменных запросов - подтверждений, поступивших в адрес Института от принимающих сторон, и заключенных с ними договоров. Обучающиеся, решающие вопросы прохождения практики по индивидуальному прикреплению, не позднее, чем за два месяца до начала ее проведения обязаны представить на выпускающую кафедру факультета:
- заявление на имя директора института/декана факультета с просьбой о прохождении практики по индивидуальному прикреплению, указав полное наименование организации и ее юридический адрес;
- запрос – подтверждение.

Продолжительность рабочего дня для обучающихся при прохождении практики в организациях, учреждениях и на предприятиях составляет для обучающихся в возрасте от 16 до 18 лет не более 35 часов в неделю (ст. 92 ТК РФ), в возрасте от 18 лет и старше не более 40 часов в неделю (ст. 91 ТК РФ).

## 5. МЕСТО И СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Сроки проведения практики определяются в соответствии с календарным учебным графиком.

Производственная (профессионально-творческая) проходит в 4-м семестре 2-го курса очного обучения продолжительностью 2 недели, 108 часов (из них контактных – 2 ч.), 3 зачетных единицы и в 6-м семестре 3-го курса продолжительностью 2 недели, 108 часов (из них контактных – 2 ч.), 3 зачетных единицы. Общим объемом 6 зачетных единиц и 216 часов.

Производственная (профессионально-творческая) проходит в 6-м семестре 2-го курса заочного обучения продолжительностью 2 недели, 108 часов (из них контактных – 2 ч.), 3 зачетных единицы и в 8-м семестре 3-го курса продолжительностью 2 недели, 108 часов (из них контактных – 2 ч.), 3 зачетных единицы. Общим объемом 6 зачетных единиц и 216 часов.

## 6. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ:

Коды формируемых компетенций	Наименование компетенции и ее краткая характеристика	Характеристика обязательного (порогового) уровня сформированности компетенции у выпускника вуза		
		знать	уметь	владеть
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.	Знает методологию и методику проектного менеджмента	Умеет разрабатывать и реализовывать проект полного цикла	Владеет технологией разработки и реализации проектов
УК-3	Способен осуществлять социальное вза-	Знает теорию и методологию пси-	Умеет организовать работу команды,	Владеет психологическими метода-

	имодействие и реализовывать свою роль в команде	хологии управления	определить стратегию ее деятельности, мотивировать команду для ее исполнения	ми управления
УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном и иностранном(ых) языке	Знает теорию социальных коммуникаций, особенностей их осуществления на иностранном(ых) языке(ах).	Умеет осуществлять социальные и профессиональные коммуникации, в том числе на иностранном(ых) языке(ах)	Владеет навыками свободной коммуникации, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), в профессиональной сфере
УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	Знает теорию и технологии межкультурного взаимодействия	Умеет применять технологии межкультурного взаимодействия	Владеет технологией межкультурного взаимодействия
УК-8	Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	Знает требования, предъявляемые к безопасности условий жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций и угрозе военных конфликтов и пути обеспечения комфортных условий труда на рабочем месте.	Умеет обеспечивать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций и угрозе военных конфликтов, комфортные условия труда на рабочем месте; выявлять и устранять проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте;	Владеет навыками предотвращения возникновения чрезвычайных ситуаций (природного и техногенного происхождения) на рабочем месте
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах/коммуникационных	Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития	Умеет учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.	Владеет навыками создания коммуникационных продуктов, учитывая основные тенденции развития общественных и государственных институтов
ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов/коммуникационных продуктов	Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса	Умеет использовать достижения отечественной и мировой культуры	Владеет средствами художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	Знает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных про-	Умеет соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	Владеет основными инструментами поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности

		дуктов.		
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса	Умеет использовать достижения отечественной и мировой культуры	Владеет средствами художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
ПК-1	Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	технологии медиарилейшнз (отношения со СМИ); технологии копирайтинга; технологии организации специальных мероприятий; основные инструменты внутренних коммуникаций; основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов	использовать технологии медиарилейшнз и медиапланирования; использовать технологии копирайтинга; использовать основные технологии формирования корпоративной культуры	технологиями медиапланирования; технологиями организации специальных мероприятий; современными техническими средствами и основными технологиями цифровых коммуникаций
ПК-3	Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; виды основных документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и связей с общественностью; основы планирования рекламной кампании или кампании по связям с общественностью	составлять основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и связей с общественностью; понимать результаты исследований для планирования рекламной кампании или кампании по связям с общественностью.	реализацией типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; навыками составления документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и связей с общественностью; навыками использования исследований для планирования рекламной кампании или кампании по связям с общественностью
ПК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке	состав функций линейного менеджера по рекламе и связям с общественностью; основы тактического планирования мероприятий в области рекламы и связей с общественностью; основы коммуникационной стратегии; основы организации внутренних	выполнять функции линейного менеджера в рамках текущей деятельности коммуникационного или рекламного отдела и (или) отдела по рекламе и связям с общественностью в учреждении социокультурной сферы; планировать тактические мероприятия в рамках реализации коммуникационной стратегии	владеть навыками организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.

		коммуникаций; основные виды мероприятий по формированию корпоративной культуры и идентичности		
ПК-5	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта в коммерческой сфере	основные маркетинговые инструменты; основы проведения исследований; принципы и основы проведения мониторинга обратной связи; основы производства коммуникационного продукта; основы реализации коммуникационного продукта	использовать основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта	инструментами планирования производства коммуникационного продукта; инструментами реализации коммуникационного продукта.

## 7. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Общая трудоемкость практики составляет 216 часов и 6 ЗЕ, разделенные на 2 практики (108 академических часа, 2 часа контактной работы, 106 часа самостоятельной работы обучающихся по 3 ЗЕ каждая).

№ п/п	Раздел	Семестр	Неделя практики	Виды работы и трудоемкость в часах		Формы текущего контроля успеваемости,
				Виды и содержание производственной (профессионально-творческой) практики, задания, выполняемые практикантами	Часы	
<b>4-М СЕМЕСТРЕ ОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ</b>						
1.	Консультационный	4	1	Общее собрание практикантов в вузе (инструктаж по технике безопасности, подготовка индивидуального задания)	2	
2.	Ознакомительный этап	4	1	Проведение инструктажа по технике безопасности, ознакомление с деятельностью организации-места прохождения практики	2	
3.	Организационный этап	4	2	Индивидуальные занятия под руководством преподавателя и руководителя со стороны организации базы-практики: - ознакомление с содержанием внутренней и внешней коммуникации в профессиональной	34	Демонстрация уровня владения информацией, устный отчет, письменный отчет (заполнение дневника практиканта)

				<p>среде;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ознакомление с функциями основных должностей на предприятиях;</li> <li>- ознакомление с порядком организации работы отдела рекламы и связей с общественностью, мерами обеспечения безопасности условий работы;</li> <li>- определение, анализ, оценка коммуникационной активности показателей предприятия;</li> </ul>		
4.	Технологический, маркетинговый	4	2	<p>Выполнение индивидуальных заданий в рамках совместного графика под руководством преподавателя и руководителя со стороны организации базы практики:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ознакомление с основными информационными ресурсами, нормативными документами, аккумулирующими информацию в области рекламы и связей с общественностью;</li> <li>- тренировка умений применения приемов и методов работы с информацией при выполнении задач профессиональной деятельности;</li> <li>- разработка основных методов и приемов планирования, организации, мотивации и координации деятельности отдельных сотрудников;</li> <li>- участие в процессах создания коммуникационных продуктов.</li> </ul>	36	Демонстрация уровня владения умениями, устный отчет, письменный отчет (заполнение дневника практиканта)
5.	Заключительный этап, проектный	4	2	<p>Индивидуальные занятия под руководством преподавателя и руководителя со стороны организации базы практики:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- совершенствование умений применения приемов и методов работы с информацией</li> </ul>	36	Демонстрация уровня владения умениями, письменный отчет (заполнение дневника практиканта), защита письменного отчета по практике

				<p>при выполнении задач профессиональной деятельности;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разработка рекомендаций по организации и управлению деятельности предприятия рекламной индустрии по созданию и реализации коммуникационного продукта и соответствия нормативам реализации коммуникационного продукта;</li> <li>- практическая реализация маркетинговых инструментов; проведения маркетинговых исследований и мониторинга обратной связи; производства коммуникационного продукта и его реализации;</li> <li>- оформление отчетности по результатам прохождения практики</li> </ul>		
<b>ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ</b>				<b>ЗАЧЕТ С ОЦЕНКОЙ</b>		
<b>6-М СЕМЕСТРЕ ОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ</b>						
1.	Консультационный	6	1	Общее собрание практикантов в вузе (инструктаж по технике безопасности, подготовка индивидуального задания)	2	
2.	Ознакомительный этап	6	1	Проведение инструктажа по технике безопасности, ознакомление с деятельностью организации-места прохождения практики	2	
3.	Организационный этап	6	2	<p>Индивидуальные занятия под руководством преподавателя и руководителя со стороны организации базы-практики:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- умение пользоваться внутренней и внешней коммуникации в профессиональной среде;</li> <li>- знание функций основных должностей на предприятиях;</li> <li>- участие в работе отдела рекламы и связей с общественностью, ме-</li> </ul>	34	Демонстрация уровня владения информацией, устный отчет, письменный отчет (заполнение дневника практиканта)

