

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

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

Способы проведения производственной практики: стационарная, выездная.

Форма проведения: дискретно.

Практика является обязательным разделом основной образовательной программы бакалавра по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Она определяет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся.

Практика обеспечивает закрепление и расширение теоретических знаний, полученных при изучении общепрофессиональных и специальных дисциплин, овладение навыками практической работы, а также приобретение опыта работы в трудовом коллективе.

Цель производственной практики - формирование основ профессиональных компетенций студентов, закрепление и углубление теоретических знаний, полученных в процессе обучения, приобретение навыков аналитической и исследовательской работы на основе изучения опыта и участия в реальных условиях работы в конкретной организации.

Задачи производственной практики:

- приобретение знаний в области практической реализации рекламы и связей с общественностью в современной организации;
- сбор практических материалов по темам практики и представление их в отчете;
- обобщение полученных данных и оценка организации работы специалиста на объекте прохождения практики, формулирование грамотных выводов для принятия и реализации управленческих решений.

Студент, обучающийся по направлению «Реклама и связи с общественностью», решает следующие профессиональные задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности:

Организационно-управленческая деятельность:

- участие в управлении, планировании и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации;
- участие в формировании эффективных внутренних коммуникаций, создании благоприятного психологического климата в коллективе;

Проектная деятельность:

- участие в проектировании программ и отдельных мероприятий в области рекламы и связи с общественностью, обеспечение средств и методов реализации проектов, участие в организации работы проектных команд;
- подготовка проектной и сопутствующей документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);

Коммуникационная деятельность:

- участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации;
- участие в формировании и поддержании корпоративной культуры.

При прохождении практики в сторонней организации с ее стороны, при наличии такой возможности, выделяется куратор, который осуществляет организационно-техническую поддержку и контроль работы студента на месте практики.

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

Процесс прохождения производственной практики направлен на формирование следующих компетенций:

Код	Наименование компетенции
ОК-3	способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности
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-1	способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах
ОПК-2	владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью
ОПК-3	обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга
ОПК-6	способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности
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-3	владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами
ПК-4	владение навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)
ПК-7	способностью 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 2012 г. № 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 образовательной программы высшего образования по направлению подготовки «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.

4. Объем практики, ее продолжительность

Сроки прохождения производственной практики для студентов очной, очно-заочной и заочной формы обучения устанавливаются в соответствии с Учебным планом и Календарным учебным графиком на соответствующий учебный год. Производственная практика проводится дискретно путем чередования в календарном учебном графике периодов учебного времени для проведения практик с периодами учебного времени для проведения теоретических занятий и состоит из 2 частей.

Общая трудоемкость производственной практики составляет **16 недель, 24 зачетные единицы, 864 часа**, в том числе

1 часть – 8 недель, 12 зачетных единиц, 432 часа;

2 часть – 8 недель, 12 зачетных единиц, 432 часа.

5. Содержание практики

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

Производственная практика направлена на получение профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, развитие практических навыков использования современных компьютерных и телекоммуникационных технологий. Производственная практика способствует процессу социализации личности обучаемого, усвоению общественных норм, ценностей профессии, а также формированию персональной деловой культуры будущих бакалавров.

Основные этапы прохождения практики (подготовительный, исследовательский, аналитический и заключительный) включают в себя:

В период подготовительного этапа:

– производится организационное оформление практики, включающее: общее ознакомление с базой практики и местом прохождения практики;

– ознакомление с предприятием (учреждением, организацией), правилами внутреннего трудового распорядка, производственный инструктаж, в т.ч. инструктаж по технике безопасности;

– ознакомление с корпоративными стандартами предприятия (учреждения, организации).

Исследовательский этап включает:

Заключительный этап включает:

- формирование окончательных выводов и рекомендаций, разработка конкретных решений, предложений по повышению эффективности деятельности отделов рекламы и связей с общественностью предприятия (учреждения, организации) т.д.;
- оформление отчета по практике;
- получение отзывов руководителя практики от предприятия (учреждения, организации).

