

Частное образовательное учреждение высшего образования
«БАЛТИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ ТУРИЗМА И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

УТВЕРЖДЕНО

решением Ученого совета ЧОУ ВО «БАТиП»
(протокол № 2 от 19.09.2016 г.)

Ректор, председатель Ученого совета



(Т.И. Власова)

**ПРОГРАММА
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКИ
НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
42.03.01 «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»**

Уровень высшего образования – бакалавриат

Форма обучения: очная, очно-заочная, заочная

Санкт-Петербург
2016

СОДЕРЖАНИЕ

- 1 Вид практики, способ и формы ее проведения
- 2 Планируемые результаты обучения при прохождении практики, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы
- 3 Место практики в структуре образовательной программы
- 4 Объем практики, ее продолжительность
- 5 Содержание практики
- 6 Формы отчетности по практике
- 7 Перечень учебной литературы, необходимой для проведения практики
- 8 Перечень ресурсов сети «Интернет», необходимых для освоения практики
- 9 Материально-техническая база, необходимая для проведения практики
- 10 Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики
- 11 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по практике
 - 11.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы
 - 11.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания
 - 11.3 Типовые контрольные задания и материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
 - 11.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений навыков и (или) опыта деятельности характеризующих этапы формирования компетенций

1. Вид практики, способ и формы ее проведения

Производственная (преддипломная) практика входит в Блок 2 «Практики» образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Тип производственной (преддипломной) практики – практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности.

Способы проведения производственной (преддипломной) практики: стационарная, выездная.

Форма проведения: дискретно.

Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (преддипломная) является обязательным разделом образовательной программы бакалавра по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Преддипломная практика проводится для выполнения выпускной квалификационной работы.

Цель производственной (преддипломной) практики реализуется в рамках программы и индивидуального задания, соответствующих будущим видам деятельности: организационно-управленческой, проектной и коммуникационной.

Основной целью преддипломной практики является формирование и развитие у студентов профессиональных знаний и навыков в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с темой выпускной квалификационной работы (далее – ВКР), и выполнение индивидуального задания по теме выпускной квалификационной работы, выданной руководителем ВКР.

Важной задачей производственной (преддипломной) практики является подготовка и сбор информации для выполнения выпускной квалификационной работы, а также обобщение материалов, накопленных студентом ранее. Как правило, исходные данные по теме ВКР студенты начинают собирать во время прохождения учебной практики, продолжают в период производственной практики и завершают во время преддипломной практики.

В задачи производственной преддипломной практики входит закрепление и углубление полученных теоретических знаний по общепрофессиональным и специальным дисциплинам, приобретение необходимых практических умений и навыков по избранной специальности, использование результатов практики для подготовки выпускной квалификационной работы.

При выполнении выпускной квалификационной работы студенту следует ознакомиться с литературой, в которой освещается не только отечественный, но и зарубежный опыт деятельности организаций и предприятий в рамках выбранной тематики.

Местом прохождения практики являются PR- и рекламные отделы коммерческих и некоммерческих организаций (как государственные, так и частные); PR- и рекламные агентства Санкт-Петербурга и других городов, редакции печатных периодических изданий; редакции специализированных изданий; радиостанции; телеканалы; информационные агентства; редакции интернет-сайтов, порталов; пресс-службы в организациях (учреждениях, предприятиях) различных организационно-правовых форм.

Проведение практики осуществляется непосредственно на рабочем месте специалиста отдела (подразделения) предприятия (организации) любых форм собственности под непосредственным руководством руководителя специализированных подразделений (служб) (например, руководителя пресс-службы, руководителя проекта в рекламном или коммуникативном агентстве, ивент-менеджера, специалиста по рекламе и/или продвижению, редактора СМИ,

Находясь на рабочем месте в одном из таких подразделений, студенты знакомятся с деятельностью других подразделений по мере выполнения программы практики.

2. Планируемые результаты обучения при прохождении практики, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс прохождения производственной (преддипломной) практики направлен на формирование следующих компетенций:

Код	Наименование компетенции
ОК-5	способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
ОК-6	способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
ОПК-4	умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия
ОПК-5	умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия
ПК-1	способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью
ПК-2	владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы
ПК-4	владение навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)
ПК-5	способность реализовывать проекты и владение методами их реализации
ПК-7	способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий

3. Место практики в структуре образовательной программы

Программа практики предназначена для студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Программа адресована студентам и руководителям практики и направлена на закрепление теоретических знаний и приобретение практических умений и способностей, связанных с профессиональной деятельностью бакалавра.

Настоящая Программа разработана в соответствии с Законом РФ от 29 декабря 2012г. № 273 «Об образовании в Российской Федерации», федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 27 ноября 2015 г. №1383 «Об утверждении положения о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования», «Положения о практике обучающихся, осваивающих образовательные программы высшего образования – программы бакалавриата»,

утвержденного в БАТиП.

Практика студентов является обязательной составной частью основной образовательной программы высшего профессионального образования по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально - практическую подготовку обучающихся.