				рами обеспечения безопасности условий работы; - апробация навыков анализа, оценки коммуникационной активности показателей предприятия;		
4.	Технологический, маркетинговый	6	2	Выполнение индивидуальных заданий в рамках совместного графика под руководством преподавателя и руководителя со стороны организации базы-практики: - использование информационных ресурсов, нормативной документацией, аккумулирующей информацию в области рекламы и связей с общественностью; - реализация умений применения приемов и методов работы с информацией при выполнении задач профессиональной деятельности; - использование методов и приемов планирования, организации, мотивации и координации деятельности отдельных сотрудников; - использование навыков свободной коммуникации, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), в профессиональной сфере; - активное участие в процессах создания коммуникационных продуктов.	35	Демонстрация уровня владения умениями, устный отчет, письменный отчет (заполнение дневника практиканта)
5.	Заключительный этап, проектный	6	2	Индивидуальные занятия под руководством преподавателя и руководителя со стороны организации базы-практики: - применение приемов и методов работы с информацией при выполнении задач профессиональной деятельности;	35	Демонстрация уровня владения умениями, письменный отчет (заполнение дневника практиканта), защита письменного отчета по практике

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- участие в организации и управлении деятельности предприятия рекламной индустрии по созданию и реализации коммуникационного продукта и соответствия нормативам реализации коммуникационного продукта;</li> <li>- владение навыками создания коммуникационных продуктов, учитывающая основные тенденции развития общественных и государственных институтов;</li> <li>- использование маркетинговых инструментов для проведения маркетинговых исследований и мониторинга обратной связи; производства коммуникационного продукта и его реализации;</li> <li>- реализацией типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью;</li> <li>- участие в составлении документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и связей с общественностью;</li> <li>- использование исследований для планирования рекламной кампании или кампании по связям с общественностью;</li> <li>-владение технологиями медиапланирования;</li> <li>-владение технологиями организации специальных мероприятий; современными техническими средствами и основными технологиями цифровых коммуникаций;</li> <li>- оформление отчетности по результатам прохождения практики</li> </ul>	
ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ			ЗАЧЕТ С ОЦЕНКОЙ

6-М СЕМЕСТРЕ ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ						
1.	Консультационный	6	1	Общее собрание практикантов в вузе (инструктаж по технике безопасности, подготовка индивидуального задания)	2	
2.	Ознакомительный этап	6	1	Проведение инструктажа по технике безопасности, ознакомление с деятельностью организации-места прохождения практики	2	
3.	Организационный этап	6	2	Индивидуальные занятия под руководством преподавателя и руководителя со стороны организации базы-практики: - ознакомление с содержанием внутренней и внешней коммуникации в профессиональной среде; - ознакомление с функциями основных должностей на предприятиях; - ознакомление с порядком организации работы отдела рекламы и связей с общественностью, мерами обеспечения безопасности условий работы; - определение, анализ, оценка коммуникационной активности показателей предприятия;	34	Демонстрация уровня владения информацией, устный отчет, письменный отчет (заполнение дневника практиканта)
4.	Технологический, маркетинговый	6	2	Выполнение индивидуальных заданий в рамках совместного графика под руководством преподавателя и руководителя со стороны организации базы-практики: - ознакомление с основными информационными ресурсами, нормативными документами, аккумулирующими информацию в области рекламы и связей с общественностью; - тренировка умений применения приемов и	36	Демонстрация уровня владения умениями, устный отчет, письменный отчет (заполнение дневника практиканта)

				методов работы с информацией при выполнении задач профессиональной деятельности; - разработка основных методов и приемов планирования, организации, мотивации и координации деятельности отдельных сотрудников; - участие в процессах создания коммуникационных продуктов.		
5.	Заключительный этап, проектный	6	2	Индивидуальные занятия под руководством преподавателя и руководителя со стороны организации базы-практики: - совершенствование умений применения приемов и методов работы с информацией при выполнении задач профессиональной деятельности; - разработка рекомендаций по организации и управлению деятельности предприятия рекламной индустрии по созданию и реализации коммуникационного продукта и соответствия нормативам реализации коммуникационного продукта; - практическая реализация маркетинговых инструментов; проведения маркетинговых исследований и мониторинга обратной связи; производства коммуникационного продукта и его реализации; - оформление отчетности по результатам прохождения практики	36	Демонстрация уровня владения умениями, письменный отчет (заполнение дневника практиканта), защита письменного отчета по практике
<b>ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ</b>					<b>ЗАЧЕТ</b>	
<b>8-М СЕМЕСТРЕ ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ</b>						
1.	Консультационный	8	1	Общее собрание практикантов в вузе (инструктаж по технике безопасности, подготовка индивидуального за-	2	

				дания)		
2.	Ознакомительный этап	8	1	Проведение инструктажа по технике безопасности, ознакомление с деятельностью организации-места прохождения практики	2	
3.	Организационный этап	8	2	Индивидуальные занятия под руководством преподавателя и руководителя со стороны организации базы-практики: - умение пользоваться внутренней и внешней коммуникации в профессиональной среде; - знание функций основных должностей на предприятиях; - участие в работе отдела рекламы и связей с общественностью, мерами обеспечения безопасности условий работы; - апробация навыков анализа, оценки коммуникационной активности показателей предприятия;	34	Демонстрация уровня владения информацией, устный отчет, письменный отчет (заполнение дневника практиканта)
4.	Технологический, маркетинговый	8	2	Выполнение индивидуальных заданий в рамках совместного графика под руководством преподавателя и руководителя со стороны организации базы-практики: - использование информационных ресурсов, нормативной документацией, аккумулирующей информацию в области рекламы и связей с общественностью; - реализация умений применения приемов и методов работы с информацией при выполнении задач профессиональной деятельности; - использование методов и приемов планирования, организации, мо-	35	Демонстрация уровня владения умениями, устный отчет, письменный отчет (заполнение дневника практиканта)

				<p>тивации и координации деятельности отдельных сотрудников;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- использование навыков свободной коммуникации, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), в профессиональной сфере;</li> <li>- активное участие в процессах создания коммуникационных продуктов.</li> </ul>		
5.	Заключительный этап, проектный	8	2	<p>Индивидуальные занятия под руководством преподавателя и руководителя со стороны организации базы-практики:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применение приемов и методов работы с информацией при выполнении задач профессиональной деятельности;</li> <li>- участие в организации и управлении деятельности предприятия рекламной индустрии по созданию и реализации коммуникационного продукта и соответствия нормативам реализации коммуникационного продукта;</li> <li>- владение навыками создания коммуникационных продуктов, учитывая основные тенденции развития общественных и государственных институтов;</li> <li>- использование маркетинговых инструментов для проведения маркетинговых исследований и мониторинга обратной связи; производства коммуникационного продукта и его реализации;</li> <li>- реализацией типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью;</li> <li>- участие в составлении</li> </ul>	35	Демонстрация уровня владения умениями, письменный отчет (заполнение дневника практиканта), защита письменного отчета по практике

			<p>документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и связей с общественностью;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- использование исследований для планирования рекламной кампании или кампании по связям с общественностью;</li> <li>- владение технологиями медиапланирования;</li> <li>- владение технологиями организации специальных мероприятий; современными техническими средствами и основными технологиями цифровых коммуникаций;</li> <li>- оформление отчетности по результатам прохождения практики</li> </ul>	
<b>ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ</b>				<b>ЗАЧЕТ С ОЦЕНКОЙ</b>

## **8. УКАЗАНИЕ ФОРМ ОТЧЕТНОСТИ ПО ПРАКТИКЕ**

Номер семестра	Раздел практики, обеспечивающий формирование компетенции	Вид и содержание форм отчетности	Требования к выполнению
<b>4-М СЕМЕСТРЕ ОЧНОЙ (6-М СЕМЕСТРЕ ЗАОЧНОЙ) ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ</b>			
4 (6)	Организационный	<p>Ведение дневника практиканта по дням реализации производственной практики, включающее следующие виды работ:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сбор материала и обобщение собранного материала по анализу деятельности предприятия рекламной индустрии (базы практики) по продвижению и реализации коммуникационных продуктов;</li> <li>- оценка этапов разработки коммуникационного продукта.</li> </ul>	<p>Отчетные материалы выполняются в письменном виде в строгом соответствии с индивидуальным заданием и совместным графиком прохождения практики, основные результаты выполнения каждого этапа фиксируются в дневнике практиканта и согласуются с руководителями практики от МГИК и Организации</p>
4 (6)	Технологический, маркетинговый	<p>Ведение дневника практиканта по дням реализации производственной практики, включающее следующие виды работ:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- определение, анализ, оценка показателей предприятия рекламной индустрии и (подразделения, от-</li> </ul>	<p>Выполняется в форме Отчета по практике.</p>