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

ЧАСТЬ 1

№ п/п	Наименование темы	Содержание раздела (темы)	Кол-во академических часов, отводимых на каждый вид работ, и формы их выполнения		
			Кол-во академических часов всего	В том числе	
				Под руководством преподавателя/руководителя от предприятия	Самостоятельно
1.	Общая характеристика организации	Изучение правил техники безопасности на рабочем месте. Основные виды деятельности, размеры и масштаб деятельности, форма собственности, время образования и основные этапы развития, географическое положение, особенности производства и управления. Стратегические цели и основные стратегии, эффективность деятельности организации и системы управления.	72	12	60
2.	Деятельность отдела рекламы и/или связей с общественностью и/или медиа-агентства	Участие в работе отдела рекламы и/или связей с общественностью. Выполнение под руководством задания по написанию рекламных текстов, рг-текстов. Работа в команде по созданию креативного продукта. Освоение техник общения с клиентами и проведения переговоров. Овладение системой управления корпоративным сайтом.	144	14	130
3.	Специфика функционирования отдела рекламы/связей с общественностью/медиа-агентства	Личное участие под контролем руководителя практики со стороны предприятия в проведении мероприятий по повышению имиджа организации, продвижении товаров и услуг фирмы на рынок. Анализ и оценка эффективности рекламной деятельности предприятия (организации, учреждения), например, эффективности рекламных и/или коммуникационных компаний.	216	26	190
ИТОГО			432		

ЧАСТЬ 2

№ п/п	Наименование темы	Содержание раздела (темы)	Кол-во академических часов, отводимых на каждый вид работ, и формы их выполнения		
			Кол-во академиче- ских часов всего	В том числе	
				Под руководством преподавателя/ руководителя от предприятия	Самостоя- тельно
1.	Общая характеристика организации	Изучение правил техники безопасности на рабочем месте. Основные виды деятельности, размеры и масштаб деятельности, форма собственности, время образования и основные этапы развития, географическое положение, особенности производства и управления. Стратегические цели и основные стратегии, эффективность деятельности организации и системы управления.	18	2	16
2.	Специфика проектной деятельности в рекламе и связях с общественностью	Освоение навыков работы в проекте, формирования команды. Изучение специфики реализации различных этапов проекта. Работа под руководством над бизнес-планом проекта.	36	6	30
3.	Баланс свободы и ограничений творческого процесса в деятельности специалиста рекламы и PR	Изучение системы дедлайнов (утвержденных сроков сдачи проектов) в рекламном бизнесе и PR-работе. Освоение приемов тайм-менеджмента для управленческого и творческого персонала. Изучение специфики работы с фрилансерами.	36	6	30
4.	Планирование рекламной и/или коммуникационной кампании.	Участие под руководством в работе над аналитической частью подготовки рекламной и/или коммуникационной кампании.	108	18	90
5.	Организация производства и размещения рекламных и материалов, проведение специальных мероприятий.	Производство медиа-материалов, составление медиа-плана. Оперативный контроль за исполнением медиапланов размещения рекламных материалов. Подготовка и проведение пресс-конференций, брифингов,	108	18	90

		пресс-туров, рекламных акций, специальных событий. Участие в производстве рекламного продукта.			
6.	Анализ эффективности деятельности отдела рекламы и связей с общественностью	Проведение анализа деятельности отдела рекламы /связей с общественностью в целом за конкретный период или по отдельным проектам. Написание отчетов по разным видам выполненных работ.	108	18	90
7.	Информационная система управления	Поиск профессиональной информации в СМИ и Интернете. Характеристика общей схемы информационных потоков в организации, основные средства передачи и преобразования информации, основное программное обеспечение, эффективность информационной системы.	18	4	14
ИТОГО			432		

6. Формы отчетности по практике

Содержание раздела (темы)	Формы отчетности и содержание отчетных мероприятий			
	Форма контроля	Вид контрольного мероприятия	Требования к содержанию отчетных материалов	
			Отметка в дневнике о выполнении	Сроки предоставления отчетных материалов
Изучение правил техники безопасности на рабочем месте. Основные виды деятельности, размеры и масштаб деятельности, форма собственности, время образования и основные этапы развития, географическое положение, особенности производства и управления. Стратегические цели и основные стратегии, эффективность деятельности организации и системы управления.	Устная	Опрос на БП	Отметка в дневнике о выполнении	В течение 3-х рабочих дней по завершению практики
Освоение навыков работы в проекте, формирования команды. Изучение специфики реализации различных этапов проекта. Работа под руководством над бизнес-планом проекта.	Устная	Защита отчета	Отражение в отчете	В течение 3-х рабочих дней по завершению практики
Изучение системы дедлайнов в рекламном бизнесе	Устная	Защита отчета	Отражение в отчете	В течение 3-х рабочих дней по