Организация прохождения практик направлена на обеспечение непрерывности и последовательности овладения студентами общекультурными, общепрофессиональными и профессиональными компетенциями с учетом действующих с 1 января 2015 года профессиональных стандартов, а также с учетом проекта профессионального стандарта специалиста по связям с общественностью, разработанным Российской Ассоциацией по связям с общественностью (РАСО).

4. Объем практики, ее продолжительность

Сроки прохождения практики для студентов очной, очно-заочной и заочной формы обучения устанавливаются в соответствии с Учебным планом и Календарным учебным графиком на соответствующий учебный год.

Общая трудоемкость производственной (преддипломной) практики составляет **16 недель, 24 зачетные единицы, 864 часа.**

5. Содержание практики

Содержание практики определяется индивидуальным заданием с учетом специфики деятельности предприятия (учреждения, организации), в которых студенты проходят практику и темой ВКР.

В процессе прохождения практики предполагается формирование и развитие стратегического мышления, системного видения ситуации, умение участвовать в работе группы людей, подбор необходимых материалов для выполнения выпускной квалификационной работы. Кроме того, она способствует процессу социализации личности обучаемого, усвоению общественных норм, ценностей профессии, а также формированию персональной деловой культуры будущих бакалавров.

При разработке индивидуальных заданий предусматривается соблюдение следующих требований:

- учет уровня теоретической подготовки студента по дисциплинам учебного плана к моменту проведения практики;
- доступность и практическая возможность сбора исходной информации;
- потребности организации, выступающей в качестве базы практики.

Производственная (преддипломная) практика предполагает подготовку аналитических материалов к выпускной квалификационной работе (бакалаврской работе) по предварительно выбранной теме.

Производственная (преддипломная) практика содержит ряд ключевых этапов:

1. Теоретическая подготовка.
2. Практическая работа.
3. Подготовка аналитических материалов.

Производственная (преддипломная) практика является завершающим этапом подготовки бакалавра и проводится для овладения выпускниками профессиональным опытом, проверки профессиональной готовности будущего специалиста к самостоятельной трудовой деятельности и сбора, систематизации и обобщения первичных материалов при выполнении выпускной квалификационной работы. На этом этапе завершается формирование квалифицированного специалиста, способного решать сложные задачи.

В связи с тем, что производственная (преддипломная) практика непосредственно связана с тематикой выпускной квалификационной работы, она должна включать в себя следующие этапы ее реализации:

1. **Теоретический** (*с момента выбора и утверждения темы и до начала самой практики*). Задачами этого этапа является изучение нормативных документов и научных публикаций по соответствующей сфере рекламы и связей с общественностью в целях формирования теоретических представлений об исследуемой проблеме.

2. **Практический** (*собственно практика*). Сбор материалов для получения представления о реальном положении дел в организации/ на предприятии.

3. **Исследовательский** (*с момента окончания практической деятельности и до написания отчета*). Состоит в сопоставлении теоретических представлений и практических данных для разработки предложений по совершенствованию сложившейся практики.

Количество времени, необходимое для прохождения этапов, студент-практикант определяет самостоятельно с учетом рекомендаций научного руководителя и настоящей программы.

При прохождении преддипломной практики обучающийся знакомится с подразделениями организации и основными подсистемами организации. Обучающийся может использовать материалы отчета предыдущей производственной практики, при этом, он должен скорректировать используемые материалы в соответствии с программой преддипломной практики и изменившимися условиями деятельности организации.

Содержание практики, структурированное по закрепляемым навыкам/видам деятельности с указанием отведенного на них количества академических часов и видов выполняемых работ.

№ п/п	Наименование этапа	Содержание раздела (этапа)	Кол-во академических часов, отводимых на каждый вид работ, и формы их выполнения		
			Кол-во академических часов всего	В том числе	
				Под руководством руководителя	Самостоятельно
1.	Подготовительный этап, в том числе исследовательская работа	Изучение и обобщение передового отечественного и зарубежного опыта в области рекламы и связей с общественностью. Подготовка материалов для выпускной квалификационной работы: работа с библиотечным фондом и Интернет-ресурсами. Общее ознакомление с местом прохождения практики (профильной организацией), правилами внутреннего трудового распорядка, прохождения производственного инструктажа, в т.ч. инструктажа по технике безопасности на рабочем месте; ознакомление с корпоративными стандартами профильной организации и нормативной документацией, регламентирующей деятельность организации.	216	8	208
2.	Производственный этап	Сбор и систематизация необходимой для написания ВКР информации, находящейся в открытом и/или служебном доступе базы практики, анализ плановой, отчетной и учетной документации по проектам, специальным событиям, рекламным и коммуникационным компаниям, мониторинги СМИ и т.п. в зависимости от специфики задач ВКР. При необходимости студент должен самостоятельно организовать и провести сбор информации о конкурентах и потребителях услуг организации или клиента-заказчика услуг у рекламного или коммуникационного агентства; а также провести дополнительные исследования путем наблюдения, анкетирования, интервью и т.п. Участие в работе структурного подразделения организации и выполнение профессиональных задач, поставленных	270	8	262

