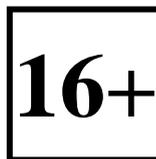


**ЧАСТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«БАЛТИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ ТУРИЗМА И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»**

О.Б. Евреинов

С.Н. Данилова

Е.М. Максимова



**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ
ПО ПРОХОЖДЕНИЮ ПРАКТИКИ ПО
ПРОГРАММАМ БАКАЛАВРИАТА**

Учебно-методическое пособие

по направлению подготовки высшего образования – бакалавриата
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Рекомендовано Методическим советом ЧОУ ВО «БАТиП»

Санкт-Петербург
2023

УДК 378.14

ББК 74.48

Е20

Рецензент: доктор педагогических наук, профессор Т.И. Власова
(Балтийская академия туризма и предпринимательства)

Евреинов О.Б., С.Н. Данилова, Е.М. Максимова.

Е20 Методические рекомендации по прохождению практики по программам бакалавриата: учебно-методическое пособие / под ред. О.Б. Евреинова. 1-е издание – СПб.: БАТиП, 2023. – 66 с.

Издание соответствует Порядку организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утв. приказом Минобрнауки России от 06.04.2021 г. № 245), Приказу Министерства науки и высшего образования РФ и Министерства просвещения РФ от 5 августа 2020 г. № 885/390 «О практической подготовке обучающихся», положению о порядке функционирования электронной информационно-образовательной среды БАТиП, федеральным государственным образовательным стандартам высшего образования.

Учебно-методическое пособие предназначено для студентов, обучающихся по образовательным программам высшего образования – бакалавриата всех форм обучения. В нём содержатся основные требования, предъявляемые к содержанию, порядку организации и проведения практики студентов и требования, предъявляемые к содержанию, оформлению отчетной документации по практике, приведены образцы отчетной документации.

УДК 378.14

ББК 74.48

© Евреинов О.Б., 2023

© Данилова С.Н., 2023

© Максимова Е.М., 2023

© ЧОУ ВО «БАТиП», 2023

Оглавление

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ	4
2. ПРОГРАММЫ ПРАКТИК.....	12
2.1. Цели и задачи учебной (профессионально-ознакомительной) практики	12
2.2. Цели и задачи производственной (профессионально-творческой) практики.....	21
2.3. Цели и задачи производственной (преддипломной) практики.....	33
3. ПОДГОТОВКА ОТЧЕТНОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ	42
4. ПРОВЕДЕНИЕ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ.....	43
5. РАЗМЕЩЕНИЕ ОТЧЕТНЫХ ДОКУМЕНТОВ ПО ПРАКТИКЕ В ЭЛЕКТРОННОЙ ИНФОРМАЦИОННО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СРЕДЕ АКАДЕМИИ.....	44
6. ПОРЯДОК АТТЕСТАЦИИ ПО ПРАКТИКЕ И ОФОРМЛЕНИЯ ЕЕ РЕЗУЛЬТАТОВ.....	44
7. РЕКОМЕНДУЕМАЯ МЕТОДИЧЕСКАЯ ЛИТЕРАТУРА ПО ПРОХОЖДЕНИЮ ПРАКТИКИ.....	45
8. ПРИЛОЖЕНИЯ.....	50

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

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

Содержание практики определяется в Рабочей программе практики, разрабатываемой на основании требований Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования по соответствующему направлению подготовки.

Основными видами практики бакалавров являются:

- учебная практика;
- производственная, в том числе преддипломная практика.

Практика является формой практической подготовки обучающихся и имеет целью расширение профессиональных знаний и умений, полученных ими в процессе теоретического обучения, и формирование практических навыков ведения самостоятельной профессиональной деятельности в соответствии с ФГОС ВО и направленностью ОП ВО.

Основной задачей практики является приобретение опыта практической деятельности и формирование профессиональных компетенций, а также подбор необходимых материалов для выполнения выпускной квалификационной работы – бакалаврской работы.

Учебная практика проводится в целях получения первичных профессиональных умений и навыков.

Производственная практика проводится в целях получения профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности.

Преддипломная практика проводится для выполнения выпускной квалификационной работы и является обязательной, если ФГОС ВО предусмотрена защита выпускной квалификационной работы.

Типы учебной практики – профессионально-ознакомительная.

Типы производственной практики:

- профессионально-творческая;
- преддипломная.

Порядок проведения практики

1. Организация проведения практики, предусмотренной программой бакалавриата, осуществляется Академией на основе договоров с организациями, деятельность которых соответствует профессиональным компетенциям, осваиваемым в рамках ОП ВО (далее - профильная организация). Практика может быть проведена непосредственно в Академии. Способы проведения практик - стационарная; выездная.

Стационарной является практика, которая проводится в Академии либо в профильной организации, расположенной на территории населенного пункта, в котором расположена Академия.

Выездной является практика, которая проводится вне населенного пункта, в котором

расположена Академия.

2. Сроки проведения и продолжительность конкретной практики устанавливаются в соответствии с приказом ректора на основании учебных планов и календарных учебных графиков программы бакалавриата.

3. Для руководства практикой, проводимой в Академии, назначается руководитель (руководители) практики от Академии из числа лиц, относящихся к профессорско-преподавательскому составу Академии.

Для руководства практикой, проводимой в профильной организации, назначаются руководитель (руководители) практики из числа лиц, относящихся к профессорско-преподавательскому составу Академии, (далее - руководитель практики от Академии), и руководитель (руководители) практики из числа работников профильной организации (далее - руководитель практики от профильной организации).

4. Общее руководство и координацию практики осуществляет деканат соответствующего факультета Академии.

5. Обучающиеся, совмещающие обучение с трудовой деятельностью, вправе проходить учебную, производственную, в том числе преддипломную, практики по месту трудовой деятельности в случаях, если профессиональная деятельность, осуществляемая ими, соответствует требованиям к содержанию практики.

6. Во время прохождения практики обучающийся подчиняется внутреннему распорядку предприятия, при этом по согласованию с предприятием он может занимать штатную должность. Одновременно с выполнением возложенных на него функций студент должен полностью выполнить задания, входящие в программу практики, и оформить отчет. Эти задания, как правило, связаны с текущей работой подразделения, а также носят учебный характер.

На рабочем месте будущий бакалавр должен получить определенные практические навыки выполнения конкретной работы по управлению организацией.

Продолжительность рабочего дня при прохождении практики в организациях составляет для студентов, достигших 18 лет, не более 40 часов в неделю (ст. 91 ТК РФ).

На период прохождения практики для обучающихся устанавливается режим работы, обязательный для тех структурных подразделений организации, в которых обучающиеся проходят практику.

7. Руководитель практики от Академии:

1) обеспечивает организацию образовательной деятельности в форме практической подготовки при реализации компонентов образовательной программы;

2) организует участие обучающихся в выполнении определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью;

3) оказывает методическую помощь обучающимся при выполнении определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью;

4) несет ответственность совместно с ответственным работником Профильной организации за реализацию компонентов образовательной программы в форме практической подготовки, за жизнь и здоровье обучающихся и работников Академии, соблюдение ими правил

противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности и санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов;

5) разрабатывает индивидуальные задания для обучающихся, выполняемые в период практики;

6) участвует в распределении обучающихся по рабочим местам и видам работ (проводит собрание обучающихся, знакомит их со сроками и порядком прохождения практики; предлагает обучающимся возможные места прохождения практики с учетом заявок от профильных организаций, в том числе имеющихся в Академии);

7) согласовывает тематику и содержание преддипломной практики (при наличии) с научным руководителем обучающегося;

8) осуществляет систематический контроль за ходом практики и работой обучающихся;

9) оказывает методическую помощь обучающимся при выполнении ими индивидуальных заданий, а также при сборе материалов к выпускной квалификационной работе в ходе преддипломной практики;

10) оценивает результаты прохождения практики обучающимися.

8. Профильная организация обязана:

1) создать условия для реализации компонентов образовательной программы в форме практической подготовки, предоставить оборудование и технические средства обучения в объеме, позволяющем выполнять определенные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью обучающихся;

2) назначить ответственное лицо, соответствующее требованиям трудового законодательства Российской Федерации о допуске к педагогической деятельности, из числа работников Профильной организации, которое обеспечивает организацию реализации компонентов образовательной программы в форме практической подготовки со стороны Профильной организации;

3) при смене руководителя практики от Профильной организации в 5-дневный срок сообщить об этом Академии;

4) обеспечить безопасные условия реализации компонентов образовательной программы в форме практической подготовки, выполнение правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности и санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов;

5) проводить оценку условий труда на рабочих местах, используемых при реализации компонентов образовательной программы в форме практической подготовки, и сообщать руководителю Академии об условиях труда и требованиях охраны труда на рабочем месте;

6) ознакомить обучающихся с правилами внутреннего трудового распорядка Профильной организации;

7) провести инструктаж обучающихся по охране труда и технике безопасности и осуществлять надзор за соблюдением обучающимися правил техники безопасности;

8) предоставить обучающимся и руководителю по практической подготовке от Академии возможность пользоваться помещениями Профильной организации, согласованными договором, а также находящимися в них оборудованием и техническими средствами обучения;

9) обо всех случаях нарушения обучающимися правил внутреннего трудового распорядка, охраны труда и техники безопасности сообщить руководителю по практической подготовке от Академии.

10) по окончании практики дает характеристику работы обучающегося.

Руководитель практики от профильной организации может давать обучающимся самостоятельные задания, которые должны соответствовать задачам и содержанию программы практики.

9. Обучающиеся в период прохождения практики:

1) выполняют индивидуальные задания, предусмотренные программами практики;

2) соблюдают правила внутреннего трудового распорядка;

3) соблюдают требования охраны труда и пожарной безопасности.

При прохождении практик, предусматривающих выполнение работ, при выполнении которых проводятся обязательные предварительные и периодические медицинские осмотры (обследования), обучающиеся проходят соответствующие медицинские осмотры (обследования) в соответствии с Порядком проведения обязательных предварительных и периодических медицинских осмотров (обследований) работников, занятых на тяжелых работах и на работах с вредными и (или) опасными условиями труда, утвержденным приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 12 апреля 2011 г. N 302н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 21 октября 2011 г., регистрационный N 22111), с изменениями, внесенными приказами Министерства здравоохранения Российской Федерации от 15 мая 2013 г. N 296н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 3 июля 2013 г., регистрационный N 28970) и от 5 декабря 2014 г. N 801н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 3 февраля 2015 г., регистрационный N 35848).

При возникновении вопросов обучающийся может получить квалифицированную консультацию у преподавателей.

Для обеспечения самостоятельной работы обучающемуся 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).

10. Промежуточная аттестация по итогам практики проводится сформированной деканатом комиссией. Форма контроля - зачёт с оценкой.

11. Промежуточная аттестация по итогам практики проводится в соответствии с утвержденным календарным учебным графиком на текущий учебный год.

12. Практика для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

проводится с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

13. При определении мест прохождения практики обучающимся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, учитываются рекомендации, данные по результатам медико-социальной экспертизы, содержащиеся в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда. При необходимости для прохождения практики создаются специальные рабочие места в соответствии с характером нарушений здоровья, а также с учетом профессии, характера труда, выполняемых инвалидом трудовых функций.

Промежуточная аттестация по итогам практики проводится в сроки, утвержденные календарным учебным графиком на текущий учебный год.

11. Обучающийся, не выполнивший программу практики по уважительной причине, направляется на практику повторно в свободное от учебы время.

12. Не выполнение программы практики без уважительной причины и(или) неудовлетворительная оценка по результатам промежуточной аттестации по итогам практики считается невыполнением обязанностей по добросовестному освоению образовательной программы и выполнению учебного плана.

13. Практика для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов проводится с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

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

15. Содержание основных этапов прохождения практики (подготовительный, исследовательский, аналитический и заключительный) определяется индивидуальным заданием, графиком прохождения практики и программой практики.

В период подготовительного этапа:

- производится организационное оформление практики, включающее: инструктаж по технике безопасности, общее ознакомление с базой практики и местом прохождения практики;
- разрабатываются и выдаются индивидуальные задания на практику, определяется предмет исследования и круг изучаемых тем программы практики, устанавливается порядок, сроки и объемы проведения необходимых теоретических и экспериментальных исследований, наблюдений и расчетов.

Исследовательский этап включает:

- сбор и систематизацию необходимой статистической информации об изучаемом объекте, выявление его состояния, закономерности и тенденций развития посредством изучения нормативной, плановой, отчетной и учетной документации;

- дополнительные исследования путем наблюдения, анкетирования, и т.п.