		<p>дела, в котором проводится практика);</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- определения цели и задач этапа разработки коммуникационного продукта;</li> <li>- разработка основных методов и приемов организации, мотивации и координации деятельности отдельных сотрудников в процессе разработки коммуникационного продукта;</li> <li>-- использование навыков свободной коммуникации, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), в профессиональной сфере;</li> <li>- активное участие в процессах создания коммуникационных продуктов.</li> </ul>	
4 (6)	<p>Заключительный, проектный</p>	<p>Ведение дневника практиканта по дням реализации производственной практики, включающее следующие виды работ:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- использование маркетинговых инструментов для проведения маркетинговых исследований и мониторинга обратной связи; производства коммуникационного продукта и его реализации;</li> <li>- реализацией типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью;</li> <li>- участие в составлении документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и связей с общественностью;</li> <li>- использование исследований для планирования рекламной кампании или кампании по связям с общественностью;</li> <li>- владение технологиями медиапланирования;</li> <li>- владение технологиями организации специальных мероприятий;</li> <li>современными техническими средствами и основными технологиями цифровых коммуникаций;</li> <li>- оформление отчетности по результатам прохождения</li> </ul>	<p>Формируется отчет по практике, включающий:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Индивидуальное задание</li> <li>2. Отзыв-характеристику</li> <li>3. Рабочий график (план) проведения практики/ Совместный рабочий график (план) проведения практики</li> <li>4. Учет ежедневной работы студента в соответствии с рабочим графиком, программой и заданием по прохождению практики (дневник практиканта)</li> <li>5. Отчет о прохождении практики</li> </ol>
<b>6-М СЕМЕСТРЕ ОЧНОЙ (8-М СЕМЕСТРЕ ЗАОЧНОЙ) ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ</b>			

6 (8)	Организа- ционный	<p>Ведение дневника практиканта по дням реализации производственной практики, включающее следующие виды работ:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сбор материала и обобщение собранного материала по анализу деятельности предприятия рекламной индустрии (базы практики) по продвижению и реализации коммуникационных продуктов;</li> <li>- оценка этапов разработки коммуникационного продукта.</li> </ul>	<p>Отчетные материалы выполняются в письменном виде в строгом соответствии с индивидуальным заданием и совместным графиком прохождения практики, основные результаты выполнения каждого этапа фиксируются в дневнике практиканта и согласуются с руководителями практики от МГИК и Организации</p>
6 (8)	Технологический, маркетинговый	<p>Ведение дневника практиканта по дням реализации производственной практики, включающее следующие виды работ:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- использование информационных ресурсов, нормативной документацией, аккумулирующей информацию в области рекламы и связей с общественностью;</li> <li>- реализация умений применения приемов и методов работы с информацией при выполнении задач профессиональной деятельности;</li> <li>- использование методов и приемов планирования, организации, мотивации и координации деятельности отдельных сотрудников;</li> <li>- использование навыков свободной коммуникации, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), в профессиональной сфере;</li> <li>- активное участие в процессах создания коммуникационных продуктов.</li> </ul>	<p>Выполняется в форме Отчета по практике.</p>
6 (8)	Заключительный, проектный	<p>Ведение дневника практиканта по дням реализации производственной практики, включающее следующие виды работ:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разработка рекомендаций по организации и управлению деятельности предприятия рекламной индустрии по созданию и реализации коммуникационного продукта и соответствия нормативам реализации коммуникационного продукта;</li> <li>- практическая реализация маркетинговых инструментов; проведения маркетинговых исследований</li> </ul>	<p>Формируется отчет по практике, включающий:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>6. Индивидуальное задание</li> <li>7. Отзыв-характеристику</li> <li>8. Рабочий график (план) проведения практики/ Совместный рабочий график (план) проведения практики</li> <li>9. Учет ежедневной работы студента в соответствии с рабочим графиком, программой и заданием по прохождению практики (дневник практиканта)</li> <li>10. Отчет о прохождении</li> </ol>

		и мониторинга обратной связи; производства коммуникационного продукта и его реализации; - формирование заключительного отчета практиканта	практики
--	--	--	----------

## **ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

### **ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ НА РАЗНЫХ ЭТАПАХ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ**

Для описания показателей и критериев оценивания компетенций на разных этапах ее формирования по производственной практике и описания шкал оценивания выполнен единый подход, которая предусматривает единые условия контроля (принимаются в период прохождения производственной практики 4 мероприятия текущего контроля) и оценивания.

Результаты текущего контроля успеваемости учитываются при выставлении оценки в ходе промежуточной аттестации.

### **9.1. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

#### **ОБЩИЕ ПРИНЦИПЫ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ПРАКТИКИ**

<b>Зачтено (отлично)</b>	<b>Зачтено (хорошо)</b>	<b>Зачтено (удовлетворительно)</b>	<b>Не зачтено (неудовлетворительно)</b>
Обучающий показывает на высоком уровне владение всем компетенциями, относящимися к данному виду практики; полностью решены все поставленные задачи, использованы оптимальные методы и приемы работы; сданы все необходимые документы.	Обучающий показывает на хорошем уровне владение всем компетенциями, относящимися к данному виду практики; полностью/частично решены все поставленные задачи, использованы оптимальные/допустимые методы и приемы работы; сданы все необходимые документы.	Обучающий показывает на удовлетворительном уровне владение всем компетенциями, относящимися к данному виду практики; частично решены все поставленные задачи, использованы допустимые методы и приемы работы; возможны операционные ошибки; сданы все необходимые документы.	Обучающий не показывает владение компетенциями, относящимися к данному виду практики; поставленные задачи не решены, использованы недопустимые методы работы, не сданы необходимые документы; выявлены случаи неявки на практику без уважительной причины.

## **9.2. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ**

Для оценки учебных достижений, предполагающих в процессе производственной практики прохождение фиксированного количества мероприятий текущего контроля успеваемости.

Промежуточная аттестация проводится не позднее недели после окончания практики.

При обнаружении преподавателем в выполненном студентом задании плагиата данное задание считается не выполненным.

### **Требования к оформлению отчета по производственной практике:**

- 1) структура отчета: титульный лист, введение, основная часть, заключение, список источников
  - 2) объем отчета 25-30 страниц, шрифт Times new Roman 12, поля 2x2x2x2, автозаполняемое оглавление; интервалы – 1,5; табуляция – 1,25, форматирование по ширине; не менее 3-х абзацев на странице; требование к структуре: не менее 3 страниц – введение, 2 страницы – заключение; не менее 20-ти источников в списке литературы, из них печатных источников – не менее 12-ти; отсутствие стилистических и орфографических ошибок
- оформление презентации: формат – Power Point, 12 слайдов; обязательно наличие титульного и заключительного слайда; деловой стиль; отсутствие орфографических и стилистических ошибок.

## **10. ОСОБЕННОСТИ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

Организация прохождения практики для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья проводится с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья в соответствии с п. 4. «Положения о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования» (утв. Приказом Министерства образования и науки РФ от 05 августа 2020 г. № 885/390 (с изменениями)).

Организация и проведение практики строится на компетентностно-ориентированном и индивидуально-дифференцированном подходе, с учетом особенностей заболевания и психофизического развития, в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида, на основе рабочей программы учебной практики, адаптированной при необходимости для обучения. Практика обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организована как совместно с другими обучающимися, так и отдельно.

## **ТРЕБОВАНИЯ ОХРАНЫ ТРУДА И ТЕХНИКИ БЕЗОПАСНОСТИ ПЕРЕД НАЧАЛОМ ПРАКТИКИ**

Перед началом практики необходимо отметить у руководителя практики, в случае неявки на практику, доложить ему о причинах отсутствия.

Получить задание у руководителя на выполняемую работу в рамках плана на проведения практики.

При проведении практики и работы с оборудованием необходимо визуально проверить целостность электропроводов, розеток, проверить работоспособность кнопок включения. Убрать все лишние предметы, мешающие проведению работ.

При работе на компьютере и принтере необходимо ознакомиться с инструкцией по эксплуатации оргтехники.

При возникновении сбоя работы оборудования, отключения освещения, появления запаха гари, или ухудшения самочувствия немедленно сообщить непосредственному руководителю, работу прекратить.

Студенту запрещается:

- самовольно включать любое незнакомое оборудование, приборы;
- производить ремонт любой техники, электропроводов, открывать защитные кожуха, выполнять работу, не связанную с планом практики;
- работать в условиях недостаточной видимости – при отсутствии или плохом освещении;
- работать в опасных (экстремальных) условиях труда.

### **ТРЕБОВАНИЯ ОХРАНЫ ТРУДА И ТЕХНИКИ БЕЗОПАСНОСТИ ВО ВРЕМЯ ПРАКТИКИ**

Студент, находясь на практике, обязан:

– выполнять работу в соответствии с планом практики и ее методическими рекомендациями;

– работать исправными инструментами, оборудованием, приспособлениями, приборами, применять их по назначению, пользоваться исправным стулом, креслом и т.д.

– приступать к работе только после осмотра прибора или оборудования, инструмента убедившись в их исправности и ознакомившись с инструкцией по эксплуатации;

– при переносе груза вручную не превышать норму (для взрослых мужчин не более 30 кг, для женщин постоянно в течение смены – 7 кг, для беременных 2,5 и 1,25 кг);

Во время практики запрещается:

- пользоваться неисправными электроприборами и другим оборудованием;
- перекручивать провода, закладывать провод и шнуры на водопроводные трубы и батареи отопления, вешать что-либо на провода, вытягивать за шнур вилку из розетки;
- прикасаться к незаземленным и не огражденным токоведущим частям электрических устройств, аппаратов и приборов;

- пользоваться самодельными электронагревательными приборами и электроприборами с открытой спиралью, наступать на переносимые электрические провода, лежащие на полу;

- оставлять без надзора включенное в сеть работающее оборудование.

Обо всех возникших вопросах, замечаниях в процессе работы обращаться к руководителю практики.