		руководителем практики от профильной организации. Студент должен изучить деятельность подразделения, где он проходит практику, выявить сильные и слабые стороны его работы, предложить обоснованные рекомендации по совершенствованию рекламной или PR-деятельности. Описать свое участие в работе подразделения, разработке рекламных или коммуникативных кампаний.			
3.	Аналитический этап	Обработка, анализ и интерпретация полученных данных с привлечением современных информационных технологий. Формирование окончательных выводов и рекомендаций, разработка конкретных решений, предложений по проблеме, сформулированной в индивидуальном задании к ВКР. Оформление отчета по практике; получение отзывов руководителя практики от профильной организации и научного руководителя.	324	8	316
4.	Отчетный этап	Сдача отчета и подготовка к защите результатов прохождения практики.	54	4	50
ИТОГО			864		

6. Формы отчетности по практике

Содержание раздела (темы)	Формы отчетности и содержание отчетных мероприятий			
	Форма контроля	Вид контрольного мероприятия	Отчетные материалы	Сроки предоставления отчетных материалов
Подготовка материалов для выпускной квалификационной работы: работа с библиотечным фондом и Интернет-ресурсами. Изучение и обобщение передового отечественного и зарубежного опыта в области рекламы и связей с общественностью.	Устная	Защита отчета	Отражение в отчете. Указание в дневнике о выполнении.	В течение 3-х рабочих дней по завершению практики
Общее ознакомление с местом прохождения практики (профильной организацией), правилами внутреннего трудового распорядка, прохождение производственного инструктажа, в т.ч. инструктажа по технике безопасности на рабочем месте; ознакомление с корпоративными стандартами профильной организации и нормативной документацией, регламентирующей	Устная	Опрос на базе практики	Указание в дневнике о выполнении.	В течение 3-х рабочих дней по завершению практики

деятельность организации.				
<p>Сбор и систематизация необходимой для написания ВКР информации, находящейся в открытом и/или служебном доступе базы практики, анализ плановой, отчетной и учетной документации по проектам, специальным событиям, рекламным и коммуникационным компаниям., мониторинги СМИ и т.п. в зависимости от специфики задач ВКР. При необходимости студент должен самостоятельно организовать и провести сбор информации о конкурентах и потребителях услуг организации или клиента-заказчика услуг у рекламного или коммуникационного агентства; а также провести дополнительные исследования путем наблюдения, анкетирования, интервью и т.п.</p> <p>Участие в работе структурного подразделения организации и выполнение профессиональных задач, поставленных руководителем практики от профильной организации.</p> <p>Студент должен изучить деятельность подразделения , где он проходит практику, выявить сильные и слабые стороны его работы, предложить обоснованные рекомендации по совершенствованию рекламной или PR-деятельности. Описать свое участие в работе подразделения.</p>	<p>Письменная Устная</p>	<p>Защита отчета</p>	<p>Отражение в отчете. Указание в дневнике о выполнении.</p>	<p>В течение 3-х рабочих дней по завершению практики</p>
<p>Обработка, анализ и интерпретация полученных данных с привлечением современных информационных технологий. Формирование окончательных выводов и рекомендаций, разработка конкретных решений, предложений по аспектам деятельности коммерческого предприятия, сформулированным в индивидуальном задании и теме ВКР.</p>	<p>Устная Письменная</p>	<p>Защита отчета</p>	<p>Отражение в отчете. Указание в дневнике о выполнении.</p>	<p>В течение 3-х рабочих дней по завершению практики</p>
<p>Оформление отчета по практике; получение отзывов руководителя практики от профильной организации и научного руководителя.</p>	<p>Письменная</p>	<p>Защита отчета</p>	<p>Дневник. Характеристика.</p>	<p>В течение 3-х рабочих дней по завершению практики</p>
<p>Сдача отчета и подготовка к защите результатов прохождения практики.</p>	<p>Устная</p>	<p>Защита отчета</p>	<p>Отчет</p>	<p>В течение 3-х рабочих дней по завершению практики</p>

7. Перечень учебной литературы, необходимой для проведения практики

Вся литература п.7 доступна студентам на портале электронно-библиотечной системы <http://znanium.com/>

Основная литература

1. Реклама [Электронный ресурс] / А.П. Чехов. - М.: Инфра-М, 2015. - 2 с. - Режим доступа <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=518474>
2. Реклама: глубинные смыслы / А.Н. Мудров - М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 101 с.: 60x90 1/16 ISBN 978-5-9776-0385-0
3. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции: Учебное пособие / Чумиков А.Н., Бочарова М.П., Самойленко С.А. - М.: Дело АНХ, 2016. - 520 с.: 60x90 1/16 (Обложка) ISBN 978-5-7749-1135-6
4. Связи с общественностью : Учебное пособие / С.А. Варакута. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 207 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). ISBN 978-5-16-003443-0
5. Связи с общественностью как средства формирования ценностного коммуникативного пространства / Е.А. Осипова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 144 с.: 60x90 1/16 ISBN 978-5-16-103663-1