Аналитический этап предполагает:

- изучение сущности и причин сложившейся хозяйственной ситуации изучаемого социального процесса на основе экспресс-анализа, комплексного анализа экономической деятельности т.п.;
- получение результатов решения поставленных задач индивидуального задания;
- оценку влияния различных факторов внешней среды на эффективность экономической деятельности на предприятиях;
- краткое изложение основных выводов проведенного исследования и рекомендации по устранению выявленных недостатков с соответствующей мотивировкой и экономическим обоснованием.

Заключительный этап включает:

- формирование окончательных выводов и рекомендаций, разработку конкретных решений, предложений по повышению эффективности работы т.д.;
- оформление отчета по практике;
- получение отзывов руководителя практики от организации и руководителя практики от академии.

Количество времени, необходимое для прохождения этапов, студент-практикант определяет самостоятельно с учетом рекомендаций руководителя практики от академии.

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.

16. Успешность прохождения практики характеризуется качественной оценкой на основе оценки сформированности компетенций.

В целях обеспечения единства требований к результатам обучения по практике, используются следующие уровни сформированности компетенции – высокий, средний, низкий. Ниже представлена характеристика планируемых результатов обучения (показателей) для каждого уровня формирования компетенции - владений, умений, знаний, а также представлена шкала оценивания результатов обучения с описанием критериев оценивания.

<i>Уровни сформированности компетенции</i>	<i>Критерии оценивания уровня</i>
<i>высокий</i>	<ul style="list-style-type: none"> – 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

Уровни сформированности компетенции	Критерии оценивания уровня
средний	<ul style="list-style-type: none"> – 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
низкий	<ul style="list-style-type: none"> – Показывает удовлетворительный уровень знания категорий, перечисленных в разделе «знать» соответствующей компетенции; – под руководством преподавателя способен показать умения, перечисленные в разделе «уметь» соответствующей компетенции; – под руководством преподавателя способен показать владение основными приемами и методами, перечисленными в разделе «владеть» соответствующей компетенции
не сформирована	<ul style="list-style-type: none"> – Показывает неудовлетворительный уровень знания категорий, перечисленных в разделе «знать» соответствующей компетенции; – под руководством преподавателя затрудняется показать умения, перечисленные в разделе «уметь» соответствующей компетенции; – под руководством преподавателя затрудняется показать владение основными приемами и методами, перечисленными в разделе «владеть» соответствующей компетенции.

Критерии и шкалы оценок при проведении промежуточной аттестации

Оценка по практике	Критерии оценивания
«отлично»	Полное изложение полученных знаний в соответствии с требованиями программы; допускаются единичные несущественные ошибки, самостоятельно исправляемые обучающимися. Демонстрация умения отвечать на проблемные вопросы, делать выводы, выявлять причинно-следственные связи, свободно оперировать сведениями об изученном объекте.
«хорошо»	Изложение полученных знаний в соответствии с требованиями программы; допускаются отдельные несущественные ошибки, исправляемые обучающимися после указания преподавателя на них. Демонстрация умения выявлять причинно-следственные связи, формулировать выводы, делать обобщения, в которых могут быть отдельные несущественные ошибки; владение сведениями об изученном объекте.
«удовлетворительно»	Изложение полученных знаний неполное, но это не препятствует усвоению последующего программного материала; допускаются отдельные существенные ошибки, которые исправляются обучающимися с помощью преподавателя. Затруднения при выявлении причинно-следственных связей и формулировке выводов.
«неудовлетворительно»	Изложение учебного материала неполное, бессистемное, что препятствует усвоению последующей учебной информации; допускаются существенные ошибки, неисправляемые даже с помощью преподавателя. Бессистемное выделение случайных признаков изученного; неумение производить простейшие

Оценка по практике	Критерии оценивания
	операции анализа и синтеза; делать обобщения, выводы.

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»

17. **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

Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Шкала оценки
Практическая работа (дневник практики)	Средство проверки владения методами и приемами, изученными на практике	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
Вопросы (практико-ориентированные задания)	Средство проверки навыков теоретического и практического решения профессионально-ориентированных вопросов (заданий)	Отметка по 5-балльной шкале

Методы оценки компетенций

Название метода	Краткое описание метода	Эксперт оценки
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	Руководитель практики от

Название метода	Краткое описание метода	Эксперт оценки
	определенной совокупности шкал, представленных в оценочной форме.	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.

2. ПРОГРАММЫ ПРАКТИК

2.1. Цели и задачи учебной (профессионально-ознакомительной) практики

Тип учебной практики: профессионально-ознакомительная.

Способ проведения: стационарная, выездная.

Форма проведения: дискретно.

Цель практики:

- освоить компетенции, соответствующие виду профессиональной деятельности, закрепление и углубление знаний по профилирующим дисциплинам;
- формирование у обучающихся общего представления об организации работы на предприятиях (учреждениях, организациях);
- формирование навыков использования научного и методического аппарата, полученного при теоретическом обучении, для решения комплексных задач по постановке, организации и управлению рекламной практикой предприятия, оценке результатов рекламной деятельности и её оптимизации;
- приобретение начальных практических умений использования правил делового этикета при общении в коллективе, исследования услуг и структуры предприятия;
- овладение первичными умениями и навыками научно-исследовательской деятельности;
- выработка первичных практических навыков, по созданию медиа-коммуникационного продукта.

Задачи практики:

- изучить объект учебной практики и специфику его работы;
- знакомство студентов с основными открытыми источниками информации, необходимыми для проведения научных исследований;
- сформировать навыки поиска, критического анализа и синтеза информации, применения системного подхода для решения поставленных задач;
- развить навыки осуществления социального взаимодействия и реализации своей роли в команде;
- развить навыки осуществления деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах);
- знакомство студентов с различными видами организаций (объектами управления);
- представление в общем виде предмета и содержания профессиональной деятельности;
- ознакомить с основными документами, регламентирующими деятельность организации;
- принимать участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации;
- принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;
- владение навыками работы в отделах рекламы/связей с общественностью;
- формирование практических навыков самостоятельной работы, навыков самостоятельного формулирования выводов, полученных по результатам собственных расчетов;
- развитие навыков презентации и защиты результатов выполняемой работы;
- освоение работы с разнообразными источниками информации, умение систематизировать и обобщать полученные в результате исследования выводы;
- ознакомление обучающихся с деятельностью отраслевых организаций /компаний/агентств в области коммуникаций;
- раскрыть сущность и охарактеризовать особенность организационной структуры, профессионально и отраслевой принадлежности коммуникационных предприятий и подразделений коммерческих и некоммерческих организаций;
- - знакомство обучающихся со структурой рынка коммуникационных услуг и типами коммуникационных услуг;
- - ознакомление обучающихся с особенностями профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью на начальной этапе карьеры;
- профессиональная ориентация студентов и оформление документации по практике (отчета).

Базами прохождения практики являются предприятия различных организационно-правовых форм (коммерческие, некоммерческие, государственные, муниципальные) и разной отраслевой

направленности в подразделениях по связям с общественностью (производственные предприятия, торгово-посреднические организации, региональные отделения политических партий, движений, средства массовой информации, рекламные агентства, финансовые учреждения, страховые компании, предприятия туристской индустрии и т.д.), а также в органах государственного и муниципального управления или на базе кафедры туризма и гостеприимства БАТиП.

Процесс прохождения практики направлен на формирование следующих компетенций:

Индекс	Результаты освоения ОП (содержание компетенции/ индикатора)	Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики		
		знания	умения	навыки
Универсальные (УК)				
УК-1	способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач: УК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие УК-1.2. Определяет и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи УК-1.3. Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов	Методологии поиска, критического анализа и синтеза информации, принципы системного подхода	Проводить поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Навыки поиска, критического анализа и синтеза информации, применения системного подхода для решения поставленных задач
УК-3	способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде: УК-3.1. Определяет свою роль в команде, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели УК-3.2. При реализации своей роли в команде учитывает особенности поведения других членов команды, осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды УК-3.3. Умеет работать в команде; принимать решения с соблюдением этических принципов их реализации; проявлять уважение к мнению и культуре других УК-3.4. Соблюдает установленные нормы и правила командной работы	принципов социального взаимодействия и реализации своей роли в команде	осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	навыки осуществления социального взаимодействия и реализации своей роли в команде
УК-4	способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах): УК-4.2. Осуществляет устную и письменную деловую коммуникацию на русском и иностранном языках УК-4.3. Представляет свою точку зрения при деловом общении	Основы деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	навыки осуществления деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
УК-5	способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах: УК-5.2. Учитывает при социальном и профессиональном общении историческое наследие и социокультурные традиции различных социальных групп, этносов и	Базовые принципы межкультурного взаимодействия	воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	Навык восприятия межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

Индекс	Результаты освоения ОП (содержание компетенции/ индикатора)	Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практике		
		знания	умения	навыки
	конфессий, включая мировые религии, философские и этические учения УК-5.3. Придерживается принципов недискриминационного взаимодействия при личном и массовом общении в целях выполнения профессиональных задач			
УК-8	способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов: в части: УК-8.2. Создает и поддерживает в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества УК-8.3. Выявляет признаки, причины и условия возникновения чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов, нарушений техники безопасности на рабочем месте; оценивает вероятность возникновения потенциальной опасности и принимает меры по ее предупреждению	Принципы и методы создания и поддержки в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасных условий жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	навыки создания и поддержки безопасных условий жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций
Общепрофессиональные (ОПК)				
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности	учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	навыками организации процессов обслуживания потребителей на основе анализа рыночного спроса и потребностей общества
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности ОПК-7.1. Знает принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной	основные этические и правовые регуляторы разработанные профессиональным сообществом; особенности	использовать социальные регуляторы в своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной	навыками оценки возможных эффектов, планирования и управления возможными последствиями осуществления профессиональной

Индекс	Результаты освоения ОП (содержание компетенции/ индикатора)	Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики		
		знания	умения	навыки
	деятельности ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом	проявления возможных проблемных ситуаций правового и этического характера в профессиональной деятельности	ответственности	деятельности
профессиональные компетенции (ПК)				
ПК-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий ПК-1.1. Реализует планирование, подготовку и проведение коммуникационной кампании и мероприятий ПК-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии ПК-1.3. Готовит основные документы по сопровождению коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	теоретические аспекты планирования, подготовки и проведения коммуникационной кампании и мероприятия	планировать, готовить и проводить коммуникационные кампании и мероприятия	планирования, подготовки и проведения коммуникационной кампании и мероприятия
ПК-3	Способен реализовывать знания в области рекламы и связи с общественностью как сферы профессиональной деятельности ПК-3.1. Реализует современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты ПК-3.2. Владеет общими принципами формирования коммуникационного продукта	специфику профессиональной деятельности в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации	правильно понимать поставленные руководителем задачи и творчески подходить к их решению	навыками защиты информации в рамках своей профессиональной деятельности, осуществляемой в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации

Содержание практики

№ п/п	Наименование тем программы по учебной практике	Содержание раздела (темы)
1.	Техника безопасности на рабочем месте	Изучение правил техники безопасности на рабочем месте.
2.	Ознакомление с организацией с элементами научно-исследовательской деятельности	<p>Характер и основные виды деятельности организации. Ключевые цели предприятия (в т.ч. рыночные, финансовые, производственные, цели по персоналу и др.). Форма собственности. Организационно-правовая форма. Основные этапы развития.</p> <p>Список основных источников информации по выбранному объекту исследования (документы предприятия; рекламные проспекты, нормативные акты; книги, статьи в периодической печати; материалы Internet и др.).</p> <p>Совместная работа в команде предприятия.</p> <p>Осуществление деловой коммуникации с коллективом и клиентами предприятия в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).</p> <p>Основные принципы противодействия коррупции.</p> <p>Система общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития в контексте профессиональной деятельности.</p> <p>Изучение действующих в подразделениях нормативно-правовых актов по его функциональному предназначению, режиму работы, структуре данной организации.</p>
3.	Внешняя среда организации	Основные факторы внешней среды, оказывающие существенное влияние на деятельность организации Основные потребители продукции или услуг. Основные поставщики. Основные конкуренты. Основные проблемы и опасности для предприятия, вызываемые факторами внешней среды.
4.	Внутренняя среда организации	<p>Организационная и производственная структура. Основная номенклатура продукции или услуг.</p> <p>Организационная структура предприятия. Описание предприятия, сферы деятельности, структуры компании, нормативной документации. Численность персонала.</p> <p>Исследования сегмента рынка, в котором функционирует предприятие, должностные инструкции специалистов по коммуникационным специальностям и особенность их работы в той или иной отрасли (по профилям или направлениям работы компании). Конкурентный анализ сферы деятельности предприятия.</p> <p>Описание целевой аудитории (с применением географических, демографических, психографических и поведенческих критериев сегментирования).</p> <p>SWOT-анализ.</p> <p>Выявление культурных феноменов, наиболее значимых для создания текстов рекламы и PR и иных коммуникационных</p>

№ п/п	Наименование тем программы по учебной практике	Содержание раздела (темы)
		продуктов. Характеристика качества продукции (услуг). Уровень цен на продукцию или услуги. Сильные и слабые стороны деятельности организации.
5.	Требования, предъявляемые к профессиональным и личностным качествам специалиста по РиСО	Общие качества (интуиция, чувство риска и прибыли, самообразование, новаторство и т.д.). Принципы, правила и методы организации работы специалиста по РиСО в различных отраслях. Должностные инструкции, правила техники безопасности, нормы социального взаимодействия. Руководство персоналом (психологические особенности индивидуальности сотрудника, социальные особенности коллектива, национальная культура, конфликтология, организация и координация работы сотрудников, определение сложности и объема работ, методы мотивации и т.д.). Умения и навыки делового общения, работа в команде и борьба со стрессами.
6.	Организация делопроизводства	Основные документы, регламентирующие деятельность организации. Список основных источников информации по выбранному объекту исследования (документы предприятия; рекламные проспекты, нормативные акты; книги, статьи в периодической печати; материалы Internet и др.).
7.	Отчетный этап	Сдача отчетной документации и подготовка к аттестации по результатам прохождения практики, аттестация по результатам прохождения практики.