### **ТРЕБОВАНИЯ ОХРАНЫ ТРУДА И ТЕХНИКИ БЕЗОПАСНОСТИ В АВАРИЙНОЙ СИТУАЦИИ**

Немедленно прекратить работу, отключить персональный компьютер, иное электрооборудование и доложить руководителю работ, если:

- обнаружены механические повреждения и иные дефекты электрооборудования и электропроводки;

- наблюдается повышенный уровень шума при работе оборудования;

- почувствовался запах гари или дыма;

- прекращена подача электроэнергии.

Не паниковать, не приступать к работе до полного устранения неисправностей оборудования и разрешения к работе руководителя практики или ответственного лица за устранения неисправности.

В случае возгорания или пожара работники (в том числе и студенты, проходящие практику) должны немедленно прекратить работу, отключить электроприборы, вызвать пожарную охрану, сообщить руководителю работ, эвакуироваться.

Если пожар не угрожает жизни, приступить к ликвидации очага пожара имеющимися средствами огнетушения.

При травме в первую очередь освободить пострадавшего от травмирующего фактора, оказать первую доврачебную помощь, поставить в известность руководителя работ, вызвать медицинскую помощь, по возможности место происшествия сохранить или сфотографировать до начала расследования причин произошедшего случая.

## **11. ПЕРЕЧЕНЬ ЛИТЕРАТУРЫ И РЕСУРСОВ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ**

### *Основная литература*

1. Бударина О. А. Работа креативного отдела. Открытое занятие [Видеозапись] / О. А. Бударина. - 1 DVD. - М. : [б. и.], 2014. - 53 мин. - б. ц.

2. Ильин А. С. Реклама в коммуникационном процессе [Текст]: курс лекций / А. С. Ильин. - М. : КНОРУС, 2012. - 141 с. : ил. - Прил.: с. 121-141. - Библиогр.: с. 119-120. - ISBN 867-5-406-02021-0: 182-27.

3. Пашенцев Е. Н. Паблик рилейшнз: от бизнеса до политики / Е. Н. Пашенцев. - 2-е изд. - М.: Финпресс, 2000. - 229, [1] с.: табл., схем. - (Сер. "Маркетинг и менеджмент в России и за рубежом"). - Библиогр.: с. [224]-229. - ISBN 5-8001-0022-5 74-.

4. Почепцов Г. Г. Паблик рилейшнз для профессионалов / Г. Г. Почепцов. - 2-е изд. ; испр. - М.: Рефл-бук; Киев: Ваклер, 2000. - 622 с. - (Образоват. б-ка). - Библиогр.: с.618-622. - ISBN 966-543-053-х: 90-.
5. Рощупкин С. Н. Основы рекламы : учеб. пособие / С. Н. Рощупкин ; Моск. гос. ун-т культуры и искусств. - М.: МГУКИ, 2008. - 266 с. : ил. - Прил.: с. 220-258. - Библиогр.: с. 260-263. - ISBN 978-5-94778-178-2: 91-80-.
6. Четвертков Н. В. Современная пресс-служба [Текст]: учеб. пособие / Н. В. Четвертков. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Аспект Пресс, 2010. - 190, [1] с. - Прил.: с. 164-180. - Библиогр.: с. 187-188. - ISBN 978-5-7567-0581-2: 282-10.
7. Чумиков А. Н. Связи с общественностью [Электронный ресурс]: учеб. пособие / А. Н. Чумиков. - М.: Юрайт, 2018. - 173 с. - Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru>. - ISBN 978-5-534-06706-4: 469.00.
8. Якубенко Е.Н. Организация работы отделов по рекламе и связям с общественностью. Учебно-методическое пособие для преподавателей и студентов вузов Брянск – 2014.С. 20 .<https://megalektsii.ru/s35022t6.html> ( 11.03.18)

#### *Дополнительная литература:*

1. Антипов К. В. Основы рекламы [Текст]: учеб. для студентов эконом. вузов, обучающихся по спец. "Реклама" и эконом. спец. / К. В. Антипов. - 2-е изд. - М.: Дашков и К, 2012. - 325 с.: схем. - ISBN 978-5-394-01468-0: 282-04.
2. Джефкинс Ф. Паблик рилейшнз: учеб. пособие / Ф. Джефкинс, Д. Ядин; пер. с англ. Б.Л. Еремина. - М.: ЮНИТИ, 2003. - 400 с.: ил. - (Зарубежный учебник). - Прил.: с.363-400. - ISBN 5-238-00567-9: 180-.
3. Креатив в рекламе и связях с общественностью [Текст]: материалы науч.-практ. конф. Москва, 27 нояб. 2013 г. / Моск. гос. ун-т культуры и искусств; [науч. ред.: О. А. Бударина, Е. О. Матвеева]. - М.: МГУКИ, 2014. - 115 с. - 372-
4. Кузнецов В. Ф. Связи с общественностью: теория и технологии: учебник / В. Ф. Кузнецов. - М.: Аспект Пресс, 2005. - 299, [1] с. : табл. - Прил.: с.269-291. - Библиогр.: с.299-[230]. - ISBN 5-7567-0379-9: 330-.
5. Минаева Л. В. Внутрикорпоративные связи с общественностью. Теория и практика [Текст]: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по спец. "Связи с общественностью" / Л. В. Минаева. - М.: Аспект Пресс, 2010. - 286, [1] с.: ил. - ISBN 978-5-7567-0585-0: 313-64.
6. Сабиров Т. Р. Социально-культурные условия формирования профессиональной мотивации специалистов по связям с общественностью [Текст]: [монография] / Т. Р. Сабиров; Моск. гос. ун-т культуры и искусств. - М.: МГУКИ, 2011. - 191 с. - Библиогр.: с. 173-189. - 150-.
7. Трушин Л. Е. История отечественной и зарубежной рекламы: учебник / Л. Е. Трушина. - М.: Дашков и Ко, 2011. - 245 с. - Библиогр.: с. 241-245. - ISBN 978-5-394-01087-3 : 219-01.
8. Ученое В. В. История рекламы [Текст]: учеб. для студентов вузов / В. В. Ученое, Н. В. Старых. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. - 447 с. - Библиогр.: с. 442-443. - ISBN 978-5-238-01452-3: 708-84.

***Современные профессиональные информационные базы данных, ресурсы сети Интернет:***

1. [www.advertology.ru](http://www.advertology.ru)
2. [www.akarussia.ru](http://www.akarussia.ru)
3. [www.raso.ru](http://www.raso.ru)
4. [www.socreklama.ru](http://www.socreklama.ru)
5. [www.festival.ru](http://www.festival.ru)
6. [www.adme.ru](http://www.adme.ru)
7. [www.adindex.ru](http://www.adindex.ru)
8. [www.zakon-o-reklame.ru](http://www.zakon-o-reklame.ru)

**12. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ПРАКТИКИ**

***Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:***

В процессе прохождения практики студенты могут использовать интернет-ресурсы, содержащие учебный, научный (монографии, статьи), справочный материал, обогащающий и дополняющий литературно-документальные источники по курсу.

Наиболее релевантными Интернет-ресурсами, содействующими усвоению различных тем и разделов дисциплины, являются:

1. [www.medialogia.ru](http://www.medialogia.ru)
2. [www.integrum.ru](http://www.integrum.ru)
3. Электронно-библиотечная система «Лань»: <https://e.lanbook.com/>
4. Электронно-библиотечная система «Руконт»: <https://rucont.ru/>
5. Электронная библиотека «Юрайт»: <https://biblio-online.ru/>
6. Электронно-библиотечная система «Библиороссика»: <http://www.bibliorossica.com/>
7. Научная электронная библиотека: [https://elibrary.ru/projects/subscription/rus\\_titles\\_open.asp](https://elibrary.ru/projects/subscription/rus_titles_open.asp)
8. Поисковая система.- [www.google.ru](http://www.google.ru)
9. Открытая энциклопедия.- [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)
10. Поисковая система.- [www.earth.google.com](http://www.earth.google.com)
9. Рекламно-информационный сервер <http://www.press-service.ru/terms/207/>
10. <http://www.advlab.ru/articles/article585.htm>
11. <http://www.mgik.org/sveden/education/>
12. <http://www.wciom.ru/> Всероссийский центр изучения общественного мнения. Одна из главных исследовательских организаций России. Занимается исследованием общественного мнения в области маркетинга, политических и социальных исследований. На сайте можно осуществлять поиск ма-

териала по тематическим разделам и по годам.

13. <http://www.comcon-2.ru/> Сайт компании, специализирующейся на исследованиях рынка. Разделы: «Исследование рыночных возможностей», «Тестирование продукта», «Тестирование рекламных идей», «Оценка эффективности рекламы» и т.д.

14. <http://romir.ru/> Сайт исследовательской компании «Ромир».

## **12. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ НА ПРАКТИКЕ**

Вопросы о месте прохождения практики по индивидуальному прикреплению студентов также решаются ректором МГИК по представлению декана факультета и заведующего выпускающей кафедрой:

- в случае отсутствия возможности прохождения практики студентом в базовых организациях (учреждениях);
- на основании письменных запросов - подтверждений, поступивших в адрес МГИК от принимающих сторон.

Студенты, решающие вопросы прохождения практики по индивидуальному прикреплению, не позднее, чем за два месяца до начала ее проведения обязаны представить на выпускающую кафедру факультета:

- заявление на имя декана факультета с просьбой о прохождении производственной (профессионально-творческой) практики по индивидуальному прикреплению, указав полное наименование организации (учреждения) и ее юридический адрес;
- запрос – подтверждение.

В подготовительный период.