Дополнительная литература

6. Связи с общественностью в органах власти: Учебник / А.А. Марков. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 190 с.: 60x88 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (обложка) ISBN 978-5-16-006212-9, 500 экз.
7. Связи с общественностью в социальной сфере. Ценностно-ориентированный подход к PR-практике / Осипова Е.А. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 128 с.: 60x90 1/16 ISBN 978-5-16-103662-4
8. Козлова, Н.П. Особенности формирования деловой репутации современной компании: Монография / Н. П. Козлова. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2014. — 376 с. - ISBN 978-5-394-02437-5
9. Корпоративная социальная ответственность: Учебное пособие/В.В.Бондаренко - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 304 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат) (Переплёт 7БЦ) ISBN 978-5-16-010231-3
10. Философия рекламной деятельности: Учебное пособие / Л.М.Дмитриева, Д.К.Красноярова, Н.А.Анашкина; Омский государственный технический университет. - М.:Магистр:НИЦ ИНФРА-М,2013 -256с.: 60x88 1/16. - (Магистратура). (о) ISBN 978-5-9776-0281-5, 500 экз
11. Наружная реклама / Сост. Н.В. Аниськина, Т.Б. Колышкина. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 208 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (о) ISBN 978-5-91134-788-8, 600 экз.
12. Ушанов, П. В. Реклама в телевизионной программе [Электронный ресурс] : учеб. пособие / П. В. Ушанов. – 2-е изд., стер. – М.: ФЛИНТА, 2012. – 51 с. - ISBN 978-5-9765-1486-7.

8. Перечень ресурсов сети «Интернет», необходимых для освоения практики

На практике активно используется проблемное обучение, связанное с решением проблем конкретного объекта исследования; исследовательские методы обучения, связанные с самостоятельным пополнением знаний; проектное обучение, связанное с участием обучающихся в реальных процессах, имеющих место в организациях (учреждениях), информационно-коммуникационные технологии, в том числе доступ в Интернет. Обучающиеся имеют возможность дистанционных консультаций с руководителями

практики от академии посредством электронной почты.

Совокупность способов проведения научных исследований в рамках практики включает в себя как доступ в сеть Интернет, так и использование программных продуктов для обработки аналитических данных.

При возникновении вопросов студент может получить квалифицированную консультацию у преподавателей.

Для обеспечения самостоятельной работы обучающийся в период практики предоставляется возможность:

- ознакомиться и изучить имеющиеся на кафедре учебно-методические материалы (методические рекомендации по организации и проведению практики);
- доступа к информационным ресурсам (статистические базы данных, электронная библиотека);
- сайт профильной организации – базы практики (при наличии).

а) нормативные документы:

Список нормативных правовых документов

1. Федеральный закон РФ «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации» № 160-ФЗ от 13.01.1995 [электронный ресурс] // Институт проблем информационного права [сайт] URL: http://www.medialaw.ru/laws/russian_laws/txt/3.htm.

2. Федеральный закон РФ «О рекламе» № 231-ФЗ от 18.12.2006. [электронный ресурс] // Институт проблем информационного права [сайт] URL: http://www.medialaw.ru/laws/russian_laws/txt/11.htm.

3. Федеральный закон РФ «О средствах массовой информации» № 2124- 1ФЗ от 27.12.1991. (действующая редакция от 01.09.2013). [электронный ресурс] // Институт проблем информационного права [сайт] URL: http://www.medialaw.ru/laws/russian_laws/txt/2.htm.

4. Федеральный закон РФ «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления» № 8-ФЗ от 09.02.2009. [электронный ресурс] // Институт проблем информационного права [сайт] URL:http://www.medialaw.ru/laws/russian_laws/txt/55.htm.

5. Федеральный закон РФ «Об обеспечении доступа к информации о деятельности судов в Российской Федерации» № 262-ФЗ от 22.12.2008. [электронный ресурс] // Институт проблем информационного права [сайт] URL: http://www.medialaw.ru/laws/russian_laws/txt/54.htm.

6. Федеральный закон РФ «Об участии в международном информационном обмене» № 85-ФЗ от 4.07.1996. (в ред. ФЗ 30.06.2003. № 86-ФЗ и 29.06.2004. № 58-ФЗ) [электронный ресурс] // Институт проблем информационного права [сайт] URL: <http://www.femida.info/12/fzouvmo002.htm>.

7. Доктрина информационной безопасности Российской Федерации. Российская газета 25. 11. 2000, № 227 (2591).

8. Концепция совершенствования правового обеспечения информационной безопасности РФ. Проект. Интернет-ресурс проекта «Агентура»: [электронный ресурс]: [сайт] URL <http://www.agentura.ru/dossier/russia/sovbez/docs/concept/>.

Обучающимся обеспечивается доступ к следующим современным **профессиональным базам данных, информационным, справочным и поисковым сетевым ресурсам:**

1. Росстат - www.gks.ru
2. Росбизнесконсалтинг – www.rbc.ru

3. База данных Интерфакс www.interfax.ru
4. Электронная библиотека «Книги по журналистике и ПР»: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Gurn/Index.php
5. Российская государственная библиотека - <http://elibrary.rsl.ru/>
6. Свободная энциклопедия Википедия. <http://ru.wikipedia.org/wiki>
7. Учебный портал «Социальная сеть работников образования»: URL:nsportal.ru.
8. Федеральное хранилище «Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов»: <http://shool-collecion.edu.ru>.
9. Федеральный портал «Российское образование»: http://www.edu.ru/index.php?page_id

9. Материально-техническая база, необходимая для проведения практики

Материально-техническая база Академии представлена аудиториями для занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, кабинетами для самостоятельной подготовки. Аудитории оснащены видеопроекторным оборудованием, средствами звуковоспроизведения, персональными компьютерами с выходом в сеть Интернет.