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

Общая трудоемкость учебной практики составляет **6 недель (9 з.е., 243 астр. ч., 324 акад.ч.)**.

Перечень вопросов (практико-ориентированных заданий) для подготовки к зачету с оценкой

1. Охарактеризуйте общую деятельность организации – объекта учебной практики.
2. Правила техники безопасности на рабочем месте менеджера организации.
3. Охарактеризуйте опыт выявления опасностей и проведения мероприятий по защите человека от негативных воздействий в организации.
4. Перечислите нормативно-законодательную документацию, регламентирующую деятельность организации.
5. Назовите и охарактеризуйте основные открытые источники информации организации, необходимые для научно-исследовательской деятельности.
6. Перечислите и охарактеризуйте основные факторы внешней среды, оказывающие существенное влияние на деятельность организации.

7. Охарактеризовать основных потребителей услуг организации (потребительский сегмент).
8. Охарактеризуйте используемую методику выявления потребностей клиентов организации – объекта практики.
9. Охарактеризуйте механизм формирования продукта/услуг на основе выявленных потребностей клиентов организации.
10. Назовите и охарактеризуйте способы выстраивания клиентурных отношений организации с его клиентами (индивидуальными, корпоративными).
11. Организационно-правовая форма предприятия и форма собственности организации
12. Охарактеризуйте организационную структуру организации – объекта практики и особенности управления им.
13. Перечислите состав и назовите численность персонала организации.
14. Охарактеризуйте распределение функциональных обязанностей персонала и квалификацию организации.
15. Перечислите и охарактеризуйте виды основных услуг организации
16. Требования информационной безопасности организации (требования при работе с документацией, профессиональном и деловом общении и пр.);
17. Назовите и охарактеризуйте информационно-коммуникационные технологии и программных продуктов организации.
18. Особенности использования информационно-коммуникационных технологий и программных продуктов организации.
19. Методы и инструменты работы с информацией и данными в профессиональной деятельности.
20. Специфика коммуникационных продуктов различных жанров и форматов с учетом особенностей различных знаковых систем.
21. Достоинства и недостатки медиатекстов, и медиапродуктов, коммуникационных продуктов.
22. Критический анализ информации из открытых источников.
23. Особенности медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.
24. Методы и средства защиты для обеспечения безопасных условий труда и в чрезвычайных ситуациях природного и техногенного происхождения.
25. Основные источники техногенных рисков на предприятии, признаки их возникновения и порядок действий в случае их реализации.
26. Характеристики медиа и коммуникационных продуктов в рамках правового и этического поля.
27. Принципы социальной ответственности и нормы правового и этического регулирования.
28. Методы оценки соответствия результатов профессиональной деятельности принципам социальной ответственности и нормам правового и этического регулирования.
29. Правила, методы и нормы устной и письменной деловой коммуникации в профессиональной сфере.
30. PEST – анализ – для определения влияющих на организацию факторов макросреды.
31. Анализ 5-ти конкурентных сил М. Портера – для анализа внешней микросреды организации.
32. SWOT- анализ – для выявления внутренних сильных и слабых сторон, внешних

- возможностей и угроз выбранной фирмы – потенциальной базы практики.
33. Провести анализ внешней и внутренней маркетинговой среды организации с использованием необходимых методов.
 34. Проанализировать фирменный стиль организации (логотип, фирменный знак, цветовая гамма, шрифт, слоган). Если нет, разработать и обосновать варианты.
 35. Описать косвенных конкурентов (по одному из критериев: целевой аудитории, ценовому сегменту, ассортименту).
 36. Описать прямых конкурентов (по целевой аудитории, ценовому сегменту, ассортименту).
 37. Дайте характеристику основных нормативных документов, инструкций, положений, регламентирующих рекламную и PR-деятельность предприятия/организации/агентства, а также отдела (подразделения), которую вы посетили.
 38. Проанализируйте и опишите коммуникационную деятельность организации/компании/агентства.
 39. Дайте характеристику внешней и внутренней коммуникационной среды организации/компании/агентства.
 40. Опишите опыт планирования и проведения рекламных и PR-кампаний, применяемых в практике данной организации.
 41. Проанализируйте и опишите средства и методы, применяемые при планировании, подготовке и проведении социологических исследований в зависимости от сферы деятельности организации.
 42. Укажите основные показатели оценки эффективности деятельности рекламных и PR-кампаний применяемых в практике данной организации.
 43. Правовое и законодательное регулирование профессиональной деятельности.
 44. Межличностные коммуникации в профессиональной деятельности.
 45. Методики командообразования в профессиональной деятельности.
 46. Особенности межкультурного диалога в профессиональной среде.
 47. Национальные и культурные стереотипы в профессиональной деятельности.
 48. Профессиональный портрет специалиста по рекламе и связям с общественностью. Требования к профессиональным умениям и навыкам специалиста в области РИСО.
 49. Факторы совершенствования профессиональной деятельности специалиста. Траектории саморазвития.
 50. Основы и принципы освещения деятельности государственных и общественных институтов в СМИ.
 51. Культурологические аспекты создания коммуникационного и медиа продукта.
 52. Социальная ответственность и особенности профессиональной деятельности специалиста по коммуникациям в чрезвычайных ситуациях.
 53. Сущность и особенности функционирования медиакоммуникационной системы региона.
 54. Оценка эффективности медиа и коммуникационного продукта.
 55. Правила и принципы организации труда специалиста по РИСО.
 56. Виды, жанры и функции рекламных и PR-текстов.

2.2. Цели и задачи производственной (профессионально-творческой) практики

Тип практики: профессионально-творческая.

Способ проведения: стационарная, выездная.

Форма проведения: дискретно.

Цель производственной (профессионально-творческой) практики студентов - формирование профессиональных умений и навыков, приобретение практических навыков работы в профильной организации; приобретение опыта самостоятельной профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью в специальных коммуникационных структурах; выработка у студентов способности участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов, мероприятий.

Практика направлена на решение следующих **задач**:

- приобретение практических навыков работы с документацией;
- формирование основных профессиональных навыков в области сбора информации о состоянии исследуемого рынка;
- проведение библиографической работы с привлечением современных информационных технологий;
- поиск информации по полученному заданию, сбор и анализ данных, необходимых для проведения конкретных расчетов;
- сбор и анализ информации об организационной структуре коммуникационного агентства, компании, отдела (базы практики), отдела (базы практики);
- формулирование и разрешение задач, возникающих в ходе выполнения научно-исследовательской работы;
- выбор необходимых методов конкретного исследования;
- проведение статистических обследований, опросов, анкетирования и первичная обработка их результатов - применение современных информационных технологий при проведении научных исследований;
- способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации;
- осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью;
- проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок;
- оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью;
- владеть навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации и навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами;
- владеть навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);
- оценка внешней среды организации факторов рынка (для объекта продвижения);
- характеристика потребителей товаров/услуг компании;
- оценка текущей коммуникационной активности компании, выявление коммуникационных проблем предприятия;
- разработка проекта коммуникационной деятельности компании, включающего план рекламных и/или PR-мероприятий, и реализация проектных решений с помощью современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий;

– реализация проектных решений и оценка их эффективности.

Базами прохождения практики являются предприятия различных организационно-правовых форм (коммерческие, некоммерческие, государственные, муниципальные) и разной отраслевой направленности в подразделениях по связям с общественностью (производственные предприятия, торгово-посреднические организации, региональные отделения политических партий, движений, средства массовой информации, рекламные агентства, финансовые учреждения, страховые компании, предприятия туристской индустрии и т.д.), а также в органах государственного и муниципального управления или на базе кафедры туризма и гостеприимства БАТиП.

Процесс прохождения практики направлен на формирование следующих компетенций:

Индекс	Результаты освоения ОП (содержание компетенции/ индикатора)	Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики		
		знания	умения	навыки
Универсальные (УК)				
УК-1	способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач: в части УК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие УК-1.2. Определяет и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи УК-1.3. Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов	Методологии поиска, критического анализа и синтеза информации, принципы системного подхода	Проводить поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Навыки поиска, критического анализа и синтеза информации, применения системного подхода для решения поставленных задач
УК-2	способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений: УК-2.1. Формулирует проблему, решение которой напрямую связано с достижением поставленной цели УК-2.2. Определяет целевые этапы и основные направления работы, выбирает оптимальные способы решения поставленных задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений УК-2.3. В рамках поставленных задач определяет имеющиеся ресурсы и ограничения, действующие правовые нормы	Принципов выбора оптимальных способов решения задач и достижения поставленных целей, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	навыки определения круга задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
УК-3	способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде: УК-3.1. Определяет свою роль в команде, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели УК-3.2. При реализации своей роли в команде учитывает особенности поведения других членов команды, осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды УК-3.3. Умеет работать в команде; принимать решения с соблюдением этических принципов их реализации; проявлять уважение к мнению и культуре других УК-3.4. Соблюдает установленные нормы и правила	принципов социального взаимодействия и реализации своей роли в команде	осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	навыки осуществления социального взаимодействия и реализации своей роли в команде

Индекс	Результаты освоения ОП (содержание компетенции/ индикатора)	Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практике		
		знания	умения	навыки
	командной работы			
УК-4	способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах): в части УК-4.2. Осуществляет устную и письменную деловую коммуникацию на русском и иностранном языках УК-4.3. Представляет свою точку зрения при деловом общении	Основы деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	навыки осуществления деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
УК-5	способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах: в части УК-5.2. Учитывает при социальном и профессиональном общении историческое наследие и социокультурные традиции различных социальных групп, этносов и конфессий, включая мировые религии, философские и этические учения УК-5.3. Придерживается принципов недискриминационного взаимодействия при личном и массовом общении в целях выполнения профессиональных задач	Базовые принципы межкультурного взаимодействия	воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	Навык восприятия межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
УК-6	способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни в части: УК-6.1. Использует инструменты и методы управления временем при достижении поставленных целей	Принципы самоорганизации и самоменеджмента, принципы образования в течение всей жизни	управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	навыки управления своим временем, выстраивания и реализации траектории саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
УК-8	способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов: в части: УК-8.2. Создает и поддерживает в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды,	Принципы и методы создания и поддержки в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасных условий жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении	создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении	навыки создания и поддержки безопасных условий жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций

Индекс	Результаты освоения ОП (содержание компетенции/ индикатора)	Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практике		
		знания	умения	навыки
	обеспечения устойчивого развития общества УК-8.3. Выявляет признаки, причины и условия возникновения чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов, нарушений техники безопасности на рабочем месте; оценивает вероятность возникновения потенциальной опасности и принимает меры по ее предупреждению	чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	
Общепрофессиональные (ОПК)				
ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	- специфика использования знаковых и медиа систем в коммуникационных специальностях как сфере профессиональной деятельности; - лексические единицы иностранного языка, необходимые для решения задач в профессиональной области	- применять базовые техники использования знаковых и медиа систем в системе коммуникаций как сфере профессиональной деятельности, в соответствии с нормами русского и иностранного языков; - извлекать, обобщать представлять необходимую информацию на профессиональную тему из текстового источника	- базовыми навыками анализа медиатекстов, медиа и коммуникационных продуктов; - навыками общения на иностранном языке на профессиональные темы
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.	основные этапы становления рекламной и PR-индустрий в контексте функционирования общественных и государственных институтов	выделять основные аспекты взаимодействия института рекламы и связей с общественностью с государством и обществом	навыками аналитической работы и методами научного исследования в сфере истории рекламы и PR
ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов ОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного	историко-культурный контекст развития индустрии рекламы и PR	анализировать культурные явления в их взаимосвязи со сферой рекламы и PR	навыками презентации результатов историко-культурных исследований в сфере рекламы и PR в форме медиапродукта

Индекс	Результаты освоения ОП (содержание компетенции/ индикатора)	Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики		
		знания	умения	навыки
	и мирового культурного процесса ОПК-3.2. Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.			
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	назначение, специфику, технологии и инструменты форм и видов маркетинговых коммуникаций (инструментов стимулирования сбыта, специальных мероприятий, личных продаж, маркетинговых интернет-технологий и др.), условия их эффективности при интеграции в систему маркетинговых коммуникаций предприятия; - основные правила поведения в стандартных ситуациях, понятия, связанные с современными представлениями о хорошем тоне	разрабатывать программу построения системы интегрированных маркетинговых коммуникаций с использованием их различных видов для продвижения определенного товара/услуги/идеи на рынке; - использовать знания и умения корпоративного поведения в организации; развивать и внедрять стандарты этикетного поведения, правила внутреннего распорядка и других правил организации; давать оценки эффективности использования существующих этикетных норм и стандартов, применяемых в сфере деловых и служебных отношений	навыками разработки и обоснования программы интегрированных маркетинговых коммуникаций с использованием их различных видов; - правилами этикета, навыками использования правил этикета в деловой и повседневной деятельности.
ОПК-6	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение ОПК-6.2. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и	особенности современных технических средств и информационно-коммуникационных технологии используемых в профессиональной сфере	отбирать для осуществления профессиональной деятельности оптимальные технические и информационно-коммуникационные технологии и платформы	навыком создания и обработки систематизированной информации для использования в коммуникативной деятельности

Индекс	Результаты освоения ОП (содержание компетенции/ индикатора)	Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практике		
		знания	умения	навыки
	(или) иных коммуникационных продуктов			
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности ОПК-7.1. Знает принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом	основные этические и правовые регуляторы разработанные профессиональным сообществом; особенности проявления возможных проблемных ситуаций правового и этического характера в профессиональной деятельности	использовать социальные регуляторы в своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	навыками оценки возможных эффектов, планирования и управления возможными последствиями осуществления профессиональной деятельности
профессиональные компетенции (ПК)				
ПК-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий ПК-1.1. Реализует планирование, подготовку и проведение коммуникационной кампании и мероприятий ПК-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии ПК-1.3. Готовит основные документы по сопровождению коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	теоретические аспекты планирования, подготовки и проведения коммуникационной кампании и мероприятия	планировать, готовить и проводить коммуникационные кампании и мероприятия	планирования, подготовки и проведения коммуникационной кампании и мероприятия
ПК-2	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью ПК-2.1. Осуществляет планирование, организацию и проведение мероприятий по продвижению услуг в сфере бизнеса ПК-2.2. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	этапы планирования, организации и проведения мероприятия как части коммуникационной кампании	использовать инструменты коммуникаций для реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью	навыками планирования и организации коммуникационной кампании, разработки сопровождающей документации, оценки эффективности коммуникационных мероприятий
ПК-3	Способен реализовывать знания в области рекламы и связи с общественностью как сферы профессиональной деятельности ПК-3.1. Реализует современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты	- основные параметры медиарилейшенз и медиапланирования, интернет-технологии и специальные программные продукты для	- осуществлять медиарилейшенз и медиапланирование без помощи и с помощью интернет-технологий и специальных программных	- медиарилейшенз и медиапланированием без помощи и с помощью интернет-технологий и специальных программных продуктов для медиарилейшенз и

Индекс	Результаты освоения ОП (содержание компетенции/ индикатора)	Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики		
		знания	умения	навыки
	ПК-3.2. Владеет общими принципами формирования коммуникационного продукта	медиаарилейшенз и медиапланирования; - специфику профессиональной деятельности в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации.	продуктов для медиаарилейшенз и медиапланирования; - правильно понимать поставленные руководителем задачи и творчески подходить к их решению.	медиапланирования; - навыками защиты информации в рамках своей профессиональной деятельности, осуществляемой в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации.

Содержание практики

	Наименование этапа	Содержание раздела (темы)
1.	Общая характеристика организации	<p>Изучение научно-исследовательской и методической литературы.</p> <p>Оформление документов для прохождения практики, индивидуальное планирование деятельности в ходе прохождения практики.</p> <p>Ознакомление с 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 деятельность организации. 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.</p> <p>Совместная работа в команде предприятия. Осуществление деловой коммуникации с коллективом и клиентами предприятия в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).</p>
2.	Внешняя среда организации	<p>Характеристика факторов макросреды, существенных для организации (политических, экономических, технологических, социальных и др). Характеристика факторов микросреды организации (основных конкурентов, потребителей, поставщиков, контактные аудитории). Отраслевые особенности (например, жизненный цикл отрасли). Позиционирование организации (по отношению к конкурентам, потребителям). Основные «угрозы» и «возможности» внешней среды. Тенденции развития. Сбор данных о рыночных факторах предприятия.</p>
3.	Организационная структура управления	<p>Тип и общая характеристика организационной структуры управления, ее схема. Характеристика отдельных уровней и звеньев управления (линейных и функциональных), преобладающих типов связей. Регламентация деятельности структурных подразделений. Структура функций управления. Функционально-организационная модель управления (модель распределения ответственности). Проблемы структуры управления на предприятии. Эффективность и экономичность структуры управления. Методы и рекомендации по совершенствованию.</p>
4.	Особенности управления производством (товаров, услуг)	<p>Характер производственной деятельности, особенности организации производства, основные технико-экономические показатели производственной деятельности, эффективность производства.</p> <p>Сбор данных о потребителях продукции (услуг) компании:</p> <ul style="list-style-type: none"> - составление портрета потребителей (социально-демографические, поведенческие и психографические характеристики)

		<ul style="list-style-type: none"> - опросы, интервьюирование потребителей (уровень информированности о товаре и торговой марке, отношение к торговой марке) - составление и анализ карты клиентского пути - изучение и описание мотивов, барьеров и драйверов потребителей в процессе совершения покупки - составление персонализированного портрета потребителя - составление рекомендаций по преодолению стереотипов и барьеров покупки.
5.	Управление маркетингом	<p>Система организации маркетинга на предприятии, ее задачи; анализ маркетинговой среды; товарная, ценовая, сбытовая и коммуникативная политики предприятия.</p> <p>Сбор данных о компании:</p> <ul style="list-style-type: none"> - структура отдела, выполняющего коммуникативные функции (рекламные, PR, маркетинговые); - характеристика текущей коммуникативной активности предприятия (цели, задачи, проблемы). <p>Разработка коммуникативной стратегии предприятия:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определение цели и задач коммуникативной стратегии; - выбор инструментов и каналов реализации коммуникативной стратегии. <p>Разработка творческой стратегии для продвижения предприятия</p> <ul style="list-style-type: none"> - разработка рекламных сообщений в любых форматах и жанровых формах - разработка PR-текстов в любых форматах и жанровых формах - разработка другого вида контента для продвижения компании <p>(данный этап предполагает разработку не менее 5 видов функциональных текстов общим объемом не менее 10 000 знаков).</p>
6.	Коммуникационные кампании	<p>Онлайн и офлайн технологий для разработки и реализации элементов и (или) комплекса коммуникационных кампаний. Разработка программы коммуникационных мероприятий:</p> <ul style="list-style-type: none"> - конгрессно-выставочные мероприятия; - презентационные мероприятия; - любые событийные мероприятия (фестивали, конкурсы, интерактивные и промо мероприятия и т.д.); - социально-культурные мероприятия; - научно-образовательные мероприятия; - другие. <p>Освещение мероприятий программы в корпоративных и некорпоративных медиа.</p> <p>Расчет затрат на проведение коммуникационных мероприятий в рамках производственной практики.</p> <p>Оценка эффективности коммуникационных мероприятий.</p>
7.	Информационная система управления	<p>Характеристика общей схемы информационных потоков в организации, основные средства передачи и преобразования информации, основное программное обеспечение, эффективность информационной системы. Анализ информационно-коммуникационных ресурсов предприятия; анализ активности предприятия в социальных сетях.</p>

8.	Отчетный этап	Подготовка презентации о прохождении производственной практики с представлением проекта рекламного и/или PR-продвижения предприятия (базы практики), товара, услуги. Сдача отчетной документации и подготовка к аттестации по результатам прохождения практики.
----	---------------	--

Сроки прохождения практики для студентов очной и заочной формы обучения устанавливаются в соответствии с учебным планом и календарным учебным графиком на соответствующий учебный год.

Производственная практика проводится на 4-м курсе, в 8 семестре (очная форма обучения) или на 5-м курсе, 10 семестр (заочная форма обучения).

Продолжительность практики – **12 недель (18 зачетных единиц, 648 академических часа или 486 астрономических часа).**

Перечень вопросов (практико-ориентированных заданий) для подготовки к зачету с оценкой

1. Правила техники безопасности на рабочем месте специалиста по связям с общественностью.
2. Охарактеризуйте общую деятельность предприятия – объекта практики.
3. Охарактеризуйте деятельность предприятия – объекта практики с точки зрения его организационной структуры и особенности управления.
4. Охарактеризуйте деятельность структурных подразделений (отделов и служб) предприятия.
5. Назовите и охарактеризуйте Положения о подразделениях (отделах и службах) предприятия.
6. Перечислите и охарактеризуйте должностные инструкции сотрудников подразделений (отделов и служб) предприятия.
7. Проанализируйте деятельность подразделений предприятия и выявите возможные проблемы управления им.
8. Внесите предложения по совершенствованию организационной системы управления предприятия.
9. Охарактеризуйте и оцените прогрессивность производственно-технологической деятельности предприятия.
10. Охарактеризуйте организацию и технологию оказания основных услуг предприятием – объектом профессионально-творческой практики.
11. Охарактеризуйте организацию и технологию оказания дополнительных услуг предприятием – объектом профессионально-творческой практики.
12. Перечислите нормативно-правовую и технологическая документация, регламентирующую организацию процессов обслуживания предприятия - объекта профессионально-творческой практики.
13. Охарактеризуйте и оцените прогрессивность (современность) технологий предприятия в работе с потребителем в целом.
14. Охарактеризуйте организацию деятельности и технологии обслуживания коммерческо-административной службы предприятия – объекта профессионально-творческой практики.
15. Охарактеризуйте организацию деятельности и технологии различных служб кадровой службы предприятия (кадровой, финансово-бухгалтерской, маркетинговой и др.) – объекта профессионально-творческой практики.
16. Охарактеризуйте методы и способы контроля выполнения технологических процессов обслуживания соответствующими службами предприятия.
17. Охарактеризуйте методы и способы контроля выполнения должностных инструкций работниками различных служб предприятия.