Обязанности студента:

- ознакомиться с содержанием настоящей программы;
- принять участие в курсовом собрании-инструктаже по организационно-методическим вопросам, связанным с прохождением практики, получить необходимые учебно-методические документы и материалы;
- согласовать с руководителем практики индивидуальное задание на период прохождения практики.

Права студента:

- представлять на выпускающую кафедру в письменной форме собственные пожелания относительно места прохождения практики;
- получать на выпускающей кафедре учебно-методические материалы, касающиеся практики, для предварительного изучения;
- обсудить с руководителем практики содержание индивидуального задания;
- обращаться к руководителю практики от принимающей организации (учреждения) с просьбой о внесении изменения в индивидуальный план;

- консультироваться с руководителем практики от принимающей организации и руководителем практики от вуза по вопросам прохождения практики.

В период прохождения практики.

В период прохождения практики студенты подчиняются всем правилам внутреннего трудового распорядка и техники безопасности, установленных в подразделениях и на рабочих местах в организации. Для студентов устанавливается режим работы, обязательный для тех структурных подразделений организации, где он проходит практику.

Продолжительность рабочего дня для студентов при прохождении практики в организациях, учреждениях и на предприятиях составляет для студентов в возрасте от 16 до 18 лет не более 35 часов в неделю (ст. 92 ТК РФ), в возрасте от 18 лет и старше не более 40 часов в неделю (ст. 91 ТК РФ).

Обязанности студента:

- составить индивидуальный план работы в соответствии с индивидуальным заданием (Приложение 2) и требованиями руководителя организации от принимающей стороны;
- ознакомиться с основными нормативно-правовыми документами; кадровым составом структурного подразделения организации (штатное расписание, состав кадров, должностные права и обязанности и др.); организацией труда в подразделениях (организация рабочих мест, условия труда, распорядок дня, типичные виды работ, затраты времени по видам работ); результатами работы (виды и содержание результата работы, критерии оценок результатов, причин эффективности или неэффективности работы), регламентирующими деятельность структурного подразделения организации (учреждения) и т.д.;
- выполнить индивидуальное задание;
- вести дневник практики (Приложение 7);
- соблюдать правила внутреннего распорядка в ходе прохождения практики.

В обязанности студента-практиканта входит:

- ознакомиться с содержанием настоящей программы;
- принять участие в курсовом собрании-инструктаже по организационно-методическим вопросам, связанным с прохождением практики, получить необходимые учебно-методические документы и материалы;
- согласовать с руководителем практики индивидуальное задание на период прохождения практики.
- регулярно посещать консультации;
- добросовестно относиться к индивидуальным заданиям и своевременно предоставить отчет об их выполнении перед руководителем практики;
- творчески относиться к профессиональной деятельности;
- корректно относиться к коллегам;
- соблюдать нормы профессиональной этики в процессе работы.

#### **ПРИМЕРНЫЙ ПЛАН АНАЛИЗА БАЗЫ ПРАКТИКИ**

- дата создания организации;

- название организации;
- цель создания и функции организации;
- организационно-правовая форма организации;
- организационная структура и порядок управления;
- специализация организации;
- основные штатные должности.

### **ЗАЩИТА ПРАКТИКИ**

Защита производственной практики проходит на научно-практической конференции в присутствии комиссии по защите практики из числа педагогов кафедры, руководителей практики на местах. Также на защите практики могут присутствовать студенты других курсов.

На конференции заслушиваются устные отчеты студентов о прохождении ими производственной практики. К защите практики допускаются студенты, своевременно и в полном объеме выполнившие задания практики, и в указанные сроки, предоставившие всю отчетную документацию (характеристику с базы практики, индивидуальный отчет о практике и т.п.).

Защита практики включает устный публичный отчет студента-практиканта по итогам проделанной работы, ответы на вопросы членов комиссии, выступления членов комиссии.

Устный отчет студента о практике включает:

- раскрытие цели и задач практики;
- общая характеристика базы практики и подразделений (рабочих мест), в которых работал практикант;
- обоснование выводов и предложений по содержанию и организации практики, совершенствованию программы практики.

Студент представляет на защиту практики следующие материалы:

- а) характеристику с базы практики, содержащую следующие сведения: уровень теоретической подготовки студента, умение применять теоретические знания на практике, деловые и организаторские качества студента-практиканта, отношение к работе, общественная активность и инициативность, дисциплинированность, профессиональная пригодность, рекомендации по использованию данного студента-практиканта в структуре профессиональной деятельности, рекомендуемая оценка по итогам практики. *(Характеристика должна быть заверена подписью руководителя практики от редакции (организации) базы практики и печатью: печать не обязательна, если характеристика – на фирменном бланке);*
- б) конкретные результаты практической деятельности студента;
- в) отчет о практике;
- г) перечень мероприятий, связанных с практикой, которые студент посетил в течение учебного года (необязательно).

Оценка практики выносится членами комиссии на основании учета количественных и качественных показателей выполненных студентом заданий, представленной им отчетной документации, инициативы и заинтересованно-

сти в работе. Оценка заносится в экзаменационную ведомость и зачетную книжку студента.

## **РЕКОМЕНДАЦИИ ПО СОСТАВЛЕНИЮ ОТЧЕТНЫХ ДОКУМЕНТОВ ОТЧЕТ СТУДЕНТА О ПРАКТИКЕ**

Итоговый отчет оформляется письменно и защищается студентом в форме собеседования после окончания сроков практики по утвержденному графику. К отчету прилагаются: характеристика на студента, заверенная подписью руководителя практики от предприятия-базы практики и печатью: печать не обязательна, если характеристика – на фирменном бланке.

В содержании и структуре отчета должны найти отражение:

- цель и задачи практики;
- общая характеристика предприятия - базы практики;
- описание выполненных заданий с количественными и качественными характеристиками и приложениями;
- анализ деятельности предприятия - базы практики и собственные предложения по совершенствованию стратегии и перспектив его дальнейшего развития;
- обоснование предложений по организации и содержанию практики, совершенствованию программы практики.

Отчет должен быть лаконичным, аккуратно оформленным, с использованием наглядного материала.

Оформление отчета должно соответствовать установленным нормам. Сокращение слов в тексте (кроме общепринятых) не допускается. Работа должна быть напечатана на листах А4.

При наборе на компьютере: текст должен быть набран через полтора интервала; шрифт «Times New Roman» или «Arial»; кегль 14; длина строки составляет 16-17 см, длина текста на странице 24,5 – 25 см; параметры страницы – левое поле 2,0 см, правое поле 2,0 см, верхнее поле 2,0 см, нижнее поле 2,0 см. Отступы в начале абзаца – 5 символов, абзацы – четко обозначены.

При наличии в тексте таблиц, схем, рисунков, эскизов и т.п. должны содержаться ссылки на их нумерацию. Схемы и таблицы должны иметь заголовки, размещаемые над схемой или полем таблицы, а каждый рисунок или эскиз – подрисуючную надпись.

Работа открывается титульным листом (приложение 1), на котором необходимо указать:

- название института,
- название факультета,
- название кафедры,
- заголовок «ОТЧЕТ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКОЙ) ПРАКТИКЕ»,
- фамилия, имя, отчество исполнителя работы,
- факультет, курс, группа, направление подготовки, профиль,
- фамилия, имя, отчество, ученая степень, должность руководителя от вуза,

- фамилия, имя, отчество, ученая степень должность руководителя от предприятия,
- место и год написания работы.

Экземпляр отчета по практике передается на кафедру и хранится в течение 5 лет.

### **ДНЕВНИК ПРАКТИКИ**

Во время прохождения производственной практики студенты в ходе выполнения заданий должны вести дневник практики, который включает в себя:

1. Титульный лист – сведения о студенте (фамилия, имя, отчество, факультет, курс, группа); наименование предприятия - базы практики; сведения о руководителе практики от предприятия - базы практики (фамилия, имя, отчество, должность); сведения о руководителе практики от вуза (фамилия, имя, отчество, должность).
2. Содержание работы с указанием конкретных заданий, даты их получения и выполнения; название подразделений предприятия, где эти работы выполнялись; количество дней или часов, использованных на выполнение работы; замечания и предложения практиканта; замечания и подпись руководителя практики от предприятия (Приложение 7).

### **РУКОВОДСТВО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКОЙ) ПРАКТИКОЙ**

Для руководства практикой студентов в организации назначается руководитель (руководители) практики от института и от организации.

Руководителями производственной практики от высшего учебного заведения назначаются преподаватели кафедры, которые:

- устанавливают связь с руководителями практики от организации и совместно с ними составляют индивидуальные (групповые) задания согласно целям и задачам практики студентов-практикантов;
- разрабатывают тематику индивидуальных занятий;
- принимают участие в распределении студентов по рабочим местам или перемещения их по видам работ;
- несут ответственность совместно с руководителем практики от организации за соблюдение студентами правил техники безопасности;
- осуществляют контроль за соблюдением сроков практики и ее содержанием;
- оказывают методическую помощь студентам при выполнении ими индивидуальных заданий и сборе материалов;
- оценивают результаты выполнения студентами-практикантами программы практики;
- определяют время проведения итоговых занятий;
- проводят итоговую научно-практическую конференцию по результатам практики (Приложения 4,5).

Руководители практики от кафедры отражают свои наблюдения как в дневнике практиканта. При этом учитываются следующие критерии оценки:

- активность студентов в период практики;
- интерес к профессии;
- систематичность и добросовестность выполнения индивидуальных заданий;
- творческое отношение к профессии;
- навыки работы с необходимой литературой;
- способность к логическому мышлению, анализу и синтезу;
- умение устанавливать контакт с людьми;
- самостоятельность в работе;
- качество ведения отчетной документации и др. (Приложение 6).