Материально-техническая база предприятия, на котором проводится практика, должна соответствовать действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Местом прохождения практики являются PR- и рекламные отделы коммерческих организаций, PR- и рекламные агентства Петербурга и других городов, редакции печатных периодических изданий; редакции специализированных изданий; радиостанции; телеканалы; информационные агентства; редакции интернет-сайтов, порталов; пресс- службы.

Разделы практики	Наименование оборудованных объектов для выполнения работ по программе практики с перечнем основного оборудования и программного обеспечения	Вид и / или наименование базы прохождения практики, обладающей необходимой МТБ
Подготовительный этап, включающий исследовательскую работу	кабинет для самостоятельной подготовки, оборудованный выходом в сеть Интернет и ЭИОС, доступ к информационным ресурсам (электронная библиотека); Microsoft® Office®	образовательная организация / отделы рекламы, отделы связей с общественностью, пресс-службы, рекламные, брендинговые, коммуникационные, диджитал, ивент и креативные агентства
Производственный этап	—	отделы рекламы, отделы связей с общественностью, пресс-службы, рекламные, брендинговые, коммуникационные, диджитал, ивент и креативные агентства
Аналитический этап	—	отделы рекламы, отделы связей с общественностью,

		пресс-службы, рекламные, брендинговые, коммуникационные, диджитал, ивент и креативные агентства
Отчетный этап	кабинет для самостоятельной подготовки, оборудованный выходом в сеть Интернет и ЭИОС; кабинет для текущего и контроля и промежуточной аттестации Microsoft® Office®	образовательная организация/ отделы рекламы, отделы связей с общественностью, пресс-службы, рекламные, брендинговые, коммуникационные, диджитал, ивент и креативные агентства

10.Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики

При ведении практических занятий по всем темам активно используется компьютерная техника для демонстрации слайдов с помощью программного приложения Microsoft Power Point. На отчетах по преддипломной практике студенты представляют презентации, подготовленные с помощью программного приложения Microsoft Power Point, подготовленные ими в часы самостоятельной работы. Информационные технологии: – сбор, хранение, систематизация и выдача учебной и научной информации; – обработка текстовой, графической и эмпирической информации; – подготовка, конструирование и презентация итогов исследовательской и аналитической деятельности; – самостоятельный поиск дополнительного учебного и научного материала, с использованием поисковых систем и сайтов сети Интернет, электронных энциклопедий и баз данных; – использование электронной почты преподавателей и обучающихся для рассылки, переписки и обсуждения возникших учебных проблем. В ходе реализации целей и задач преддипломной практики обучающиеся могут при необходимости использовать возможности информационно-справочных систем, электронных библиотек и архивов.

Информационно-справочные и информационно-правовые системы:

- 1.Справочная правовая система ГАРАНТ (интернет-версия). URL: <http://www.garant.ru/iv/> –
2. Консультант Плюс. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_160060/
3. Деловая онлайн-библиотека. URL: <http://kommersant.org.ua/> Электронные архивы.

11. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по практике

11.1 Перечень компетенций с указанием этапов формирования в процессе освоения образовательной программы

Индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее часть)	Раздел практики, обеспечивающий этапы формирования компетенции (или ее части)	В результате прохождения раздела практики, обучающего формированию компетенций (или ее части) обучающийся должен:		
			Знать	Уметь	владеть
ОК-5	способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	I-IV	<ul style="list-style-type: none"> - основы современного русского языка и культуры речи; - основные принципы построения монологических текстов и диалогов; - характерные свойства русского языка как средства общения и передачи информации 	<ul style="list-style-type: none"> - использовать знание навыков общения в профессиональной деятельности; - применять методы анализа при работе с информацией 	<ul style="list-style-type: none"> - основами деловых коммуникаций и речевого этикета; - навыками грамотного письма и устной речи, способностью к коммуникациям в профессиональной деятельности, культурой речи
ОК-6	способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	II	<ul style="list-style-type: none"> - специфику общения в коллективе; - принципы толерантности и нормы взаимодействия в коллективе; - принципы взаимодействия в коллективе, обеспечивающие эффективность работы 	<ul style="list-style-type: none"> - учитывать индивидуальные психологические особенности, социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия при решении широкого круга задач; - устанавливать позитивные отношения во взаимодействии с другими членами коллектива 	<ul style="list-style-type: none"> - навыками толерантного поведения; - навыками регуляции поведения в коллективе; - навыками взаимодействия в коллективе в ходе творческого решения профессиональных задач
ОПК-4	умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	II	<ul style="list-style-type: none"> - методы планирования рекламных и коммуникационных кампаний; - технологии организации мероприятий и специальных событий - особенности партнерства в деловой сфере 	<ul style="list-style-type: none"> - разделять планирование на этапы, зоны ответственности членов команды; формировать дедлайны и обозначать реперные точки планируемых кампаний и мероприятий - определить расчетным путем ключевые показатели рекламной кампании - проанализировать эффект коммуникационной кампании - рассчитывать бюджеты планирующихся кампаний и 	<ul style="list-style-type: none"> - навыками поиска оптимальных решений в условиях неопределенности - навыками расчета бюджетов рекламных кампаний - навыкам планирования командной работы - навыками тайм-менеджмента