18. Охарактеризуйте современные информационно-коммуникативные технологии продвижения и реализации услуг, используемые предприятием – объектом профессионально-творческой практики.
19. Охарактеризуйте и оцените эффективность информационно-коммуникативных технологий продвижения и реализации услуг предприятия - объекта профессионально-творческой практики.
20. Мониторинг упоминаний компании в медиа. Анализ медиаконтента.
21. Программа рекламных мероприятий для продвижения предприятия.
22. Программа PR-мероприятий для продвижения предприятия.
23. Программа маркетинговых мероприятий для продвижения кампании.
24. Медиаплан PR-мероприятий.
25. Медиаплан рекламных мероприятий.
26. Методы исследования потребителей предприятия.
27. Интервьюирование лояльных потребителей компании.
28. Использование метрик для анализа текущей рекламной активности предприятия.
29. Выявление проблем позиционирования предприятия. Репозиционирование. Ребрендинг. Изменение элементов фирменного стиля.
30. Анализ сайта компании. Подбор ключевых слов для SEO. Работа с контентной частью сайта.
31. Составление базы медиа для дальнейшего сотрудничества в плане освещения событий компании.
32. Анализ активности подписчиков в пабликах компании.
33. Анализ офлайн каналов продвижения компании.
34. Мотивы покупки целевых групп компании.
35. Барьеры и драйверы покупки товаров /услуг компании.
36. Анализ уровня знания о компании и ее продукции (услугах).
37. Анализ коммуникативной активности конкурентов компании.
38. Анализ рыночных факторов предприятия.
39. Функции отдела продвижения компании. Должностные обязанности сотрудников.
40. Выявление коммуникационных проблем конкретного предприятия: методы и приемы.
41. Постановка цели и задач коммуникативной стратегии предприятия.
42. Постановка цели и задач медиастратегии предприятия.
43. Постановка цели и задач креативной стратегии предприятия.

2.3. Цели и задачи производственной (преддипломной) практики

Тип практики: преддипломная.

Способ проведения: стационарная, выездная.

Форма проведения: дискретно.

Производственная (преддипломная) практика является важнейшим компонентом системы профессиональной подготовки будущего бакалавра. Она выступает связующим этапом между теоретическим обучением бакалавра и его будущей самостоятельной работой. Организация и проведение практики характеризуются тем, что содержание практики строится в логике идеи непрерывного образования, на основе четкой программы формирования профессиональных знаний, навыков и умений студентов.

Целями производственной (преддипломной) практики студентов являются формирование профессиональных умений и навыков, закрепление и развитие общепрофессиональных и профессиональных компетенций, углубленных практических навыков работы; проведение практики на рабочих местах в профильной организации; предоставление студенту работы (или

возможности работы в качестве дублера) на основных должностях работников по профилю получаемого образования, сбор и анализ практического материала для подготовки выпускной квалификационной работы (ВКР).

Практика направлена на решение следующих **задач**:

- обобщение материалов, накопленных обучающимся за предыдущие периоды обучения, овладение новейшими технологиями, навыками работы на одном из рабочих мест предприятия;
- получение целостного представления о деятельности предприятия;
- закрепление и углубление знаний, полученных в период прохождения производственной практики;
- приобретение навыков самостоятельного решения производственных задач, формирование теоретической и аналитической частей ВКР.

Базами прохождения практики являются предприятия различных организационно-правовых форм (коммерческие, некоммерческие, государственные, муниципальные) и разной отраслевой направленности в подразделениях по связям с общественностью (производственные предприятия, торгово-посреднические организации, региональные отделения политических партий, движений, средства массовой информации, рекламные агентства, финансовые учреждения, страховые компании, предприятия туристской индустрии и т.д.), а также в органах государственного и муниципального управления или на базе кафедры туризма и гостеприимства БАТиП.

Процесс прохождения практики направлен на формирование следующих компетенций:

Индекс	Результаты освоения ОП (содержание компетенции/ индикатора)	Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики		
		знания	умения	навыки
Универсальные (УК)				
УК-1	способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач: в части УК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие УК-1.2. Определяет и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи УК-1.3. Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов УК-1.4. Аргументирует свои выводы, в том числе с применением философского понятийного аппарата	Методологии поиска, критического анализа и синтеза информации, принципы системного подхода	Проводить поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Навыки поиска, критического анализа и синтеза информации, применения системного подхода для решения поставленных задач
УК-2	способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений: УК-2.1. Формулирует проблему, решение которой напрямую связано с достижением поставленной цели УК-2.2. Определяет целевые этапы и основные направления работы, выбирает оптимальные способы решения поставленных задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений УК-2.3. В рамках поставленных задач определяет имеющиеся ресурсы и ограничения, действующие правовые нормы	Принципов выбора оптимальных способов решения задач и достижения поставленных целей, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	навыки определения круга задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
УК-3	способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде: УК-3.1. Определяет свою роль в команде, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели УК-3.2. При реализации своей роли в команде учитывает особенности поведения других членов команды, осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды УК-3.3. Умеет работать в команде; принимать решения с соблюдением этических принципов их реализации;	принципов социального взаимодействия и реализации своей роли в команде	осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	навыки осуществления социального взаимодействия и реализации своей роли в команде

Индекс	Результаты освоения ОП (содержание компетенции/ индикатора)	Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики		
		знания	умения	навыки
	проявлять уважение к мнению и культуре других УК-3.4 Соблюдает установленные нормы и правила командной работы			
УК-4	способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах): в части УК-4.2. Осуществляет устную и письменную деловую коммуникацию на русском и иностранном языках УК-4.3. Представляет свою точку зрения при деловом общении	Основы деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	навыки осуществления деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
Общепрофессиональные (ОПК)				
ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	- специфика использования знаковых и медиа систем в коммуникационных специальностях как сфере профессиональной деятельности; - лексические единицы иностранного языка, необходимые для решения задач в профессиональной области	- применять базовые техники использования знаковых и медиа систем в системе коммуникаций как сфере профессиональной деятельности, в соответствии с нормами русского и иностранного языков; - извлекать, обобщать представлять необходимую информацию на профессиональную тему из текстового источника	- базовыми навыками анализа медиатекстов, медиа и коммуникационных продуктов; - навыками общения на иностранном языке на профессиональные темы
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.	основные этапы становления рекламной и PR-индустрий в контексте функционирования общественных и государственных институтов	выделять основные аспекты взаимодействия института рекламы и связей с общественностью с государством и обществом	навыками аналитической работы и методами научного исследования в сфере истории рекламы и PR

Индекс	Результаты освоения ОП (содержание компетенции/ индикатора)	Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики		
		знания	умения	навыки
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности	учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	навыками организации процессов обслуживания потребителей на основе анализа рыночного спроса и потребностей общества
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	назначение, специфику, технологии и инструменты форм и видов маркетинговых коммуникаций (инструментов стимулирования сбыта, специальных мероприятий, личных продаж, маркетинговых интернет-технологий и др.), условия их эффективности при интеграции в систему маркетинговых коммуникаций предприятия; - основные правила поведения в стандартных ситуациях, понятия, связанные с современными представлениями о хорошем тоне	разрабатывать программу построения системы интегрированных маркетинговых коммуникаций с использованием их различных видов для продвижения определенного товара/услуги/идеи на рынке; - использовать знания и умения корпоративного поведения в организации; развивать и внедрять стандарты этикетного поведения, правила внутреннего распорядка и других правил организации; давать оценки эффективности использования существующих этикетных норм и стандартов, применяемых в сфере деловых и служебных отношений	навыками разработки и обоснования программы интегрированных маркетинговых коммуникаций с использованием их различных видов; - правилами этикета, навыками использования правил этикета в деловой и повседневной деятельности.
ОПК-6	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и	особенности современных технических средств и информационно-коммуникационных технологии используемых в	отбирать для осуществления профессиональной деятельности оптимальные технические и информационно	навыком создания и обработки систематизированной информации для использования в коммуникативной деятельности

Индекс	Результаты освоения ОП (содержание компетенции/ индикатора)	Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практике		
		знания	умения	навыки
	программное обеспечение ОПК-6.2. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	профессиональной сфере	коммуникационные технологии и платформы	
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности ОПК-7.1. Знает принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом	основные этические и правовые регуляторы разработанные профессиональным сообществом; особенности проявления возможных проблемных ситуаций правового и этического характера в профессиональной деятельности	использовать социальные регуляторы в своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	навыками оценки возможных эффектов, планирования и управления возможными последствиями осуществления профессиональной деятельности
профессиональные компетенции (ПК)				
ПК-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий ПК-1.1. Реализует планирование, подготовку и проведение коммуникационной кампании и мероприятий ПК-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии ПК-1.3. Готовит основные документы по сопровождению коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	теоретические аспекты планирования, подготовки и проведения коммуникационной кампании и мероприятия	планировать, готовить и проводить коммуникационные кампании и мероприятия	планирования, подготовки и проведения коммуникационной кампании и мероприятия
ПК-2	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью ПК-2.1. Осуществляет планирование, организацию и проведение мероприятий по продвижению услуг в сфере бизнеса ПК-2.2. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	этапы планирования, организации и проведения мероприятия как части коммуникационной кампании	использовать инструменты коммуникаций для реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью	навыками планирования и организации коммуникационной кампании, разработки сопровождающей документации, оценки эффективности коммуникационных мероприятий
ПК-3	Способен реализовывать знания в области рекламы и связи с общественностью как сферы профессиональной деятельности	- основные параметры медиарилейшенз и медиапланирования,	- осуществлять медиарилейшенз и медиапланирование без	- медиарилейшенз и медиапланированием без помощи и с помощью интернет-

Индекс	Результаты освоения ОП (содержание компетенции/ индикатора)	Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики		
		знания	умения	навыки
	ПК-3.1. Реализует современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты ПК-3.2. Владеет общими принципами формирования коммуникационного продукта	интернет-технологии и специальные программные продукты для медиарилейшенз и медиапланирования; - специфику профессиональной деятельности в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации.	помощи и с помощью интернет-технологий и специальных программных продуктов для медиарилейшенз и медиапланирования; - правильно понимать поставленные руководителем задачи и творчески подходить к их решению.	технологий и специальных программных продуктов для медиарилейшенз и медиапланирования; - навыками защиты информации в рамках своей профессиональной деятельности, осуществляемой в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации.

Содержание практики

	Наименование этапа	Содержание раздела (темы)
1.	Подготовительный этап, в том числе исследовательская работа	<p>Изучение методических рекомендаций по выполнению выпускной квалификационной работы; изучить и уяснить содержание основных элементов управленческой структуры организации, а также место и роль в ней связей с общественностью.</p> <p>Изучение и обобщение передового отечественного и зарубежного опыта в области тактического планирования производства, разработка предложений по его адаптации и внедрению.</p> <p>Подготовка материалов для выпускной квалификационной работы: работа с библиотечным фондом и Интернет-ресурсами.</p> <p>Общее ознакомление с местом прохождения практики (профильной организацией), правилами внутреннего трудового распорядка, прохождении производственного инструктажа, в т.ч. инструктажа по технике безопасности на рабочем месте; ознакомление с корпоративными стандартами профильной организации и нормативной документацией, регламентирующей деятельность организации.</p> <p>Совместная работа в команде предприятия. Осуществление деловой коммуникации с коллективом и клиентами предприятия в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).</p>
2.	Производственный этап	<p>Сбор и систематизация необходимой статистической информации об изучаемом объекте, выявление его состояния и тенденций развития посредством изучения плановой, отчетной и учетной документации; сбор информации о конкурентах и потребителях услуг профильной организации; дополнительные исследования путем наблюдения, анкетирования, интервью и т.п.</p> <p>Проанализировать документы, касающиеся деятельности связей с общественностью в организации (годовые отчеты, планы и т.д.).</p> <p>Участие в работе структурного подразделения организации и выполнение профессиональных задач, поставленных руководителем практики от профильной организации.</p> <p>Изучение сущности и причин сложившейся экономической ситуации изучаемого социального процесса на основе экспресс-анализа, комплексного анализа хозяйственной деятельности в профильной организации; сравнительный анализ конкурентов; исследование целевого рынка потребителей товаров и услуг профильной организации; получение результатов решения поставленных задач индивидуального задания; оценка влияния различных факторов внешней и внутренней среды на эффективность деятельности организации; анализ сильных и слабых сторон организации.</p>
3.	Аналитический этап	<p>Обработка, анализ и интерпретация полученных данных с привлечением современных информационных технологий.</p> <p>Формирование окончательных выводов и рекомендаций, разработка конкретных решений, предложений по повышению</p>

		эффективности деятельности профильной организации.
4.	Отчетный этап	Оформление отчета по практике; получение отзывов руководителя практики от профильной организации и научного руководителя. Сдача отчета и подготовка к защите результатов прохождения практики.

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

Производственная практика проводится на 4-м курсе, в 8 семестре (очная форма обучения) или на 5-м курсе, 10 семестр (заочная форма обучения).