и PR работе. Освоение приемов тайм менеджмента управленца и творческого работника. Изучение специфики работы с фрилансерами.				завершению практики
Участие под руководством в работе над аналитической частью подготовки рекламной и/или коммуникационной кампании.	Устная	Защита отчета	Отражение в отчете	В течение 3-х рабочих дней по завершению практики
Производство медиа-материалов, составление медиа плана. Оперативный контроль за исполнением медиапланов размещения рекламных материалов. Подготовка и проведение пресс-конференций, брифингов, пресс-туров, рекламных акций, специальных событий. Участие в производстве рекламного продукта.	Устная	Защита отчета	Отражение в отчете	В течение 3-х рабочих дней по завершению практики
Проведение анализа деятельности отдела рекламы и/или связей с общественностью в целом за период или по отдельным проектам. Написание отчетов по разным видам выполненных работ.	Устная	Защита отчета	Отражение в отчете	В течение 3-х рабочих дней по завершению практики
Поиск профессиональной информации в СМИ и Интернете. Характеристика общей схемы информационных потоков в организации, основные средства передачи и преобразования информации, основное программное обеспечение, эффективность информационной системы.	Устная	Защита отчета	Отражение в отчете	В течение 3-х рабочих дней по завершению практики

7. Перечень учебной литературы, необходимой для проведения практики

Основная литература:

1. Зельманов, Альберт Бенцианович. Связи с общественностью в социальной сфере : учеб. пособие для студ. вузов.- СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2008.
2. Теория и практика связей с общественностью : учеб. для студ. вузов. - СПб. : Питер, 2010.
3. Ромат Е.В. Реклама.- СПб.: Питер, 2009.

Дополнительная литература:

1. Ильин, А. С. Теория и практика связей с общественностью : курс лекций. - М. : КНОРУС, 2009.
2. Гусаров Ю.В. Менеджмент рекламы. - М. : Экономика, 2009.
3. Костина А.В. Основы рекламы : учеб. пособие для студ. вузов, обуч. по гуманитар. спец. - М. : КНОРУС, 2009.
4. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз. - М.: ИТК Дашков и Ко, 2010.

Статистические данные:

1. Статистика Банка России. <http://cbr.ru/>
2. Статистические материалы Федеральной службы государственной статистики РФ. <http://gks.ru/>
3. Российский статистический ежегодник. Статистический сборник / Федеральная служба государственной статистики.
4. Центральная база статистических данных: Федеральная служба государственной статистики. <http://www.gks.ru/dbscripts/Cbsd/DBInet.cgi>

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:

- Федеральный закон РФ № 273 ФЗ от 29.12.2012 г. «Об образовании в Российской Федерации».
- Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

- Приказ Министерства образования и науки РФ № 1383 от 27.11.2015 г. «Об утверждении Положения о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования»;

Обучающимся обеспечивается доступ к следующим современным

профессиональным базам данных:

1. Фонд защиты гласности – официальный сайт <http://www.gdf.ru/>
2. Центр экстремальной журналистики – официальный сайт <http://www.cjes.ru/>
3. Электронная библиотека «Книги по журналистике и ПР»: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Gurn/Index.php
4. Российская государственная библиотека - <http://elibrary.rsl.ru/>
5. Свободная энциклопедия Википедия. <http://ru.wikipedia.org/wiki>
6. Учебный портал «Социальная сеть работников образования»: URL: nsportal.ru.
7. Федеральное хранилище «Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов»: <http://shool-collecion.edu.ru>.
8. Федеральный портал «Российское образование»: http://www.edu.ru/index.php?page_id

информационным справочным и поисковым системам:

1. 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.

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.

Базой проведения практики являются сторонние организации (пресс- служба, пресс-центр предприятия, организации, государственной структуры, специализированное рекламное, информационное или PR-агентство, отделы рекламы и/или связей с общественностью предприятий и организаций и т.п.).