				мероприятий	
ОПК-5	умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	II IV	<ul style="list-style-type: none"> - основные методы и приемы устной, письменной, виртуальной и смешанной коммуникации в различных жанрах деловых коммуникаций; - способы делового общения, публичных выступлений, переговоров, проведения совещаний, деловой переписки, электронных коммуникаций 	<ul style="list-style-type: none"> - анализировать логическую структуру и определять степень аргументированности письменной и устной речи; - создавать различные типы рекламных и PR-текстов 	<ul style="list-style-type: none"> - навыками ведения деловой переписки; - навыками поддержки электронных коммуникаций - навыками создания рекламного медиаконтента - навыками спичрайтинга и копирайтинга
ПК-1	способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью	II, III	<ul style="list-style-type: none"> - основы менеджмента организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью - принципы, методы и показатели оценки эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью - особенности проведения мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок - Принципы оперативного планирования, нормирования и контроля рекламной работы, деятельности по связям с общественностью 	<ul style="list-style-type: none"> - методиками оценки эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью - технологиями организации и реализации мероприятий по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок - методиками оперативного планирования и оперативного контроля рекламной работы, деятельности по связям с общественностью 	<ul style="list-style-type: none"> - навыками расчета показателей оценки эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью - проведения мероприятий по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок - нормирования и контроля рекламной работы, деятельности по связям с общественностью
ПК-2	владение навыками по организации и оперативному планированию своей	III	<ul style="list-style-type: none"> - теоретико-методологические основы стратегического менеджмента; - методологию анализа и диагностики стратегической 	<ul style="list-style-type: none"> - формировать целевые ориентиры подразделения рекламы и связей с общественностью; - моделировать сценарии развития организации с учетом изменений 	<ul style="list-style-type: none"> - методикой проведения ситуационного и стратегического анализа деятельности организации; - проведения диагностики

	деятельности и деятельности фирмы		среды; - процедуру формирования стратегии; - алгоритм реализации стратегии организации	среды; - применять научные подходы, методы системного анализа	стратегической позиции организации на рынке; - практической разработки стратегии для конкретных объектов управления
ПК-4	владение навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)	II, III	- нормативную базу, регулирующую и регламентирующую структуру и принципы составления соглашения, договора, контракта; - основные разделы ТЭО, бизнес-планов, экономический смысл показателей, входящих в ТЭО и Бизнес-план - принципы составления креативного брифа	- методиками навыками расчетов экономических и финансовых показателей бизнес-плана - приемами стилистики написания соглашения, договора, контракта - правилами и приемами написания креативного брифа - разработки и оформления технико-экономического обоснования	- навыками расчетов экономических и финансовых показателей бизнес-плана - составления соглашения, договора, контракта - написания креативного брифа - разработки и оформления технико-экономического обоснования
ПК-5	способность реализовывать проекты и владение методами их реализации	II	- теоретические аспекты управления проектом; - процесс информационного обеспечения управления проектом; - особенности и специфику управления конкретным проектом	- сформировать бизнес-план проекта; - доказать инвестиционную привлекательность проекта; - определить эффективность бизнес-плана	- методиками разработки концепции проекта
ПК-7	способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	II	- структуру медиа-плана и содержание его основных разделов; - принципы разработки медиаплана и плана мероприятия; - технологию составления тайминга мероприятия; - методику разработки основных показателей эффективности коммуникационных и рекламных кампаний	- координировать деятельность исполнителей; - диагностировать и устранять проблемы в реализации рекламных и коммуникационных кампаний и мероприятий	- навыками управления проектом; - современным инструментарием управления человеческими ресурсами - навыками проведения мероприятий

11.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Успешность прохождения практики характеризуется качественной оценкой сформированности компетенций на основе критериев их освоения по 3 уровням: высокий, средний, низкий.

Уровни (показатели) сформированности компетенции	Критерии оценивания компетенций
Низкий уровень	Показывает удовлетворительный уровень знания категорий, перечисленных в разделе «знать» соответствующей компетенции; с помощью руководителя способен показать умения, перечисленные в разделе «уметь» соответствующей компетенции; с помощью руководителя способен показать владение основными приемами и методами, перечисленными в разделе «владеть» соответствующей компетенции.
Средний уровень	Показывает хороший уровень знания категорий, перечисленных в разделе «знать» соответствующей компетенции; Самостоятельно способен показать умения, перечисленные в разделе «уметь» соответствующей компетенции; Самостоятельно способен показать владение основными приемами и методами, перечисленными в разделе «владеть» соответствующей компетенции.
Высокий уровень	Показывает отличный уровень знания категорий, перечисленных в разделе «знать» соответствующей компетенции; Способен предложить собственный подход к реализации умений, перечисленных в разделе «уметь» соответствующей компетенции; Способен предложить собственный подход к владению основными приемами и методами, перечисленными в разделе «владеть» соответствующей компетенции.

Итоговая оценка за практику складывается из оценок: за самостоятельную работу, дневник (перечень выполненных работ) и защиту отчёта. Итоговая оценка выставляется в зачетную книжку по 5-балльной шкале.

