


**НЕГОСУДАРСТВЕННОЕ АККРЕДИТОВАННОЕ НЕКОММЕРЧЕСКОЕ
ЧАСТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«АКАДЕМИЯ МАРКЕТИНГА И СОЦИАЛЬНО-ИНФОРМАЦИОННЫХ
ТЕХНОЛОГИЙ – ИМСИТ»
(г. Краснодар)**

ФАКУЛЬТЕТ МЕНЕДЖМЕНТА

КАФЕДРА ТЕХНОЛОГИЙ СЕРВИСА И ДЕЛОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

УТВЕРЖДЕНО
Научно-методическим советом академии
протокол №8 от 16 апреля 2018 года
Председатель НМС,
проректор по учебной работе,
профессор

Н.Н. Павелко

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПРЕДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ
для обучающихся направления подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) образовательной программы
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»**

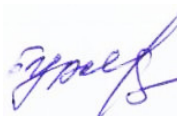
**Квалификация (степень) выпускника
Бакалавр**

Рабочая программа Преддипломной практики /сост. Н.Ю. Буряк, Г.Н. Немец, Н.ф. Дианова – Краснодар: ИМСИТ, 2018. – 50с.

Рабочая программа Преддипломной практики составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 11 августа 2016 г. № 997.

Рабочая программа Преддипломной практики предназначена для прохождения практики и выполнения отчета по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Составители к.к.н., доцент



Н.Ю. Буряк

к.ф.н., доцент



Г.Н.Немец

к.к.н., доцент



Н.Ф.Дианова

Рабочая программа Преддипломной практики предназначена для прохождения практики и выполнения отчета по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и рассмотрена на заседании кафедры ТСиДК протокол № 8 от 19 марта 2018 г.

Зав. кафедрой ТСиДК, к.с.н., доцент



Н.И.Севрюгина

Рабочая программа Преддипломной практики Утверждена на заседании Научно-методического совета Академии «16» апреля 2018 г., протокол № 8.

Рецензенты:

Г.Н. Немец к.ф.н., доцент кафедры рекламы и связей с общественностью ФГБОУ ВО «КубГУ»

А.А. Луговой директор по маркетингу группы компаний «Р-класс»

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
1 ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ	6
1.1 Цель и задачи преддипломной практики	6
1.2 Вид практики, способ и форма (формы) проведения практики	7
1.3 Объем преддипломной практики в зачетных единицах и ее продолжительность в неделях или в академических часах	8
1.4 Место практики в структуре ОПОП подготовки бакалавриата	8
2 ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ	9
2.1 Обязанности кафедры в организации практики	9
2.2 Обязанности обучающегося	10
2.3 Обязанности руководителя практики от образовательной организации	10
3 СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ	11
3.1 Структура и содержание преддипломной практики	11
3.2 Требования к оформлению отчета по преддипломной практике	17
4 ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	20
5 КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКЕ	31
5.1 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы	41
5.2 Типовые контрольные вопросы и задания для проведения промежуточной аттестации	42
6 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ	43
7 ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ НА ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКЕ	43
8 УЧЕБНО - МЕТОДИЧЕСКОЕ, ИНФОРМАЦИОННОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ	43

8.1	Перечень учебной литературы, необходимой для проведения практики	44
8.2	Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для проведения практики	44
8.3	Перечень средств материально-технического обеспечения преддипломной практики	45
10	ПРИЛОЖЕНИЯ	46
	Приложение 1- Бланк направления на практику	46
	Приложение 2 - Образец оформления титульного листа	47
	Приложение 3 - Образец оформления индивидуального задания	48
	Приложение 4 - Образец оформления дневника	49

ВВЕДЕНИЕ

В соответствии с общими требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) к основной образовательной программе (ОПОП) обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью данная программа должна содержать в качестве обязательного элемента программу преддипломной практики.

ФГОС ВО для направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью предусматривает следующие виды и объемы практик:

- Учебная практика (Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности) – 6 недель;
- Производственная практика (Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности) – 23 недели;
- Преддипломная практика – 8 недель.