Разделы практики	Способы проведения 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
Общая характеристика организации	стационарная, выездная	–	отделы рекламы, отделы связей с общественностью, пресс-службы, рекламные, брендинговые, коммуникационные, диджитал, ивент и креативные агентства

Специфика проектной деятельности в рекламе и связях с общественностью	стационарная, выездная	—	отделы рекламы, отделы связей с общественностью, пресс-службы, рекламные, брендинговые, коммуникационные, диджитал, ивент и креативные агентства
Баланс свободы и ограничений в творческого процесса в деятельности специалиста рекламы и PR	стационарная, выездная	—	отделы рекламы, отделы связей с общественностью, пресс-службы, рекламные, брендинговые, коммуникационные, диджитал, ивент и креативные агентства
Планирование рекламной и/или коммуникационной кампании.	стационарная, выездная	—	отделы рекламы, отделы связей с общественностью, пресс-службы, рекламные, брендинговые, коммуникационные, диджитал, ивент и креативные агентства
Организация производства и размещения рекламных и материалов, проведение специальных мероприятий.	стационарная, выездная	—	отделы рекламы, отделы связей с общественностью, пресс-службы, рекламные, брендинговые, коммуникационные, диджитал, ивент и креативные агентства
Анализ эффективности деятельности отдела рекламы и связей с общественностью	стационарная, выездная	—	отделы рекламы, отделы связей с общественностью, пресс-службы, рекламные, брендинговые, коммуникационные, диджитал, ивент и креативные агентства
Информационная система управления	стационарная, выездная	—	отделы рекламы, отделы связей с общественностью, пресс-службы, рекламные, брендинговые, коммуникационные, диджитал, ивент и креативные агентства

10. Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики

1. Microsoft® Office® Professional Plus 2007

11. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по практике

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

ЧАСТЬ 1

Индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее часть)	Раздел практики, обеспечивающий этапы формирования компетенции (или ее части)	В результате прохождения раздела практики, обучающего формирование компетенций (или ее части) обучающийся должен:		
			Знать	Уметь	Владеть
ОК-3	способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности	I-III	<ul style="list-style-type: none"> - теоретические основы развития экономики и закономерности развития отрасли; - основные виды экономических показателей и принципы их расчета 	<ul style="list-style-type: none"> - оценивать результаты деятельности предприятий различных форм собственности, - определять критерии оценки финансово-экономической деятельности предприятия 	<ul style="list-style-type: none"> - приемами сбора информации, обработки и анализа показателей на макро- и микроуровне; - методами и инструментарием оценки деятельности предприятий различных форм собственности
ОК-5	способность к коммуникации в устной и письменных формах на русском и иностранном языке для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	I-III	<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-III	<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-3	обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга	II-III	<ul style="list-style-type: none"> - основные методы и приемы устной, письменной, виртуальной и смешанной коммуникации в различных жанрах управленческих коммуникаций; - способы делового общения, публичных выступлений, 	<ul style="list-style-type: none"> - анализировать логическую структуру и определять степень аргументированности письменной и устной речи; - создавать различные типы медиа- текстов 	<ul style="list-style-type: none"> - навыками ведения деловой переписки; - навыками поддержки электронных коммуникаций

Индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее часть)	Раздел практики, обеспечивающий этапы формирования компетенции (или ее части)	В результате прохождения раздела практики, обучающего формирование компетенций (или ее части) обучающийся должен:		
			Знать	Уметь	Владеть
			переговоров, проведения совещаний, деловой переписки, электронных коммуникаций		
ОПК-6	способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	III	<ul style="list-style-type: none"> - основные способы и средства получения, хранения, переработки, интерпретации информации и обобщения практического опыта; - основные понятия и современные принципы работы с деловой информацией при решении стандартные задачи профессиональной деятельности, а также иметь представление о корпоративных информационных системах и базах данных 	<ul style="list-style-type: none"> - решать задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры - применять информационные технологии для решения стандартных задач профессиональной деятельности - применять на практике принципы защиты информации 	<ul style="list-style-type: none"> - навыками получения информации из различных источников; - навыками работы с базами данных официальных сайтов; - навыками использования пакетов офисных программ для работы с деловой информацией, основами сетевых технологий; - навыками использования антивирусных программ, архиваторов, защиты информации
ПК-2	владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы	II-III	<ul style="list-style-type: none"> - природу, основные типы конфликтов, модели и стратегии поведения в конфликтной ситуации; - основные технологии управления и разрешения конфликтов; - основное содержание управленческой деятельности по разрешению конфликтов 	<ul style="list-style-type: none"> - давать оценку очевидным и скрытым последствиям конфликта; - прогнозировать динамику развития конфликта и возможные пути его конструктивного разрешения; - находить пути благоприятного разрешения социально-психологических конфликтов 	<ul style="list-style-type: none"> - навыками убеждать конфликтующие стороны в необходимости принятия ими конструктивных предложений по оптимальному разрешению конфликта; - навыками творчески решать задачи по управлению конфликтами различных типов и уровней; - методиками диагностирования конфликтных типов личности
ПК-6	способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	II-III	<ul style="list-style-type: none"> - природу, основные типы конфликтов, модели и стратегии поведения в конфликтной ситуации; - основные технологии управления и разрешения конфликтов; - основное содержание управленческой деятельности по разрешению конфликтов 	<ul style="list-style-type: none"> - давать оценку очевидным и скрытым последствиям конфликта; - прогнозировать динамику развития конфликта и возможные пути его конструктивного разрешения; - находить пути благоприятного разрешения социально- 	<ul style="list-style-type: none"> - навыками убеждать конфликтующие стороны в необходимости принятия ими конструктивных предложений по оптимальному разрешению конфликта; - навыками творчески решать задачи по управлению конфликтами различных типов

Индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее часть)	Раздел практики, обеспечивающий этапы формирования компетенции (или ее части)	В результате прохождения раздела практики, обучающего формирование компетенций (или ее части) обучающийся должен:		
			Знать	Уметь	Владеть
				психологических конфликтов	и уровней;

ЧАСТЬ 2

Индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее часть)	Раздел практики, обеспечивающий этапы формирования компетенции (или ее части)	В результате прохождения раздела практики, обучающего формирование компетенций (или ее части) обучающийся должен:		
			Знать	Уметь	Владеть
ОК-5	способность к коммуникации в устной и письменных формах на русском и иностранном языке для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	I-VI	<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 - навыками написания медиатекстов
ОК-6	способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	II-VI	<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-1	способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах	IV-VII	<ul style="list-style-type: none"> - функционал специалиста по рекламе и связям с общественностью - место и роль участников командной работы над проектами в области рекламы и связей с общественностью - специфику задач специалиста по рекламе коммерческого предприятия - специфику корпоративного PR. 	<ul style="list-style-type: none"> - использовать на практике инструментарий рекламы и технологии связей с общественностью; - находить и обосновывать организационно-управленческие решения в области рекламы и связей с 	<ul style="list-style-type: none"> - методами поиска организационно-управленческих решений в области рекламы и связей с общественностью; - навыками оценки социальной значимости принимаемых управленческих решений в

Индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее часть)	Раздел практики, обеспечивающий этапы формирования компетенции (или ее части)	В результате прохождения раздела практики, обучающего формирование компетенций (или ее части) обучающийся должен:		
			Знать	Уметь	Владеть
				общественностью.	области рекламы и связей с общественностью; - основными приемами принятия управленческих решений в области рекламы и связей с общественностью и оценки их последствий
ОПК-2	владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью	VI	- бизнес-процессы в сфере в области рекламы и связей с общественностью и роль в них линейных менеджеров и специалистов в области рекламы и связей с общественностью.	- составлять проектную документацию, формировать мобильные команды, организовывать их рабочий процесс	- современным инструментарием управления человеческими ресурсами (штатные сотрудники, внештатные, фрилансеры, работающие в удаленном режиме) в области рекламы и связей с общественностью. -
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	VI	- теорию рекламы и производства креативного продукта. - теорию коммуникации и основы технологии связей с общественностью - общую теорию менеджмента - должностные инструкции специалистов по рекламе и связей с общественностью	- технологии, методики и приемы производства рекламного продукта, - стратегию и тактику управления отделом рекламы и связей с общественностью - должностные инструкции специалистов по рекламе и связей с общественностью	- современным инструментарием управления человеческими ресурсами -уметь под руководством производить рекламный продукт или принимать участие в его производстве
ПК-2	владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы	II-VII	- тайм-менеджмент для творческих работников и управленцев; -основы научной организации труда - теоретические аспекты управления проектом; - процесс информационного	-методики организации и оперативного планирования своей деятельности и деятельности фирмы	- навыками организации и оперативного планирования своей деятельности и деятельности фирмы

Индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее часть)	Раздел практики, обеспечивающий этапы формирования компетенции (или ее части)	В результате прохождения раздела практики, обучающегося формирование компетенций (или ее части) обучающийся должен:		
			Знать	Уметь	Владеть
			обеспечения управления проектом; - особенности и специфику управления конкретным проектом		
ПК-3	владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами	IV, V	- специфику работы в малых коллективах, методы мотивации сотрудников таких командах; - основные методы и приемы устной, письменной, виртуальной и смешанной коммуникации в различных жанрах управленческих коммуникаций; - способы делового общения, публичных выступлений, переговоров, проведения совещаний, деловой переписки, электронных коммуникаций	- использовать техники командной работы; - анализировать эффективность работы малого коллектива ; - объективно оценивать вклад каждого сотрудника в выполнение коллективной задачи	- методами управления мобильной командой; - методами учета персонального вклада каждого участника в выполнение общей задачи; - приемами мотивации и формировании командной культуры в малом коллективе
ПК-4	владение навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)	II-VII	-стандарты, правила и отраслевые традиции оформления документов, связанные с деятельностью отделов рекламы и/или связей с общественностью	-методики создания документов, связанных с деятельностью отделов рекламы и/или связей с общественностью; -сформировать и оформить по стандартам бизнес-план проекта, медиаплан, техническое задание, медиатексты	- написания документов, связанных с деятельностью отделов рекламы и связей с общественностью
ПК-7	способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	II-VII	-теоретические основы планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий	- методики и приемы планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий	- знать и уметь вычислить показатели эффективности планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и 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;

	<ul style="list-style-type: none"> – 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»	<ul style="list-style-type: none"> – 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»	<ul style="list-style-type: none"> – 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»	<ul style="list-style-type: none"> – 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

По итогам прохождения каждой из частей производственной практики для прохождения промежуточной аттестации обучающиеся предоставляют:

1. По итогам *первой части практики*:

- 1) индивидуальное задание на практику;
- 2) заполненный дневник практики - краткое содержание выполненных работ и сроки изучения в соответствии с темами программы практики;
- 3) характеристику, заполненную и подписанную руководителем практики от профильной организации.

2. По итогам *второй части практики*:

- 1) Отчет по производственной практике, включающий в себя:
 - 1.1. индивидуальное задание на практику;
 - 1.2. заполненный дневник практики – краткое содержание выполненных работ и сроки изучения в соответствии с темами программы практики;
 - 1.3. характеристику, заполненную и подписанную руководителем практики от профильной организации;
 - 1.4. исследовательские и аналитические материалы, выполненные в соответствии с программой и индивидуальным заданием на практику
 - 1.5. приложения (при необходимости).

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.

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 МО 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 компетентного 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: по прохождении первой части – зачет, после прохождения второй части практики – итоговый зачет с оценкой.

Зачет (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 «зачтено» или «не зачтено», «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» или «неудовлетворительно». Положительная оценка («зачтено», «отлично», «хорошо», «удовлетворительно») заносится в экзаменационную ведомость и зачетную книжку. Оценка «не зачтено» или «неудовлетворительно» выставляется только в экзаменационную ведомость.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1

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

**Отчет
по производственной практике
(часть ____)**

**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 ПРАКТИКУ (часть 1)**

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

Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Место прохождения практики _____

Сроки прохождения практики _____

№ п/п	Наименование темы	Задания на практику
1.	Общая характеристика организации	Изучение правил техники безопасности на рабочем месте. Основные виды деятельности, размеры и масштаб деятельности, форма собственности, время образования и основные этапы развития, географическое положение, особенности производства и управления. Стратегические цели и основные стратегии, эффективность деятельности организации и системы управления.
2.	Деятельность отдела рекламы, связей с общественностью, медиа-агентства	Участие в работе отдела рекламы и/или связей с общественностью. Выполнение под руководством задания по написанию рекламных текстов, рг-текстов. Работа в команде по созданию креативного продукта. Освоение техник общения с клиентами и проведения переговоров. Овладение системой управления корпоративным сайтом.
3.	Специфика функционирования отдела рекламы, связей с общественностью, медиа-агентства	Личное участие под контролем руководителя практики со стороны предприятия в проведении мероприятий по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок; Самостоятельное изучение того, как на базе практики проводится оценка эффективности рекламной деятельности, например, эффективность рекламных или коммуникационных компаний.