Шкалы оценки результатов

Качество освоения практики	Уровневая шкала	Отметка по 5-балльной шкале
Высокое	Высокий уровень	«отлично» / «5»
Среднее	Средний уровень	«хорошо» / «4»
Низкое	Низкий уровень	«удовлетворительно» / «3»
Не освоено	Не освоено	«неудовлетворительно» / «2»

Критерии оценивания приведены в таблице:

Оценка по практике	Критерии оценивания
«отлично»	– полное и исчерпывающее изложение материала в отчете; – актуальность и достоверность предоставленной в отчете информации; – свободное владение содержанием работы, которая проводилась на практике, четкое понимание ее сущности; – полное знание материала по конкретной проблематике; – умение студента отвечать на проблемные вопросы, связанные с содержанием выполненной работы.
«хорошо»	– неполное изложение материала или неполное соответствие содержания работы требованиям программы практики (75–90 % охвата указанных в программе прохождения практики заданий); – актуальность и достоверность предоставленной в отчете информации; – при защите отчета и ответах на вопросы были допущены незначительные ошибки.
«удовлетворительно»	– неполное изложение материала или неполное соответствие содержания работы требованиям программы практики (50–74 % охвата указанных в программе прохождения практики заданий); – неактуальность или устарелость поданной в отчете информации; – при защите отчета и ответах на вопросы были допущены существенные ошибки.
«неудовлетворительно»	– неполное изложение материала или неполное соответствие содержания работы требованиям программы практики (менее 50 % охвата указанных в программе прохождения практики заданий); – недостоверность поданной в отчете информации; – характер ответов дает основание утверждать, что лицо, которое защищает отчет по практике, неправильно поняло содержание практики и поэтому не отвечает на вопросы по существу, допускает грубые ошибки при ответах на вопросы.

11.3. Типовые контрольные задания и материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Отчет по производственной (преддипломной) практике включает в себя:

- 1) индивидуальное задание по практике;
- 2) исследовательские и аналитические материалы, выполненные в соответствии с программой и индивидуальным заданием на практику;
- 3) дневник практики – краткое содержание выполненных работ и сроки изучения в соответствии с темами программы практики;
- 4) характеристику, заполненную и подписанную руководителем практики от профильной организации.

В качестве приложения к отчету могут быть предоставлены должностные инструкции, рабочие материалы, стандарты, программы и другая документация, в разработке которой студенты принимали участие в ходе практики, а также самостоятельно разработанные презентации, реклама организации и т.п.

Материалы, подготовленные во время практики в соответствии с ее видом и задачами: Публикации (размещаются на стандартных листах формата А4 с указанием названия издания, номером и датой его выхода). - опубликованные материалы, где указаны настоящие фамилия и имя автора публикации, редакцией не заверяются; - авторство публикаций без подписи или под псевдонимом подтверждается редакцией в обязательном порядке (ставится

подпись ответственного лица, заверенная печатью организации);

- авторство материалов, принятых к публикации, но не опубликованных по независящим от студента причинам подтверждается редакцией в обязательном порядке (ставится дата, подпись ответственного лица, заверенная печатью организации). Аудио- и видеоматериалы: расшифровки радио – и телематериалов заверяются редакцией, если студент не предоставляет записи сюжетов на аудио или видео-носителях (ставится подпись ответственного лица, заверенная печатью организации); записи аудио -или видеосюжетов предоставляются на CD или DVD–дисках. PR- и рекламные материалы (PR-тексты, сценарии, медиа-планы и т.д.) заверяются куратором практики от организации (ставится подпись ответственного лица, заверенная печатью организации); Макеты сверстанных полос и рекламных модулей, фотоматериалы, материалы, опубликованные на информационных сайтах заверяются руководителем редакции/организации/Интернет- ресурса (ставится подпись ответственного лица, заверенная печатью организации).

Работа над отчетом по практике должна позволить руководителю оценить уровень развития общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций.

Текст отчета должен быть подготовлен с использованием компьютера в MO Word, распечатан на одной стороне белой бумаги формата А4 (210x297 мм). Цвет шрифта - черный, межстрочный интервал - полуторный, гарнитура - Times New Roman, размер шрифта - 14 кегль.

Оформление должно соответствовать действующим стандартам:

ГОСТ Р 7.0.5-2008 Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления. Введен 28 апреля 2008 г. № 95-ст.

ГОСТ 7.32-2001 Отчет о научно-исследовательской работе. Введен 2002-07-01.

ГОСТ 2.105-95 Общие требования к текстовым документам. Введен 1996-07-01.

11.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений навыков и (или) опыта деятельности характеризующих этапы формирования компетенций

Контроль успеваемости и качества подготовки обучающихся проводится с целью получения необходимой информации о выполнении ими графика образовательного процесса, установления качества усвоения учебного материала, степени достижения поставленной цели обучения, стимулирования самостоятельной работы обучающихся, совершенствования методики проведения занятий в рамках компетентностного подхода.