Программы практик (учебной, производственной и преддипломной) для обучающихся Академии ИМСИТ, обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью разработаны в соответствии с Федеральным законом РФ от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»; Трудовым кодексом Российской Федерации от 30 декабря 2001 г. № 197-ФЗ (в последней редакции); Приказом Министерства образования и науки РФ от 05.04.2017 г. № 301 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»; Приказом Министерства образования и науки РФ от 27.11.2015 г. № 1383 «Об утверждении Положения о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования»; локальными нормативными актами, регламентирующими организацию и обеспечение учебного процесса в Академии ИМСИТ; Уставом Академии ИМСИТ. Данная программа является нормативным документом Академии ИМСИТ, который определяет условия, формы, требования, объем, организацию, порядок проведения преддипломной практики и отчетности по ней.

1 ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1 ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

Цель преддипломной практики по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью заключается в подготовке к решению конкретных задач бакалавра по рекламе и связям с общественностью, закреплению и развитию профессиональных компетенций, углубленных практических навыков работы; проведение практики на рабочих местах предприятия (учреждения, организации) или иного объекта; предоставление обучающемуся работы (или возможность работы в качестве дублера) на основных должностях работников предприятий (учреждениях, организации) или иных объектах по профилю получаемого образования, сбор и анализ практического материала для подготовки выпускной квалификационной работы, а также подготовки выпускника к ее написанию.

Область профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу по направлению 42.03.01, включает:

коммуникационные процессы в межличностной, социальной, политической, экономической, культурной, образовательной и научной сферах;

техники и технологии массовых, деловых и персональных коммуникаций;

технологии и техники пропаганды конкурентных свойств товаров, услуг, коммерческих компаний, некоммерческих и общественных организаций, государственных органов и учреждений, их позиционирование в рыночной среде;

общественное мнение.

Объектами профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу направления 42.03.01, являются:

федеральные органы государственной власти, органы государственной власти субъектов Российской Федерации, органы местного самоуправления;

негосударственные, общественные и коммерческие организации, средства массовой информации;

научные организации и организации, осуществляющие образовательную деятельность;

производственные и сервисные предприятия.

Виды профессиональной деятельности, к которым готовятся студенты, освоившие программу:

коммуникационная;

рекламно-информационная;

информационно-технологическая.

Обучающийся, освоивший программу бакалавриата, в соответствии с видом (видами) профессиональной деятельности, на который (которые) ориентирована программа бакалавриата, должен быть готов решать следующие профессиональные задачи:

коммуникационная деятельность:

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

участие в формировании и поддержании корпоративной культуры;

рекламно-информационная деятельность:

разработка, подготовка к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;

информационно-технологическая деятельность:

участие в разработке, подготовке к выпуску, производстве и распространении рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы;

участие в подготовке проектной и сопутствующей документации, связанной с проведением рекламных кампаний и отдельных мероприятий (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);

участие в проектировании и технологическом обеспечении реализуемых проектов.

Задачами преддипломной практики являются:

- обобщение материалов, накопленных обучающимися за предыдущие периоды прохождения обучения;
- овладение новейшими технологиями, навыками работы по одной из специальностей по направлению подготовки;
- получение целостного представления о рекламной деятельности и деятельности по связям с общественностью;
- закрепление и углубление умений и навыков, полученных в период прохождения производственной практики;
- приобретение навыков самостоятельного решения задач;
- сбор информации, необходимой для подготовки практической части выпускной квалификационной работы, приобретение навыков по их обработке и анализу;
- апробация рекомендаций, предложенных в выпускной квалификационной работе.

1.2 Вид практики, способ и форма (формы) проведения практики

Тип преддипломной практики для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01: преддипломная практика. Тип практики выбран в зависимости от вида деятельности (коммуникационная; рекламно-информационная; информационно-технологическая).

Способ проведения преддипломной практики: стационарная, выездная.

Форма проведения преддипломной практики: преддипломная практика проводится дискретно по периодам проведения практик путем чередования в календарном учебном графике периодов учебного времени для проведения практик с периодами учебного времени для проведения теоретических занятий.

Стационарной является практика, которая проводится в организации либо в профильной организации, расположенной на территории г. Краснодар.

Выездной является практика, которая проводится вне г. Краснодар, как правило, по месту жительства обучающегося.