Задание принял:

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

Руководитель практики
от Академии

Руководитель практики
от профильной организации

_____ (Фамилия И.О.)

_____ (Фамилия И.О.)

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

**ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ
НА ПРОИЗВОДСТВЕННУЮ ПРАКТИКУ (часть 2)**

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

Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Место прохождения практики _____

Сроки прохождения практики _____

№ п/п	Наименование темы	Задания на практику
1.	Общая характеристика организации	Изучение правил техники безопасности на рабочем месте. Основные виды деятельности, размеры и масштаб деятельности, форма собственности, время образования и основные этапы развития, географическое положение, особенности производства и управления. Стратегические цели и основные стратегии, эффективность деятельности организации и системы управления.
2.	Специфика проектной деятельности в рекламе и связях с общественностью	Освоение навыков работы в проекте, формирования команды. Изучение специфики реализации различных этапов проекта. Работа под руководством над бизнес-планом проекта.
3.	Баланс свободы и ограничений в творческого процесса в деятельности специалиста рекламы и PR	Изучение системы дедлайнов (утвержденных сроков сдачи проектов) в рекламном бизнесе и PR-работе. Освоение приемов тайм-менеджмента для управленческого и творческого персонала. Изучение специфики работы с фрилансерами.
4.	Планирование рекламной и/или коммуникационной кампании.	Участие под руководством в работе над аналитической частью подготовки рекламной и/или коммуникационной кампании.
5.	Организация производства и размещения рекламных и материалов, проведение специальных мероприятий.	Производство медиа-материалов, составление медиа-плана. Оперативный контроль за исполнением медиапланов размещения рекламных материалов. Подготовка и проведение пресс-конференций, брифингов, пресс-туров, рекламных акций, специальных событий. Участие в производстве рекламного продукта.
6.	Анализ эффективности деятельности отдела рекламы и связей с общественностью	Провести анализ деятельности отдела рекламы и/или связей с общественностью, в целом за период или по отдельным проектам. Написание отчетов по разным видам выполненных работ.
7.	Информационная система управления	Поиск профессиональной информации в СМИ и Интернете. Характеристика общей схемы информационных потоков в организации, основные средства передачи и преобразования информации, основное программное обеспечение, эффективность информационной системы.

Задание принял:

Студент _____

(Фамилия И.О.)

Руководитель практики
от Академии

_____ (Фамилия И.О.)

(Подпись)

Руководитель практики
от профильной организации

_____ (Фамилия И.О.)

ДНЕВНИК

Производственная практика (часть__)

Сроки выполнения работ	Виды выполняемых работ

Студент _____
(ФИО)

_____ (подпись)

«__» _____ 201_ г.

Содержание и объем выполненных работ подтверждаю

Руководитель практики от профильной организации

(должность)

(подпись)

(ФИО)

М.П.

«__» _____ 201_ г.

ХАРАКТЕРИСТИКА

Студент _____
(Фамилия, Имя, Отчество)

проходил практику в _____
(наименование организации)

Сроки прохождения практики: _____

*За время прохождения производственной практики (часть 1) студент показал следующий уровень освоения **общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных** компетенций:*

– способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3)

Высокий уровень

Средний уровень

Низкий уровень

– 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

– обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3)

Высокий уровень

Средний уровень

Низкий уровень

– способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6)

Высокий уровень

Средний уровень

Низкий уровень

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

Высокий уровень

Средний уровень

Низкий уровень

– способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6)

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.

ХАРАКТЕРИСТИКА

Студент _____
(Фамилия, Имя, Отчество)

проходил практику в _____
(наименование организации)

Сроки прохождения практики: _____

За время прохождения производственной практики (часть 2) 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

– способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1)

Высокий уровень
Средний уровень
Низкий уровень

– владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК- 2)

Высокий уровень
Средний уровень
Низкий уровень

– 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

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

Высокий уровень
Средний уровень
Низкий уровень

– владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3)

Высокий уровень
Средний уровень

Низкий уровень

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

Высокий уровень

Средний уровень

Низкий уровень

– способностью 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.