Продолжительность практики – **4 недели (6 зачетных единиц, 216 академических часа или 162 астрономических часа).**

Перечень вопросов (практико-ориентированных заданий) для подготовки к зачету с оценкой

1. Охарактеризуйте общую деятельность предприятия – объекта преддипломной практики.
2. Правила и последовательность инструктажа по технике безопасности на рабочем месте специалиста по рекламе и связям с общественностью.
3. Правила внутреннего трудового распорядка предприятия – объекта преддипломной практики.
4. Перечислите внешнюю нормативно-законодательную и нормативно-технологическую документацию, регламентирующую деятельность предприятия.
5. Перечислите и охарактеризуйте корпоративные стандарты профильной организации и другую нормативную документацию, регламентирующую деятельность предприятия - объекта преддипломной практики.
6. Назовите и охарактеризуйте источники информации предприятия, находящиеся в открытом и/или служебном доступе, необходимые для написания ВКР.
7. Перечислите и охарактеризуйте основные факторы внешней среды, оказывающие существенное влияние на деятельность предприятия - объекта преддипломной практики.
8. Основные проблемы и опасности для предприятия – объекта практики, вызываемые факторами внешней среды.
9. Перечислите и охарактеризуйте основные факторы внутренней среды, оказывающие существенное влияние на деятельность - предприятия объекта преддипломной практики.
10. Проанализируйте и выявите реализуемую конкурентную стратегию и тактику работы предприятия.
11. Основные проблемы и опасности для предприятия – объекта практики, вызываемые факторами внутренней среды.
12. Анализ экономического положения и конкретного окружения предприятия по методике SWOT-анализа.
13. Анализ экономического положения и конкретного окружения предприятия по методике PEST-анализа.
14. Назовите и охарактеризуйте используемые методы исследования конкурентов и потребителей услуг (объекта преддипломной практики) и особенности их организации, необходимые для написания ВКР.
15. Обработка, анализ и интерпретация полученных данных исследований с привлечением конкурентов и потребителей услуг предприятия (объекта преддипломной практики) современных информационных технологий.

16. Охарактеризуйте организацию работы и технологии структурного подразделения предприятия и выполнение профессиональных задач, поставленных руководителем практики от организации.
17. Выявите сильные и слабые стороны работы структурного подразделения предприятия – объекта преддипломной практики.
18. Сформируйте и обоснуйте практические рекомендации по совершенствованию деятельности работы структурного подразделения предприятия – объекта преддипломной практики.
19. Обобщите изучение передового отечественного и зарубежного опыта в области планирования деятельности предприятия, разработки предложений по его адаптации и внедрению.
20. Сформируйте окончательные выводы и рекомендации и предложения по повышению эффективности деятельности предприятия.

3. ПОДГОТОВКА ОТЧЕТНОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ

Отчетная документация по практике включает в себя:

- титульный лист (**приложение №1**);
- индивидуальное задание на практику (**приложение №2.1, 2.2, 2.3**);
- дневник практики – краткое содержание и сроки изучения тем программы практики (**приложение №3**);
- характеристику, заполненную и подписанную руководителем практики от организации, не позднее, чем за три дня до назначенного дня защиты (**приложение №4.1, 4.2, 4.3**).

Индивидуальное задание на практику выдается обучающемуся руководителем практики от Академии до начала практики. В первый день практики обучающийся согласовывает перечень заданий и работ с руководителем практики от профильной организации, который подписывает индивидуальное задание и направляет обучающегося в соответствующий заданию отдел (подразделение).

Дневник практики должен быть выполнен в виде таблицы, в которую вписываются все виды проведенных работ по темам (разделам) практики в соответствии с заданием. В первом столбце «Сроки выполнения работ» указывается промежуток времени, затраченный на проведение работ (2 – 3 дня), **например**, с 16.05.2023 до 18.05.2023. Во втором столбце «Виды выполняемых работ» указывается перечень выполненных в данный период времени работ, **например**, изучал(а) учредительные документы организации (устав, свидетельство ОГРН, ИНН), определял объем и тип производства, профиль деятельности, определял организационно-правовую форму предприятия. Дневник может быть заполнен рукописно или с помощью компьютера.

Сроки выполнения работ	Виды выполняемых работ
16.05.2023	<i>изучал(а) правила техники безопасности на рабочем месте.</i>
16.05.2023 – 18.05.2023	<i>изучал(а) учредительные документы организации (устав, свидетельство ОГРН, ИНН), определял объем и тип производства, профиль деятельности, определял организационно-правовую форму предприятия.</i>

В характеристике руководитель практики от профильной организации по месту прохождения практики оценивает уровень освоения компетенций практикантом по трехуровневой шкале (низкий, средний, высокий), характеристика заверяется подписью ответственного лица и печатью организации.

В качестве приложения 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.

Студент может формулировать свои предложения по улучшению работы конкретного подразделения организации, в котором он проходил практику, или организации в целом, в том числе в рамках выпускной квалификационной работы.

Отчетная документация должна быть подготовлена с использованием компьютера в MS 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.

4. ПРОВЕДЕНИЕ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Промежуточная аттестация проводится в форме **зачета с оценкой** и фиксирует уровень достижения планируемых результатов обучения по практике.

Промежуточная аттестация практики проводится путем оценки компетенций, которые освоил обучающийся в ходе прохождения практики, по модели STAR: Situation (Ситуация) — Task (Задача) — Action (Предпринятые действия) — Result (Результат). При использовании данной модели обучающемуся задаются вопросы, направленные на оценку сформированности компетенций, а обучающийся должен продемонстрировать полученные в ходе практики умения и навыки, описав ситуацию и предложив ее решение на примере исследуемого объекта (профильной организации). По каждому направлению подготовки (в случае необходимости по

каждой образовательной программе) формируется аттестационная комиссия, состоящая из трех членов: лиц, относящихся к профессорско-преподавательскому составу академии с участием ведущих специалистов - представителей работодателей и (или) их объединений в соответствующей области профессиональной деятельности.

В зависимости от области профессиональной деятельности, аттестация может включать в себя вопросы или тестовые задания для проверки теоретических знаний полученных при изучении программы (теоретическая часть) и в обязательном порядке должен включать в себя один или несколько видов аттестационных испытаний (практическая часть), направленных на оценку готовности обучающихся к реализации вида профессиональной деятельности:

- выполнение комплексного практического задания – для оценки готовности к выполнению вида профессиональной деятельности. Технология оценивания: сопоставление продемонстрированных параметров деятельности и/или характеристик продукта деятельности с заданными эталонами и стандартами по критериям;

- выполнение серии практических заданий – для оценки готовности к выполнению отдельных трудовых функций (профессиональных компетенций). Технология оценивания: сопоставление параметров продемонстрированной деятельности и/или характеристик продукта деятельности с заданными эталонами и стандартами по критериям.

5. РАЗМЕЩЕНИЕ ОТЧЕТНЫХ ДОКУМЕНТОВ ПО ПРАКТИКЕ В ЭЛЕКТРОННОЙ ИНФОРМАЦИОННО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СРЕДЕ АКАДЕМИИ

Отчетные документы по практике подлежат обязательному размещению в электронной информационно-образовательной среде Академии (далее – ЭИОС).

Отчетные документы не позднее, чем за 1 неделю до защиты (промежуточной аттестации) размещается **студентом** в его личном кабинете в ЭИОС в папке «Отчеты по практике» (в формате .doc, .docx) и передается в электронном виде руководителю для проверки.

6. ПОРЯДОК АТТЕСТАЦИИ ПО ПРАКТИКЕ И ОФОРМЛЕНИЯ ЕЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

1. Практика может быть оценена на «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно» или с указанием соответствующих баллов по рейтинговой шкале.

2. При оценке практики руководитель (преподаватель) проводит **оценку полноты освоения компетенций** в соответствии с программой практики.

3. Оценка проставляется на титульном листе за подписью преподавателя.

4. Не размещение отчетных документов в ЭИОС является основанием для не допуска к защите отчета. В случае не допуска к защите в зачетно-экзаменационной ведомости проставляется отметка «не представил (а) работу» или «н/я», у студента появляется академическая задолженность, ликвидируемая в установленном порядке.

5. Несвоевременное выполнение отчета по практике считается академической задолженностью и ликвидируется в установленном порядке.

6. Оценка вносится в зачетно-экзаменационную ведомость и зачетную книжку. Отрицательная оценка в зачетную книжку не вносится.

7. Отчеты хранятся на кафедрах согласно утвержденной номенклатуре дел кафедры в течение 2 календарных лет и списываются по акту комиссией, назначаемой заведующим кафедрой.

8. Критериями оценки курсовой работы являются: актуальность и степень разработанности темы; творческий подход и самостоятельность в анализе, обобщениях и выводах; полнота охвата первоисточников и исследовательской литературы; уровень овладения методикой исследования; научная обоснованность и аргументированность обобщений, выводов и рекомендаций; научный стиль изложения; соблюдение всех требований к оформлению курсовой работы и сроков ее исполнения, степень освоения компетенций, предусмотренных рабочей программой дисциплины (модуля).

9. Студент, получивший неудовлетворительную оценку по практике, обязан после консультации с руководителем практики в установленные сроки успешно выполнить требуемый минимальный объем практических работ, предусмотренных программой дисциплины (модуля), и представить результаты этих работ. Если качество работ будет признано удовлетворительным, то студент допускается к дальнейшему обучению.

7. РЕКОМЕНДУЕМАЯ МЕТОДИЧЕСКАЯ ЛИТЕРАТУРА ПО ПРОХОЖДЕНИЮ ПРАКТИКИ

Учебная практика

Основная литература

1. Грибов, В.Д. Теория менеджмента [Электронный ресурс]: Учебное пособие / Грибов В.Д., Веснин В.Р. - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 357 с. (Высшее образование: Бакалавриат) - ЭБС Znanium.com. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=547983>.

2. Кашкин, В. Б. Введение в теорию коммуникации : учебное пособие / В. Б. Кашкин. - 8-е изд., стер. - Москва: ФЛИНТА, 2022. - 224 с. - ЭБС Znanium.com. Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1875397>. - Текст: электронный.

3. Марочкина, С.С. Введение в специальность. Реклама: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Реклама» / С.С. Марочкина, Л.М. Дмитриева, Е.В. Азарова ; под ред. Л.М. Дмитриевой. - М. : ЮНИТИ-ДАНА,2017. - 239 с. - (Серия «Азбука рекламы»).- ЭБС Znanium.com. Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1028705>. - Текст: электронный.

Дополнительная литература

1.Тихомирова, О.Г. Менеджмент организации: теория, история, практика: Учебное пособие / Тихомирова О. Г., Варламов Б. А. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 256 с. - (Высшее образование: Бакалавриат) - ЭБС Znanium.com. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=509210>.

2.Зайцев, А.В. Информационные системы в профессиональной деятельности [Электронный ресурс]: Учебное пособие / А.В. Зайцев. – М.: РАП, 2013. – 180 с. ЭБС Znanium.com. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=517322>

3. Быкова, Т.А. Документационное обеспечение управления (делопроизводство): учебное пособие / Т.А. Быкова, Т.В. Кузнецова, Л.В. Санкина. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ИНФРА-М, 2017. – 304 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). ЭБС Znanium.com. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=762591>

4. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование: учебник / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин ; под общ. ред. проф. Ф. И. Шаркова. — Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. - 486 с.- ЭБС Znanium.com. Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1093675>. Текст: электронный.

5. Пивоваров, А. М. Деловые коммуникации: теория и практика : учебное пособие / А. М.

Пивоваров. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2023. - 162 с. - (Высшее образование). — ЭБС Znanium.com. Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/2037377>. Текст: электронный.

в) справочная литература:

1. Кисляков, Г.В. Менеджмент: основные термины и понятия: словарь / Г.В. Кисляков, Н.А. Кислякова. - 2-е изд. - М. : ИНФРА-М, 2018. - 176 с. - (Библиотека малых словарей «ИНФРА-М»). - ЭБС Znanium.com. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=929656>.

2. Маслова, В. М. Управление персоналом: толковый словарь / авт.-сост. В. М. Маслова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. — 131с. - ЭБС Znanium.com. Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1092968>

Производственная (профессионально-творческая) практика

а) основная литература

1. Коммуникация. Теория и практика : учебник / Л. Г. Викулова, М. Р. Желтухина, С. А. Герасимова, И. В. Макарова. - Москва : Издательский дом ВКН, 2020. - 336 с. - - ЭБС Znanium.com. Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/2018209>. Текст: электронный.

2. Марочкина, С.С. Введение в специальность. Реклама: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Реклама» / С.С. Марочкина, Л.М. Дмитриева, Е.В. Азарова ; под ред. Л.М. Дмитриевой. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 239 с. - (Серия «Азбука рекламы»).- ЭБС Znanium.com. Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1028705>. - Текст: электронный.