Форма контроля производственной практики – зачет.

Студент, отстраненный от практики, не аттестованный или получивший неудовлетворительную оценку, как не выполнивший учебный план, по решению кафедры может быть направлен на повторное ее прохождение (без отрыва от учебного процесса).

Студенты, не выполнившие программы практики по уважительной причине, направляются на практику вторично, в свободное от учебы время.

Студенты, не выполнившие программы практики без уважительной причины или получившие отрицательную оценку, могут быть отчислены из института как имеющие академическую задолженность в порядке, предусмотренном Уставом МГИК.

## **ДОКУМЕНТЫ, ФОРМИРУЕМЫЕ РУКОВОДИТЕЛЯМИ ПРАКТИКИ ОТ ПРЕДПРИЯТИЯ**

### **ХАРАКТЕРИСТИКА НА СТУДЕНТА-ПРАКТИКАНТА**

Характеристика на студента-практиканта должна содержать сведения, отражающие уровень профессиональной подготовки и личностные качества практиканта, в том числе:

- уровень теоретической подготовки студента;
- умение применять теоретические знания на практике;
- деловые и организаторские качества студента-практиканта;
- отношение к работе;
- общественная активность, инициативность;
- дисциплинированность;
- профессиональная пригодность;
- рекомендации по использованию данного студента-практиканта в структуре профессиональной деятельности;
- рекомендуемая оценка по итогам практики.

Характеристика должна быть заверена подписью руководителя практики от предприятия и печатью или выполнена на фирменном бланке (без печати) (Приложение 3).

### **13. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ**

Материально-техническое обеспечение практики в вузе включает аудитории для проведения ознакомительного занятия, групповых и индивидуальных консультаций и промежуточной аттестации, а также помещений для самостоятельной работы. Дополнительно используются аудитории с мультимедийным оснащением и комплексы презентаций (слайды, схемы, таблицы, диаграммы) для проведения организационного собрания (конференции) по разъяснению целей, задач, содержания и порядка прохождения практики и инструктажа по технике безопасности.

Практика реализуется в профильных организациях с хорошей материально-технической базой: компьютерная техника, оргтехника, программное обеспечение, доступ к сети Интернет, официальные сайты, электронная почта. Это является необходимым условием материально-технического обеспечения проведения практики в профильных организациях, позволяющим осуществлять сбор, обработку, анализ и систематизацию полученной в организации информации и фактического материала, подготавливать отчетную документацию по практике.

Также студенты могут использовать для самостоятельной работы учебные аудитории с персональными компьютерами с возможностью подключения к сети «Интернет», столы, стулья, экран. В рамках самостоятельной работы студенты могут посещать читальный зал библиотеки, где обеспечен доступ в электронную информационно-образовательную среду.

В читальном зале ИБЦ имеются компьютеры, с помощью которых студенты могут пользоваться электронными полнотекстовыми базами данных.

В процессе прохождения практики могут использоваться различные формы материально-технического обеспечения:

1. Система справочно-библиографических изданий различного типа и вида в традиционной (печатной) и электронной форме.
2. Персональные компьютеры с доступом к сети Интернет.
3. Программное обеспечение: пакеты программ Microsoft Office (MS Word, MS Excel, MS PowerPoint и др.).

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью.

Составитель:

Макушева О.Н.

Заведующий кафедрой

Желновакова М.Ф.

**СОГЛАСОВАНО:**

Руководитель УМС



Кот Ю.В.

Рецензент: **Александр Николаевич Чумиков**, доктор политических наук, профессор, Генеральный директор Агентства «Международный пресс-клуб. Чумиков PR и консалтинг», председатель Комитета по образованию Российской ассоциации по связям с общественностью (РАСО); почетный президент Академии политической науки (АПН)

**Приложение 1-Шаблон титульного листа для студентов очной формы обучения**

МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Московский государственный институт культуры»

Факультет государственной культурной политики  
Кафедра рекламы и связей с общественностью

**ОТЧЕТ\***

о прохождении практики производственной (профессионально-творческой) практики

студента группы \_\_\_\_\_ 2-го курса (студента 3 курса)

направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Фамилия \_\_\_\_\_

Имя \_\_\_\_\_

Отчество \_\_\_\_\_

Место прохождения практики \_\_\_\_\_

полное название профильной организации, адрес, телефон

Срок прохождения: 4-ый семестр (6 семестр) с \_\_\_\_\_ по \_\_\_\_\_ г.

Руководитель  
практики от образовательной организации:

Руководитель практики от профильной ор-  
ганизации:

\_\_\_\_\_  
(должность, ФИО, подпись)

\_\_\_\_\_  
(должность, ФИО, подпись)

Отчет выполнил \_\_\_\_\_ - \_\_\_\_\_

дата и подпись

Отчет защищен с оценкой \_\_\_\_\_

дата и подпись

Химки - 20 \_\_\_\_ г.

**Приложение 1-шаблон титульного листа для студентов заочной формы обучения**

МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Московский государственный институт культуры»

Факультет государственной культурной политики  
Кафедра рекламы и связей с общественностью

**ОТЧЕТ\***

о прохождении практики производственной (профессионально-творческой) практики

студента группы \_\_\_\_\_ 3-го курса (студента 4 курса)

направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Фамилия \_\_\_\_\_

Имя \_\_\_\_\_

Отчество \_\_\_\_\_

Место прохождения практики \_\_\_\_\_

полное название профильной организации, адрес, телефон

Срок прохождения: 6-ый семестр (8 семестр) с \_\_\_\_\_ по \_\_\_\_\_ г.

Руководитель  
практики от образовательной организации:

Руководитель практики от профильной ор-  
ганизации:

\_\_\_\_\_  
(должность, ФИО, подпись)

\_\_\_\_\_  
(должность, ФИО, подпись)

Отчет выполнил \_\_\_\_\_ - \_\_\_\_\_

дата и подпись

Отчет защищен с оценкой \_\_\_\_\_

дата и подпись

Химки - 20 \_\_\_\_ г.

## ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение (время, место, наименование организации, где студент проходил практику, в каком качестве работал студент, какие работы выполнены студентом, задачи, стоящие перед студентом непосредственно в процессе прохождения практики и пути их достижения).

1. Индивидуальное задание

2. Отзыв-характеристика

3. Рабочий график (план) проведения практики / Совместный рабочий график (план) проведения практики

4. Учет ежедневной работы студента в соответствии с рабочим графиком, программой и заданием по прохождению практики (дневник практиканта)

5. Основная часть

Отчет о прохождении практики (Описание выполнения заданий с анализом результатов)

Заключение (Обобщение выводов, связанных с прохождением практики. Студент обобщает работу и формирует общий вывод, о том, насколько практика способствовала углублению и закреплению теоретических знаний об изученных понятиях и категориях, овладению практическими навыками)

## Приложение 2 - Шаблон индивидуального задания для студентов очной формы обучения

### ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ

(включая планируемые результаты практики)

на прохождение производственной (профессионально-творческой) практики 4-м семестре (6 семестре)

Студент \_\_\_\_\_

(ФИО)

уч. группа \_\_\_\_\_ направление подготовки 42.03.01 Реклама и связей с общественностью

Срок прохождения: 4 семестр (6 семестр) с \_\_\_\_\_ по \_\_\_\_\_ г.

№ п/п	Содержание индивидуального задания (ниже- образец заполнения, требуется обязательное согласование с руководителем практики от МГИК)
1.	1-я неделя - инструктаж по охране труда, технике безопасности на рабочем месте, по пожарной безопасности; - апробация инструментов поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий; - сбор материала и обобщение собранного материала по анализу деятельности предприятия рекламной индустрии по созданию и реализации коммуникационного продукта с учетом правовых и этических норм регулирования профессиональной деятельности.
2.	2-я неделя -определения цели и задач управления отделом, структурным подразделением или агентством рекламной индустрии; -разработка основных методов и приемов планирования, организации, мотивации и координации деятельности сотрудников в процессе разработки коммуникационного продукта/проекта.
3.	2-я неделя -разработка рекомендаций по организации и управлению деятельности предприятия рекламной индустрии по созданию и реализации коммуникационного продукта и соответствия нормативам реализации коммуникационного продукта/проекта; - практическая реализация маркетинговых инструментов; проведения маркетинговых исследований и мониторинга обратной связи; производства коммуникационного продукта и его реализации; - подготовка отчета по практике.

\_\_\_\_\_  
(должность, ФИО, подпись)

\_\_\_\_\_  
(должность, ФИО, подпись)

## Приложение 2 - Шаблон индивидуального задания для студентов заочной формы обучения

### ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ

(включая планируемые результаты практики)

на прохождение производственной (профессионально-творческой) практики 6-м семестре заочной формы обучения (8 семестре заочной формы обучения)

Студент \_\_\_\_\_  
(ФИО)

уч. группа \_\_\_\_\_ направление подготовки 42.03.01 Реклама и связей с общественностью

Срок прохождения: 6 семестр (8 семестр) с \_\_\_\_\_ по \_\_\_\_\_ г.