Оценочные средства

<i>Наименование оценочного средства</i>	<i>Краткая характеристика оценочного средства</i>	<i>Шкала оценки</i>
Практическая работа (дневник практики)	Средство проверки владения методами и приемами, изученными на практике	Уровневая шкала
Доклад-сообщение (защита практики)	Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов по итогам практики	Уровневая шкала
Характеристика от профильной организации	Определение степени освоения тех или иных компетенций путем проставления экспертных оценок по шкале, представленной в оценочной форме	Уровневая шкала

Методы оценки компетенций

<i>Название метода</i>	<i>Краткое описание метода</i>	<i>Эксперт оценки</i>
------------------------	--------------------------------	-----------------------

Оценка достигнутых результатов	Устное или письменное описание конкретной работы, выполненной студентом	Руководитель практики от академии
Метод экспертных оценок	Определение степени проявления тех или иных качеств путем проставления экспертных оценок по определенной совокупности шкал, представленных в оценочной форме.	Руководитель практики от профильной организации
Собеседование	В свободной форме или по заранее составленной программе проводится обсуждение планов и результатов работы	Руководитель практики от академии

Промежуточная аттестация проводится в целях проверки усвоения обучающимися практики. Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой.

Зачет с оценкой по итогам практики имеет целью всестороннее выявление и оценку теоретических знаний и практических навыков обучающихся и проводится в виде устного опроса по разделам практики и защиты отчета. Вопрос (вопросы) обучающемуся назначается преподавателем.

При оценке теоретических знаний и практических навыков обучающихся учитывается соответствие выполненных работ индивидуальному заданию, характеристика, полученная от профильной организации.

Результаты контроля успеваемости определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно». Положительная оценка («отлично», «хорошо», «удовлетворительно») заносится в экзаменационную ведомость и зачетную книжку. Оценка «неудовлетворительно» выставляется только в экзаменационную ведомость.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1

**Частное образовательное учреждение высшего образования
«Балтийская академия туризма и предпринимательства»**

**Отчет
по производственной (преддипломной) практике**

**Направление подготовки
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
Бакалавриат**

**ФАКУЛЬТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА
КАФЕДРА МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ**

Студента(-ки)

ФИО

Курс _____ Группа _____

Проверил _____

Санкт-Петербург
20_____

Частное образовательное учреждение высшего образования
«Балтийская академия туризма и предпринимательства»

**ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ
НА ПРОИЗВОДСТВЕННУЮ (ПРЕДДИПЛОМНУЮ) ПРАКТИКУ**

Студента(-ки) _____
(фамилия, имя, отчество)

Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Место прохождения практики _____

Сроки прохождения практики _____

Тема выпускной квалификационной работы: _____

ЗАДАНИЕ:

Общая часть:

1. Собрать и проанализировать сведения об организации, ее внешней и внутренней среде (история, организационная структура, продукты/услуги). Проанализировать реализуемую стратегию и тактику работы организации в сфере рекламы и связей с общественностью.
2. Провести анализ экономического положения и конкретного окружения по методикам SWOT-/Pest-/content-анализа/коммуникационного аудита.
3. Провести мониторинг упоминаний организации или ее клиента в СМИ, проанализировать полученные результаты.
4. Составить опросные листы для сотрудников или клиентов организации в зависимости от специфики темы ВКР, проанализировать результаты.
5. Выявить ключевые проблемы организации и рассмотреть опыт решения аналогичных задач в отечественной и зарубежной научной литературе и деловой прессе.

Вариативная часть (в соответствии с темой ВКР):

6. _____
-
-
-
-

Задание принял:

Студент _____
(Фамилия И.О.) (Подпись)

Научный руководитель
_____ (Фамилия И.О.)

Руководитель практики
от профильной организации
_____ (Фамилия И.О.)
М.П.

ДНЕВНИК

Производственная (преддипломная) практика

Сроки выполнения работ	Виды выполняемых работ

Студент _____ (ФИО) _____ (подпись)

« ____ » _____ 201_ г.

Содержание и объем выполненных работ подтверждаю

Руководитель практики
от Академии

_____ (Фамилия И.О.)

Руководитель практики
от профильной организации

_____ (Фамилия И.О.)

М.П.

ХАРАКТЕРИСТИКА

Студент _____
(Фамилия, Имя, Отчество)

проходил практику в _____
(наименование организации)

Сроки прохождения практики: _____

*За время прохождения производственной (преддипломной) практики студент показал следующий уровень освоения **общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных** компетенций:*

– способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5)

Высокий уровень

Средний уровень

Низкий уровень

– способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6)

Высокий уровень

Средний уровень

Низкий уровень

– умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4)

Высокий уровень

Средний уровень

Низкий уровень

– умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК- 5)

Высокий уровень

Средний уровень

Низкий уровень

– способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК- 1)

Высокий уровень

Средний уровень

Низкий уровень

– владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2)

Высокий уровень

Средний уровень

Низкий уровень

– владение навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4)

Высокий уровень

Средний уровень

Низкий уровень

– способность реализовывать проекты и владение методами их реализации (ПК-5)

Высокий уровень

Средний уровень

Низкий уровень

– способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7)

Высокий уровень

Средний уровень

Низкий уровень

Общекультурные компетенции

освоены / не освоены

Общепрофессиональные компетенции

освоены / не освоены

Профессиональные компетенции

освоены / не освоены

Руководитель практики от профильной организации

(должность)

(подпись)

(ФИО)

« ____ » ____ 201_ г.

М.П.