б) дополнительная литература

1. Тимашева, О.В. Введение в теорию межкультурной коммуникации : учеб. пособие / О.В. Тимашева. - 4-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2017. - 192 с. - ЭБС Znanium.com. Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1042529> - Текст: электронный.

2. Коммуникация. Теория и практика : учебник / Л. Г. Викулова, М. Р. Желтухина, С. А. Герасимова, И. В. Макарова. - Москва : Издательский дом ВКН, 2020. - 336 с. - - ЭБС Znanium.com. Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/2018209>. Текст: электронный.

3. Алексейчева, Е.Ю. Экономика организации (предприятия) [Электронный ресурс] / Е.Ю. Алексейчева, М.Д. Магомедов, И.Б. Костин, - 2-е изд. - М.: Дашков и К, 2016. - 292 с. - ЭБС Znanium.com. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=415188>.

4. Осипова, Е. А. Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью : учебник / Е.А. Осипова. — Москва: ИНФРА-М, 2020. — 381 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — ЭБС Znanium.com. Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1068921>. - Текст: электронный.

5. Евстафьев, В. А. Организация и практика работы рекламного агентства: учебник для бакалавров / В. А. Евстафьев, А. В. Молин. — 2-е изд., стер. — Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. — 512 с. – ЭБС Znanium.com. Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1091202>. - Текст: электронный.

в) справочная литература и периодические издания:

1. Мудров, А. Н. Толковый словарь русского рекламного языка / А.Н. Мудров. - М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 820 с. - ЭБС Znanium.com. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=510840>.

2. Паблик-рилейшенз: толковый словарь / авт.-сост. И. М. Синяева. — 3-е изд. — Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. — 198 с. - ЭБС Znanium.com. Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1091854>.

3. Журнал «PR в России».

Производственная (преддипломная) практика

а) основная литература

1. Коммуникация. Теория и практика : учебник / Л. Г. Викулова, М. Р. Желтухина, С. А.

Герасимова, И. В. Макарова. - Москва : Издательский дом ВКН, 2020. - 336 с. - - ЭБС Znanium.com. Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/2018209>. Текст: электронный.

2. Марочкина, С.С. Введение в специальность. Реклама: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Реклама» / С.С. Марочкина, Л.М. Дмитриева, Е.В. Азарова ; под ред. Л.М. Дмитриевой. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 239 с. - (Серия «Азбука рекламы»)- ЭБС Znanium.com. Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1028705>. - Текст: электронный.

б) дополнительная литература

1. Тимашева, О.В. Введение в теорию межкультурной коммуникации : учеб. пособие / О.В. Тимашева. - 4-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2017. - 192 с. - ЭБС Znanium.com. Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1042529> - Текст: электронный.

2. Коммуникация. Теория и практика : учебник / Л. Г. Викулова, М. Р. Желтухина, С. А. Герасимова, И. В. Макарова. - Москва : Издательский дом ВКН, 2020. - 336 с. - - ЭБС Znanium.com. Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/2018209>. Текст: электронный.

3. Алексейчева, Е.Ю. Экономика организации (предприятия) [Электронный ресурс] / Е.Ю. Алексейчева, М.Д. Магомедов, И.Б. Костин, - 2-е изд. - М.: Дашков и К, 2016. - 292 с. - ЭБС Znanium.com. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=415188>.

4. Осипова, Е. А. Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью : учебник / Е.А. Осипова. — Москва: ИНФРА-М, 2020. — 381 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — ЭБС Znanium.com. Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1068921>. - Текст: электронный.

5. Евстафьев, В. А. Организация и практика работы рекламного агентства: учебник для бакалавров / В. А. Евстафьев, А. В. Молин. — 2-е изд., стер. — Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. — 512 с. - ЭБС Znanium.com. Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1091202>. - Текст: электронный.

в) справочная литература и периодические издания:

1. Мудров, А. Н. Толковый словарь русского рекламного языка / А.Н. Мудров. - М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 820 с. - ЭБС Znanium.com. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=510840>.

2. Паблик-рилейшенз: толковый словарь / авт.-сост. И. М. Синяева. — 3-е изд. — Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. — 198 с. - ЭБС Znanium.com. Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1091854>.

3. Журнал «PR в России».

Нормативно-правовые акты

1. Федеральный Закон «О рекламе» от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ (с изменениями и дополнениями).

2. Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 13.06.2023) "О средствах массовой информации".

3. Федеральный закон № 149-ФЗ от 27.07.2006 «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» (с изменениями и дополнениями);

4. Федеральный закон от 23.02.2013 N 15-ФЗ «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака» (с изменениями и дополнениями); Федеральный закон № 61-ФЗ от 12.04.2010 «Об обращении лекарственных средств», федеральный закон № 39-ФЗ от 22.04.1996 «О рынке ценных бумаг» (с изменениями и дополнениями);

5. Гражданский кодекс РФ, Налоговый кодекс РФ, Кодекс РФ об административных правонарушениях, Закон Российской Федерации от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» (с изменениями и дополнениями);

6. «Об утверждении формы бланка строгой отчетности» Приказ Министерства Финансов Российской Федерации от 09.07.2007 № 60н.

В Санкт-Петербурге в качестве основных нормативно-правовых актов, регламентирующих сферу рекламной деятельности можно отнести:

1. Закон Санкт-Петербурга от 07.06.2006 N 302-42 «О мерах по реализации Федерального закона «О рекламе»» (в ред. от 02.07.2014);

2. Постановление Правительства Санкт-Петербурга от 25.07.2006 № 904 (в ред. от 23.03.2017) «О выдаче разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций в Санкт-Петербурге и проведении торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельных участках, зданиях или ином недвижимом имуществе, находящемся в государственной собственности Санкт-Петербурга, а также на земельном участке, государственная собственность на который не разграничена»;

3. Постановление Правительства Санкт-Петербурга от 17.04.2014 №266 (с изм. от 11.06.2015) «Об утверждении Схемы размещения рекламных конструкций на земельных участках независимо от форм собственности, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в государственной собственности Санкт-Петербурга»;

4. ГОСТ Р 52044-2003. Государственный стандарт Российской Федерации. Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений. Общие технические требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения. Принят и введен в действие постановлением Госстандарта России от 22.04.2003 № 124-ст и др.

В Российской Федерации (в отличие от некоторых европейских государств и США) в настоящее время сложился так называемый «смешанный» способ правового регулирования рекламных отношений: наряду с кодифицированным правовым актом (Закон «О рекламе») существуют и другие источники правового регулирования данной сферы общественных отношений не только на федеральном уровне, но и на уровне отдельных субъектов Российской Федерации.

Интернет - ресурсы

1. База данных государственной статистики Федеральной службы государственной статистики http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/
2. База социологических данных Всероссийского центра изучения общественного мнения <https://wciom.ru/database/>
3. База данных государственной статистики Федеральной службы государственной статистики http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/
4. База социологических данных Всероссийского центра изучения общественного мнения <https://wciom.ru/database/>
5. Всемирная торговая организация - www.wto.org
6. Росбизнесконсалтинг – www.rbc.ru
7. Министерство Финансов РФ – www.mimfin.gov.ru
8. Международная организации труда - www.ilo.org
9. База данных Интерфакс www.interfax.ru
10. Материалы портала Российского индекса научного цитирования eLibrary <http://elibrary.ru/>
11. Профессиональная база данных Федеральной службы государственной статистики http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/
12. Профессиональная база данных: база социологических данных Всероссийского центра изучения общественного мнения <https://wciom.ru/database/>
13. Российская государственная библиотека <http://www.rsl.ru/>

информационные справочные и поисковые системы:

- Информационно-правовая база «ГАРАНТ» – <http://www.garant.ru/>
- Информационно-правовая база «Консультант Плюс» – <http://www.consultant.ru/>



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

Отчет
по учебной/ производственной (_____)
практике

Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Студент: _____
ФИО

Руководитель: _____
оценка подпись уч. степень, уч. звание ФИО

Санкт-Петербург
20__ г.

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

**ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ
 НА УЧЕБНУЮ ПРАКТИКУ
 (профессионально-ознакомительную)**

Студента(-ки) _____

(фамилия, имя, отчество)

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

ОП ВО «42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Реклама и связи с общественностью в бизнесе»

Место прохождения практики _____

Сроки прохождения практики _____

Наименование тем программы	Практические задания
Техника безопасности на рабочем месте.	Ознакомиться с инструкциями по технике безопасности на рабочем месте. Изучить правила техники безопасности на рабочем месте. Ознакомиться с правилами внутреннего трудового распорядка.
Ознакомление организацией.	Дать общую характеристику организации: начало функционирования; организационно-правовая форма; цель и миссия; этапы развития.
Внешняя среда организации.	Изучить и проанализировать факторы внешней среды организации: рынки сбыта, потребители, поставщики, конкуренты и др. Выявить и проанализировать возможности и угрозы в деятельности организации, вызываемые факторами внешней среды.
Внутренняя среда организации.	Ознакомиться с операционной деятельностью: номенклатура продукции (работ, услуг); организационная структура управления и распределение функциональных обязанностей. Охарактеризовать персонал организации: численность, квалификация, движение кадров. Охарактеризовать результаты хозяйственной деятельности организации в динамике за 3-5 лет по ключевым показателям: доля рынка, выручка, прибыль, рентабельность и др. Выявить и проанализировать сильные и слабые стороны в деятельности организации, вызываемые факторами внутренней среды. Выявить внутренние резервы организации.
Требования, предъявляемые профессиональным и личностным качествам специалиста по РиСО	Ознакомиться с практикой руководства персоналом: требования, предъявляемые к профессиональным и личностным качествам менеджера в организации; организационная культура и деловое общение; организация и координация работы сотрудников; работа в команде; методы мотивации и стимулирования труда.

Наименование тем программы	Практические задания
Организация делопроизводства.	Ознакомиться с системой внутреннего документооборота организации. Изучить технологию обработки документов. Составить перечень источников информации об организации.

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 (ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКУЮ)
 ПРАКТИКУ**

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

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

ОП ВО «42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Реклама и связи с общественностью в бизнесе»

Место прохождения практики _____

Сроки прохождения практики _____

№ п/п	Наименование темы	Задания на практику
1.	Общая характеристика организации	Изучить правила техники безопасности на рабочем месте. Познакомиться с нормативной документацией, регламентирующей деятельность организации. Охарактеризовать основные виды деятельности и основные этапы развития организации. Выявить особенности производства и управления. Определить стратегические цели и основные стратегии организации. Оценить эффективность деятельности организации и системы управления.
2.	Внешняя среда предприятия	Изучить факторы макросреды, существенных для организации (политические, экономические, технологические, социальные и др). Изучить факторы микросреды организации (основных конкурентов, потребителей, поставщиков, контактные аудитории). Выявить отраслевые особенности (например, жизненный цикл отрасли). Провести позиционирование организации (по отношению к конкурентам, потребителям). Определить основные «угрозы» и «возможности» внешней среды, тенденции развития.
3.	Организационная структура управления	Определить тип и дать общую характеристику организационной структуры управления. Дать характеристику отдельных уровней и звеньев управления (линейных и функциональных), преобладающих типов связей. Определить порядок регламентации деятельности структурных подразделений. Изучить структуру функций управления. Провести анализ функционально-организационной модели управления (модели распределения ответственности). Выявить проблемы структуры управления на предприятии. Оценить эффективность и экономичность структуры управления. Разработать методы и

№ п/п	Наименование темы	Задания на практику
		рекомендации по совершенствованию структуры управления.
4.	Особенности управления производством (товаров, услуг)	<p>Определить характер производственной деятельности и особенности организации производства. Изучить методы планирования производства, основные технико-экономические показатели производственной деятельности.</p> <p>Оценить эффективность производства. Определить направления совершенствования производственной деятельности.</p>
5.	Управление маркетингом	<p>Изучить систему организации маркетинга на предприятии.</p> <p>Провести анализ маркетинговой среды. Изучить товарную, ценовую, сбытовую и коммуникативную политики предприятия, определить направления их совершенствования.</p>
6.	Коммуникационные кампании	<p>Разработать проект PR-кампании.</p> <p>Охарактеризовать поэтапно структуру и план PR-проекта.</p> <p>Охарактеризовать организацию специальных мероприятий как направление PR- деятельности.</p> <p>Применить на практике (при анализе конкретной кампании, мероприятия) методы оценки эффективности PR-кампании.</p> <p>Разработать ряд PR-текстов для кампании по продвижению продукта / услуги.</p> <p>Детально изучить роль и место PR во внутриорганизационных коммуникациях: цели, принципы, каналы, средства.</p> <p>Пресс-конференции, конференции и презентации: принципы и специфика организации и проведения.</p> <p>Традиционные и современные коммуникационные технологии: общее и особенное, позитивные и негативные стороны их социального воздействия.</p> <p>Разработать пробный план-проект формирования корпоративной культуры для конкретной организации / структурного подразделения организации.</p> <p>Разработать план проведения тематической выставки.</p> <p>Написание статей для пабликов компании в социальных сетях (не менее 5 публикаций за практику)</p>
7.	Информационная система управления	<p>Охарактеризовать общую схему информационных потоков в организации.</p> <p>Изучить основные средства передачи и преобразования информации.</p> <p>Проанализировать основное программное обеспечение.</p> <p>Оценить эффективность информационной системы управления.</p>
8.	Отчетный этап	Сдача отчетной документации и подготовка к аттестации по результатам прохождения практики