№ п/п	Содержание индивидуального задания (ниже- образец заполнения, требуется обязательное согласование с руководителем практики от МГИК)
1.	<p>1-я неделя</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- инструктаж по охране труда, технике безопасности на рабочем месте, по пожарной безопасности;</li> <li>- апробация инструментов поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий;</li> <li>- сбор материала и обобщение собранного материала по анализу деятельности предприятия рекламной индустрии по созданию и реализации коммуникационного продукта с учетом правовых и этических норм регулирования профессиональной деятельности;</li> <li>- активное использование свободной коммуникации, в том числе на иностранном(ых) языке(ах) в профессиональной сфере.</li> </ul>
2.	<p>2-я неделя</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-определения цели и задач управления отделом, структурным подразделением или агентством рекламной индустрии;</li> <li>-разработка основных методов и приемов планирования, организации, мотивации и координации деятельности сотрудников в процессе разработки коммуникационного продукта/проекта;</li> <li>- активное использование навыков создания коммуникационных продуктов с учетом тенденций развития общественных и государственных институтов.</li> </ul>
3.	<p>2-я неделя</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-разработка рекомендаций по организации и управлению деятельности предприятия рекламной индустрии по созданию и реализации коммуникационного продукта и соответствия нормативам реализации коммуникационного продукта/проекта;</li> <li>- практическая реализация маркетинговых инструментов; проведения маркетинговых исследований и мониторинга обратной связи; производства коммуникационного продукта и его реализации;</li> <li>- практическая реализация алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью;</li> <li>- умение составлять документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и связей с общественностью;</li> <li>- активное использование результатов исследований для планирования рекламной кампании или кампании по связям с общественностью</li> <li>- подготовка отчета по практике.</li> </ul>

---

(должность, ФИО, подпись)

---

---

(должность, ФИО, подпись)

---

**Приложение 3 - Шаблон отзыва-характеристики для студентов очной формы обучения**

**О Т З Ы В – Х А Р А К Т Е Р И С Т И К А**

На \_\_\_\_\_  
(ФИО практиканта)

студента 2 (3)-го курса, уч. группы \_\_\_\_\_

проходившего производственную (профессионально-творческую) практику в

\_\_\_\_\_  
(наименование организации)

начало практики \_\_\_\_\_ окончание практики \_\_\_\_\_

*Краткие рекомендации руководителю при написании характеристики-отзыва:*

1. Успехи в овладении практическими умениями и навыками по направлению подготовки за время практики.

2. Отношение к работе (интерес, инициативность, оперативность, исполнительность, соблюдение трудовой дисциплины и другое)

3. Качество выполненной студентом работы.

4. Умение студента анализировать ситуации и принимать по ним решения.

5. Отношение к выполнению программы практики

6. Оценка

Руководитель \_\_\_\_\_  
(организация)

\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_

(подпись) (ФИО)

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**Приложение 3 - Шаблон отзыва-характеристики для студентов заочной  
формы обучения**

**О Т З Ы В – Х А Р А К Т Е Р И С Т И К А**

На \_\_\_\_\_  
(ФИО практиканта)

студента 3 (4)-го курса, уч. группы \_\_\_\_\_

проходившего производственную (профессионально-творческую) практику в

\_\_\_\_\_  
(наименование организации)

начало практики \_\_\_\_\_ окончание практики \_\_\_\_\_

*Краткие рекомендации руководителю при написании характеристики-отзыва:*

*1. Успехи в овладении практическими умениями и навыками по направлению подготовки за время практики.*

*2. Отношение к работе (интерес, инициативность, оперативность, исполнительность, соблюдение трудовой дисциплины и другое)*

*3. Качество выполненной студентом работы.*

*4. Умение студента анализировать ситуации и принимать по ним решения.*

*5. Отношение к выполнению программы практики*

*6. Оценка*

Руководитель \_\_\_\_\_  
(организация)

\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_

(подпись) (ФИО)

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**Приложение 4 – Шаблон совместного Рабочего графика (плана) прохождения производственной (профессионально-творческой) практики**  
**Совместный Рабочий график (план) прохождения производственной практики**

Производственная (профессионально-творческая) практика в 4-М СЕМЕСТРЕ ОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ включает следующие виды работ:

№	Содержание этапов практики (согласуется индивидуально с руководителем практики от МГИК, ниже – пример)	Срок выполнения	Отметка руководителя/руководителей о выполнении <sup>1</sup>
1.	- сбор материала и обобщение собранного материала по анализу деятельности предприятия рекламной индустрии (базы практики) по продвижению и реализации коммуникационного продукта; - оценка комплектности отдела, подразделения, агентства и соответствия нормативам документационного оформления реализации конкретного продукта (на основе анализа документации отдела, агентства, подразделения, в котором проводится практика);	1 неделя	_____ <i>(подпись руководителя от организации)</i>  _____ <i>(подпись руководителя от проф. организации)</i>
2.	- определение, анализ, оценка коммуникационных показателей предприятия рекламной индустрии (подразделения, в котором проводится практика); - определения цели и задач управления отдела, агентства, подразделения; - разработка основных методов и приемов планирования, организации, мотивации и координации деятельности отдельных сотрудников объекта рекламной индустрии (подразделения в котором проводится практика)	2 неделя	_____ <i>(подпись руководителя от организации)</i>  _____ <i>(подпись руководителя от проф. организации)</i>
3.	- формирование заключительного отчета практиканта, включающего рекомендации по использованию инструментов планирования производства коммуникационного продукта; инструментов реализации коммуникационного продукта; анализом технологий медиапланирования; организации специальных мероприятий; современными техническими средствами и основными технологиями цифровых коммуникаций; - подготовка отчета по практике для защиты его на конференции.	2 неделя	_____ <i>(подпись руководителя от организации)</i>  _____ <i>(подпись руководителя от проф. организации)</i>

Руководитель практики от образовательной организации: \_\_\_\_\_

(должность, ФИО, подпись)

Руководитель практики от профильной организации: \_\_\_\_\_

(должность, ФИО, подпись)

\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_/«\_\_\_\_»\_\_\_\_\_20\_\_г.

Подпись обучающегося \_\_\_\_\_ ФИО \_\_\_\_\_

**Инструктаж обучающихся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка; ознакомление с функциональными обязанностями практиканта в местах прохождения практики.**

Инструктаж провел:	С требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка ознакомлен:
_____	_____
(должность, ФИО, подпись) «____»_____20__г.	(ФИО, подпись обучающегося)

<sup>1</sup> Заполняется по факту выполнения/не выполнения по образцу «Выполнено в срок (с нарушением срока) и в соответствии с требованиями (с нарушением требований) ОПОП только «от руки»!

## Приложение 4 – Шаблон совместного Рабочего графика (плана) прохождения производственной (профессионально-творческой) практики

Производственная (профессионально-творческая) практика в 6-М СЕМЕСТРЕ ОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ включает следующие виды работ:

№	Содержание этапов практики (согласуется индивидуально с руководителем практики от МГИК, ниже – пример)	Срок выполнения	Отметка руководителя/руководителей о выполнении <sup>2</sup>
1.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- инструктаж по охране труда, технике безопасности на рабочем месте, по пожарной безопасности;</li> <li>- апробация инструментов поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий;</li> <li>- сбор материала и обобщение собранного материала по анализу деятельности предприятия рекламной индустрии по созданию и реализации коммуникационного продукта с учетом правовых и этических норм регулирования профессиональной деятельности;</li> <li>- активное использование свободной коммуникации, в том числе на иностранном(ых) языке(ах) в профессиональной сфере.</li> </ul>	1 неделя	<hr/> <p style="text-align: center;"><i>(подпись руководителя от организации)</i></p> <hr/> <p style="text-align: center;"><i>(подпись руководителя от проф. организации)</i></p>
2.	<ul style="list-style-type: none"> <li>определения цели и задач управления отделом, структурным подразделением или агентством рекламной индустрии;</li> <li>-разработка основных методов и приемов планирования, организации, мотивации и координации деятельности сотрудников в процессе разработки коммуникационного продукта/проекта;</li> <li>- активное использование навыков создания коммуникационных продуктов с учетом тенденций развития общественных и государственных институтов.</li> </ul>	2 неделя	<hr/> <p style="text-align: center;"><i>(подпись руководителя от организации)</i></p> <hr/> <p style="text-align: center;"><i>(подпись руководителя от проф. организации)</i></p>
3.	<ul style="list-style-type: none"> <li>разработка рекомендаций по организации и управлению деятельности предприятия рекламной индустрии по созданию и реализации коммуникационного продукта и соответствия нормативам реализации коммуникационного продукта/проекта;</li> <li>- практическая реализация маркетинговых инструментов; проведения маркетинговых исследований и мониторинга обратной связи; производства коммуникационного продукта и его реализации;</li> <li>- практическая реализация алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с</li> </ul>	2 неделя	<hr/> <p style="text-align: center;"><i>(подпись руководителя от организации)</i></p> <hr/> <p style="text-align: center;"><i>(подпись руководителя от проф. организации)</i></p>

<sup>2</sup> Заполняется по факту выполнения/не выполнения по образцу «Выполнено в срок (с нарушением срока) и в соответствии с требованиями (с нарушением требований) ОПОП только «от руки»!

<p>общественностью;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- умение составлять документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и связей с общественностью;</li> <li>- активное использование результатов исследований для планирования рекламной кампании или кампании по связям с общественностью</li> <li>- подготовка отчета по практике.</li> </ul>	
--	--

Руководитель практики от образовательной организации:

Руководитель практики от профильной организации:

(должность, ФИО, подпись)

(должность, ФИО, подпись)

Подпись обучающегося

/

/

ФИО

«    »                      20   г.

**Инструктаж обучающихся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка; ознакомление с функциональными обязанностями практиканта в местах прохождения практики.**

Инструктаж провел:

С требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка ознакомлен:

\_\_\_\_\_  
(должность, ФИО, подпись)

\_\_\_\_\_  
(ФИО, подпись обучающегося)

«  »                      20   г.

**Приложение 5 - Шаблон учета ежедневной работы студента очной формы обучения в соответствии с рабочим графиком, программой и заданием по прохождению производственной (профессионально-творческой) практики**

УЧЕТ ЕЖЕДНЕВНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТА В СООТВЕТСТВИИ С РАБОЧИМ ГРАФИКОМ, ПРОГРАММОЙ И ЗАДАНИЕМ ПО ПРОХОЖДЕНИЮ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКОЙ) ПРАКТИКИ

Студент \_\_\_\_\_ (ФИО)

курс 2 (3) уч. группа 05230 (05330)

направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Срок прохождения с \_\_\_\_\_ г. по \_\_\_\_\_ г.

Место практики \_\_\_\_\_ (наименования организации)

Дата	Выполняемая работа (соответствует заданиям рабочего графика)	Подпись руководителя практики
	- сбор материала и обобщение собранного материала по анализу деятельности предприятия рекламной индустрии (базы практики) по продвижению и реализации коммуникационного продукта;	
	оценка комплектности отдела, подразделения, агентства и соответствия нормативам документационного оформления реализации конкретного продукта (на основе анализа документации отдела, агентства, подразделения, в котором проводится практика);	
	- определение, анализ, оценка коммуникационных показателей предприятия рекламной индустрии (подразделения, в котором проводится практика);	
	- определения цели и задач управления отдела, агентства, подразделения на основе анализа документации;	
	- разработка основных методов и приемов планирования, организации, мотивации и координации деятельности отдельных сотрудников объекта рекламной индустрии;	
	- формирование заключительного отчета практиканта, включающего рекомендации по использованию инструментов планирования производства коммуникационного продукта; инструментов реализации коммуникационного продукта; анализом технологий медиапланирования; организации специальных мероприятий; современными техническими средствами и основными технологиями цифровых коммуникаций;	
	- подготовка отчета по практике для защиты его на конференции.	

Руководитель

\_\_\_\_\_  
(подпись) (ФИО) / \_\_\_\_\_ /  
(организации)

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**Приложение 5 - Шаблон учета ежедневной работы студента заочной формы обучения в соответствии с рабочим графиком, программой и заданием по прохождению производственной (профессионально-творческой) практики**

УЧЕТ ЕЖЕДНЕВНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТА В СООТВЕТСТВИИ С РАБОЧИМ ГРАФИКОМ, ПРОГРАММОЙ И ЗАДАНИЕМ ПО ПРОХОЖДЕНИЮ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКОЙ) ПРАКТИКИ

Студент \_\_\_\_\_ (ФИО)

курс 3 (4) уч. группа 05330з (05430з)

направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Срок прохождения с \_\_\_\_\_ г. по \_\_\_\_\_ г.

Место практики \_\_\_\_\_ (наименования организации)

Дата	Выполняемая работа ( <i>соответствует заданиям рабочего графика</i> )	Подпись руководителя практики
	- сбор материала и обобщение собранного материала по анализу деятельности предприятия рекламной индустрии (базы практики) по продвижению и реализации коммуникационного продукта;	
	оценка комплектности отдела, подразделения, агентства и соответствия нормативам документационного оформления реализации конкретного продукта (на основе анализа документации отдела, агентства, подразделения, в котором проводится практика);	
	- активное использование свободной коммуникации, в том числе на иностранном(ых) языке(ах) в профессиональной сфере;	
	- определение, анализ, оценка коммуникационных показателей предприятия рекламной индустрии (подразделения, в котором проводится практика);	
	- определения цели и задач управления отдела, агентства, подразделения на основе анализа документации;	
	- активное использование навыков создания коммуникационных продуктов с учетом тенденций развития общественных и государственных институтов.	
	- разработка основных методов и приемов планирования, организации, мотивации и координации деятельности отдельных сотрудников объекта рекламной индустрии;	
	- разработка рекомендаций по организации и управлению деятельности предприятия рекламной индустрии по созданию и реализации коммуникационного продукта и соответствия нормативам реализации коммуникационного продукта/проекта; - практическая реализация маркетинговых инструментов; проведения маркетинговых исследований и мониторинга обратной связи; производства коммуникационного продукта и его реализации; - практическая реализация алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; - умение составлять документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и связей с общественностью; - активное использование результатов исследований для планирования рекламной кампании или кампании по связям с общественностью подготовка отчета по практике для защиты его на конференции.	

Руководитель \_\_\_\_\_ (организации)  
\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_  
(подпись) (ФИО)

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

## Приложение 6 – Шаблон отзыва руководителя от кафедры, направляющей студента на практику

МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Московский государственный институт культуры»

Факультет медиакоммуникаций и аудиовизуальных искусств  
Кафедра рекламы и связей с общественностью

### Отзыв

на отчет по	Производственной (профессионально-творческой) практике
студента факультета	МАИС
Ивановой Марии Ивановны	
обучающегося по направлению подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Квалификация	бакалавр
Форма обучения	очная, заочная
Учебная группа №	05230 (05330), 05330з (05430з)

#### 1. Сведения о наличии отчетных документов.

*Дневник прохождения практики*

Представлен.

*Отчет о прохождении практики*

Подготовлен

*Индивидуальное задание для прохождения практики*

Выдано

*Характеристику-отзыв руководителя практики от организации*

Представлена

*Отзыв руководителя практики от МГИК*

Дан

*Учебно-методические документы или иные материалы), подготовленные в ходе практики*

Представлены

## **2 Содержание отчетных документов, представленных студентом**

*Полнота отражения хода практики в дневнике, системность, точность в описании, достоверность*

Дневник составлен полно, с высокой степенью детализации, он дает полное представление о характере деятельности студентки во время прохождения практики.

*Качество отчета о результатах практики, составленного студентом*

Отчет составлен добросовестно (однако в нем присутствуют орфографические ошибки), он подробен и в целом оставляет впечатление завершенного документа. В нем отражена большая часть индивидуального задания, однако не в целом фигурируют не все пункты. Почти ничего не говорится о том, что именно сделала студентка для того, чтобы выполнить тот или иной пункт задания.

*Качество отчетных материалов,*

Отчетные материалы устроили принимавшую организацию.

## **3. Качество выполнения индивидуального задания**

*Соответствие результата, полученного в ходе выполнения практики, заданию, данному студенту*

Индивидуальное задание выполнено не на 100%.

*Объем и качество выполнения индивидуального задания*

В почти полном объеме. То, что выполнено, выполнено с хорошим качеством.

<b>Рекомендуемая оценка:</b>		
Руководитель практики от выпускающей кафедры		

## Приложение 7 – Шаблон дневника производственной (профессионально-творческой) практики

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Московский государственный институт культуры»  
Факультет медиакоммуникаций и аудиовизуальных искусств  
Кафедра рекламы и связей с общественностью

### Д Н Е В Н И К

прохождения Производственной (профессионально-творческой) практики

студента факультета	(ФИО)	МАИС
обучающегося по направлению подготовки (специальности)	42.03.01 Реклама и связи с общественностью	
профиль основной образовательной программы	Для всех профилей подготовки	
Квалификация	бакалавр	
Форма обучения	очная /заочная	
Учебная группа №	05230 (05330) / 05330з (05430з)	
Руководитель практики от института		
Руководитель практики от принимающей организации		
Место прохождения практики:	(Ф.И.О., контактный телефон)	
Срок прохождения практики:	с 2018 г.	по 2018 г.



**ПРОТОКОЛ № \_\_\_\_**  
**защиты производственной (профессионально-творческой) практики**

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Факультет медиакоммуникаций и аудиовизуальных искусств  
 Кафедра рекламы и связей с общественностью

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связей с общественностью  
 Профиль: с 3-го курса

Ф.И.О. студента \_\_\_\_\_, курс \_\_\_\_\_, группа № \_\_\_\_

Вид практики: *учебная (профессионально-ознакомительная)*

Место прохождения практики: \_\_\_\_\_

Срок прохождения практики: с « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. по « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Руководитель практики от вуза: \_\_\_\_\_ Ф.И.О.

Руководитель практики от профильной организации: \_\_\_\_\_ Ф.И.О.

На защиту представлены следующие материалы:

- |   |            |
|---|------------|
| 1. Индивидуальное задание на практику                       | есть / нет |
| 2. Рабочий график (план) проведения практики                | есть / нет |
| 3. Отчет студента о прохождении практики                    | есть / нет |
| 4. Дневник прохождения практики                             | есть / нет |
| 5. Характеристика с места прохождения практики              | есть / нет |
| 6. Договор о сотрудничестве с организацией – базой практики | есть / нет |
| 7. Дополнительные материалы: _____                          | есть / нет |

После сообщения о выполненной работе студенту были заданы следующие вопросы:

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

Признать, что студент выполнил программу практики с оценкой

\_\_\_\_\_  
 Председатель комиссии Ф.И.О.

Члены комиссии Ф.И.О.

Ф.И.О.

Секретарь комиссии Ф.И.О.