Задание принял:

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

Руководитель практики
от Академии

_____ (Фамилия И.О.)

Руководитель практики
от профильной организации

_____ (Фамилия И.О.)

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»**

ОП ВО «42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Реклама и связи с общественностью в бизнесе»

Место прохождения практики _____

Сроки прохождения практики _____

Тема выпускной квалификационной работы:

ЗАДАНИЕ:

Общая часть:

1. Изучить методические рекомендации по выполнению выпускной квалификационной работы; изучить и уяснить содержание основных элементов управленческой структуры организации, а также место и роль в ней связей с общественностью.
2. Дать общую характеристику организации. Собрать информацию, проанализировать и оценить организационную структуру организации.
3. Собрать информацию о внешней среде организации.
4. Проанализировать документы, касающиеся деятельности связей с общественностью в организации (годовые отчеты, планы и т.д.).
5. Разработка предложений по повышению эффективности подразделения (организации) места практики.

Вариативная часть (в соответствии с темой ВКР):

6. _____

Задание принял:

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

Руководитель практики
от Академии

_____ (Фамилия И.О.)

Руководитель практики
от профильной организации

_____ (Фамилия И.О.)

ДНЕВНИК
ПРОХОЖДЕНИЯ _____ ПРАКТИКИ
(вид практики)

(фамилия, имя, отчество)

Место прохождения практики _____

Должность, ф.и.о. непосредственного руководителя практики от профильной организации _____

Сроки выполнения работ	Виды выполняемых работ

Студент _____
 (ФИО)

_____ (подпись)

« ____ » _____ 20__ г.

Содержание и объем выполненных работ подтверждаю

Руководитель практики
от Академии

Руководитель практики
от профильной организации

_____ (Фамилия И.О.)

_____ (Фамилия И.О.)

М.П.

ХАРАКТЕРИСТИКА ПО УЧЕБНОЙ ПРАКТИКЕ

Студент _____
(Фамилия, Имя, Отчество)

проходил практику в _____
(наименование организации)

Сроки прохождения практики: _____

За время прохождения учебной (**профессионально-ознакомительной**) практики студент показал следующий уровень освоения **универсальных** компетенций:

способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1) (в части УК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие; УК-1.2. Определяет и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи; УК-1.3. Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов)

Высокий уровень

Средний уровень

Низкий уровень

способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде (УК-3)

Высокий уровень

Средний уровень

Низкий уровень

способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) (УК-4) (в части УК-4.2 Осуществляет устную и письменную деловую коммуникацию на русском и иностранном языках; УК-4.3. Представляет свою точку зрения при деловом общении)

Высокий уровень

Средний уровень

Низкий уровень

способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (УК-5) (в части УК-5.2. Учитывает при социальном и профессиональном общении историческое наследие и социокультурные традиции различных социальных групп, этносов и конфессий, включая мировые религии, философские и этические учения; УК-5.3. Придерживается принципов недискриминационного взаимодействия при личном и массовом общении в целях выполнения профессиональных задач)

Высокий уровень

Средний уровень

Низкий уровень

Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов (УК-8) (в части УК-8.2. Создает и поддерживает в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для

сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества; УК-8.3. Выявляет признаки, причины и условия возникновения чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов, нарушений техники безопасности на рабочем месте; оценивает вероятность возникновения потенциальной опасности и принимает меры по ее предупреждению)

Высокий уровень

Средний уровень

Низкий уровень

общефессиональных компетенций:

Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности (ОПК-4)

Высокий уровень

Средний уровень

Низкий уровень

Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности (ОПК-7)

Высокий уровень

Средний уровень

Низкий уровень

профессиональных компетенций:

Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий (ПК-1)

Высокий уровень

Средний уровень

Низкий уровень

Способен реализовывать знания в области рекламы и связи с общественностью как сферы профессиональной деятельности (ПК-3)

Высокий уровень

Средний уровень

Низкий уровень

Универсальные компетенции

ОСВОЕНЫ / НЕ ОСВОЕНЫ
(ненужное зачеркнуть)

Общепрофессиональные компетенции

ОСВОЕНЫ / НЕ ОСВОЕНЫ
(ненужное зачеркнуть)

Профессиональные компетенции

ОСВОЕНЫ / НЕ ОСВОЕНЫ
(ненужное зачеркнуть)

Руководитель практики от профильной организации

(должность)

(подпись)

(ФИО)

М.П. (при наличии)

ХАРАКТЕРИСТИКА ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ (профессионально-творческой практике)

Студент _____
(Фамилия, Имя, Отчество)

проходил практику в _____
(наименование организации)

Сроки прохождения практики: _____

За время прохождения производственной практики **профессионально-творческой** студент показал следующий уровень освоения **универсальных** компетенций:

способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1) (в части УК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие; УК-1.2. Определяет и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи; УК-1.3. Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов)

Высокий уровень

Средний уровень

Низкий уровень

Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений (УК-2)

Высокий уровень

Средний уровень

Низкий уровень

способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде (УК-3)

Высокий уровень

Средний уровень

Низкий уровень

способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) (УК-4) (в части УК-4.2 Осуществляет устную и письменную деловую коммуникацию на русском и иностранном языках; УК-4.3. Представляет свою точку зрения при деловом общении)

Высокий уровень

Средний уровень

Низкий уровень

способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (УК-5) (в части УК-5.2. Учитывает при социальном и профессиональном общении историческое наследие и социокультурные традиции различных социальных групп, этносов и конфессий, включая мировые религии, философские и этические учения; УК-5.3. Придерживается принципов недискриминационного взаимодействия при личном и массовом общении в целях выполнения профессиональных задач)

Высокий уровень

Средний уровень

Низкий уровень

способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни (УК-6) (в части УК-6.1. Использует инструменты и методы управления временем при достижении поставленных целей)

Высокий уровень

Средний уровень

Низкий уровень

Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов (УК-8) (в части УК-8.2. Создает и поддерживает в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества; УК-8.3. Выявляет признаки, причины и условия возникновения чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов, нарушений техники безопасности на рабочем месте; оценивает вероятность возникновения потенциальной опасности и принимает меры по ее предупреждению)

Высокий уровень

Средний уровень

Низкий уровень

общефессиональных компетенций:

Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем (ОПК-1)

Высокий уровень

Средний уровень

Низкий уровень

Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах (ОПК-2)

Высокий уровень

Средний уровень

Низкий уровень

Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов (ОПК-3)

Высокий уровень

Средний уровень

Низкий уровень

Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования (ОПК-5)

Высокий уровень

Средний уровень

Низкий уровень

Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности (ОПК-6)

Высокий уровень

Средний уровень

Низкий уровень

Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности (ОПК-7)

Высокий уровень

Средний уровень

Низкий уровень

профессиональных компетенций:

Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий (ПК-1)

Высокий уровень

Средний уровень

Низкий уровень

Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью (ПК-2)

Высокий уровень

Средний уровень

Низкий уровень

Способен реализовывать знания в области рекламы и связи с общественностью как сферы профессиональной деятельности (ПК-3)

Высокий уровень

Средний уровень

Низкий уровень

Универсальные компетенции

освоены / не освоены
(ненужное зачеркнуть)

Общепрофессиональные компетенции

освоены / не освоены
(ненужное зачеркнуть)

Профессиональные компетенции

освоены / не освоены
(ненужное зачеркнуть)

Руководитель практики от профильной организации

(должность)

(подпись)

(ФИО)

М.П. (при наличии)

ХАРАКТЕРИСТИКА ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ (преддипломной практике)

Студент _____
(Фамилия, Имя, Отчество)

проходил практику в _____
(наименование организации)

Сроки прохождения практики: _____

За время прохождения производственной практики (**преддипломной**) студент показал следующий уровень освоения **универсальных** компетенций:

способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1) (в части УК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие; УК-1.2. Определяет и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи; УК-1.3. Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов; УК-1.4. Аргументирует свои выводы, в том числе с применением философского понятийного аппарата)

Высокий уровень

Средний уровень

Низкий уровень

способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений (УК-2)

Высокий уровень

Средний уровень

Низкий уровень

способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде (УК-3)

Высокий уровень

Средний уровень

Низкий уровень

способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) (УК-4) (в части УК-4.2 Осуществляет устную и письменную деловую коммуникацию на русском и иностранном языках; УК-4.3. Представляет свою точку зрения при деловом общении)

Высокий уровень

Средний уровень

Низкий уровень

общепрофессиональных компетенций:

Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем (ОПК-1)

Высокий уровень

Средний уровень

Низкий уровень

Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах (ОПК-2)

Высокий уровень

Средний уровень

Низкий уровень

Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности (ОПК-4)

Высокий уровень

Средний уровень

Низкий уровень

Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования (ОПК-5)

Высокий уровень

Средний уровень

Низкий уровень

Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности (ОПК-6)

Высокий уровень

Средний уровень

Низкий уровень

Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности (ОПК-7)

Высокий уровень

Средний уровень

Низкий уровень

профессиональных компетенций:

Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий (ПК-1)

Высокий уровень

Средний уровень

Низкий уровень

Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью (ПК-2)

Высокий уровень

Средний уровень

Низкий уровень

Способен реализовывать знания в области рекламы и связи с общественностью как сферы профессиональной деятельности (ПК-3)

Высокий уровень

Средний уровень

Низкий уровень

Универсальные компетенции

ОСВОЕНЫ / НЕ ОСВОЕНЫ
(ненужное зачеркнуть)

Общепрофессиональные компетенции

ОСВОЕНЫ / НЕ ОСВОЕНЫ
(ненужное зачеркнуть)

Профессиональные компетенции

ОСВОЕНЫ / НЕ ОСВОЕНЫ
(ненужное зачеркнуть)

Руководитель практики от профильной организации

(должность)

(подпись)

(ФИО)

М.П. (при наличии)

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

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ

по _____ (_____) практике

« ____ » _____ 20__ г.

ОП ВО «42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Реклама и связи с общественностью в бизнесе»

Состав комиссии:

Фамилия И.О. должность, Фамилия И.О. должность, Фамилия И.О. должность, Фамилия И.О. должность

Секретарь комиссии: Фамилия И.О.

Ф.И.О. студента (ки) _____

форма обучения _____ курс _____

Профильная организация: _____

Период прохождения практики с « ____ » _____ 20__ г. по « ____ » _____ 20__ г.

На защиту представлены следующие материалы:

1. Задание на практику: есть / нет
2. Характеристика от руководителя практики: есть / нет
3. Дневник практики: есть / нет

Перечень вопросов (практико-ориентированных заданий):

Общая характеристика ответа студента: _____

Результаты контроля освоения компетенций:

<i>Код</i>											
<i>Отметка об освоении</i>											

Итоговая оценка _____

Председатель комиссии _____

Члены комиссии _____

Секретарь комиссии _____

Учебное издание

Евреинов Олег Борисович
Данилова Светлана Николаевна
Максимова Екатерина Михайловна

**Методические рекомендации по прохождению практики
по программам бакалавриата**

Подписано в печать 25.12.2023 г.

Формат 60×84/16 Усл. печ. л. 4,125. Тираж 20 экз. Заказ № 31.

Балтийская академия туризма и предпринимательства
197110, Санкт-Петербург, ул. Петрозаводская, д. 13, лит. А

Отпечатано с готовых файлов заказчика в типографии ЧОУ ВО
«БАТиП»

197110, Санкт-Петербург, ул. Петрозаводская, д. 13, лит. А
e-mail: mail@batp.ru