Как правило, *местом проведения практики* выбираются учреждения и другие организации и на предприятиях в реальном секторе экономики.

Преддипломная практика проводится в сторонних организациях или на кафедре, обладающих необходимым кадровым и научно-техническим потенциалом и может быть проведена в государственных структурах федерального, регионального и местного уровней, органах самоуправления; негосударственных, общественных и коммерческих учреждениях и организациях, в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах, структурных подразделениях вуза.

Определение места прохождения производственной практики для студентов зависит от предмета научного интереса обучающегося.

Основным требованием к месту прохождения практики является соответствие направления подготовки студента, профилю деятельности образовательной организации, либо одного из его подразделений в соответствии с заключенными договорами между академией и организацией, выбранными в качестве места прохождения практики. Для лиц с ограниченными возможностями здоровья выбор места прохождения учебной практики учитывает состояние здоровья и требования доступности.

Руководство практикой осуществляется руководителем практики от кафедры из числа лиц, относящихся к профессорско-преподавательскому составу (далее - руководитель практики от кафедры) и руководителем (руководителями) практики из числа работников профильной организации (далее - руководитель практики от организации).

1.3 Объем практики в зачетных единицах и ее продолжительность в неделях или в академических часах

Согласно учебному плану преддипломная практика проводится в 8 семестре. Продолжительность практики во время семестра - 8 недель.

Общая трудоемкость Преддипломной практики составляет 12 зачетных единиц (420 часов).

Базой для прохождения преддипломной практики на 4 курсе (8 семестр) является кафедра ТСиДК Академии ИМСИТ и соответствующие организации.

1.4 Место преддипломной практики) в структуре ОПОП

Производственная практика относится к вариативной части Блок 2 ПРАКТИКИ.

Производственная практика является логическим продолжением учебной практики курсов по дисциплинам Психология массовых коммуникаций, Работа с медиатекстами, Теория рекламы и представляет собой необходимую ступень при переходе от знаний к навыкам (Практика рекламы, Теория связей с общественностью, Практика связей с общественностью). Производственная практика необходима для оптимизации дальнейшей профессиональной и учебной деятельности бакалавров и будущей административно-организационной деятельности выпускника в рамках гостиничных организаций.

2 ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

2.1 Обязанности кафедры в организации практики

Перед проведением практики выпускающая кафедра Технологий сервиса и деловых коммуникаций проводит собрание обучающихся, на котором проводится инструктаж по технике безопасности и излагаются общие организационные вопросы. Студентам выдаются договоры, установленного образца (в 2 экземплярах), которые заключаются с организацией (и иные учреждения), являющейся базой практики. На основании заключенных договоров, сданных в 1 экз. на кафедру (2 экз. остается в организации), кафедра составляет приказ о прохождении студентами практики.

Обучающиеся знакомятся с приказом ректора о прохождении практики, местами ее прохождения, сроками проведения, руководителями практики от академии, порядком прохождения инструктажей по технике безопасности, перечнем документов, предоставляемых в организацию являющуюся базой практики, перечнем отчетных документов, обязательных для сдачи на кафедру.

Руководство практикой осуществляется организацией и профилирующей кафедрой Технологий сервиса и деловых коммуникаций. Руководителями практики являются от академии научно-педагогические работники кафедры, назначенные приказом ректора академии, который дает студентам общие рекомендации о порядке прохождения практики, принимает меры по созданию нормальных условий для ее выполнения. Руководитель от кафедры после окончания практики выставляет оценки в листе оценивания (Приложение 6).

Студенты направляются на практику без оплаты расходов со стороны образовательной организации.

Обучающимся перед началом практики выдается задание на практику установленного образца. Данный документ служит основанием для отражения информации, связанной с характеристикой работы студента в период практики и отзывом на него руководителя практики от организации. Руководитель практики от академии на данном бланке по итогам сдачи отчета оформляет краткий отзыв на работу и выставляет оценку. При прохождении практики руководители от организации и академии контролируют:

- фактические сроки пребывания обучающихся на практике;
- наличие документов, определяющих порядок прохождения практики (приказы о зачислении на практику, планы-графики, документы, удостоверяющие проведение инструктажа по технике безопасности и др.);
- соблюдение графиков выполнения работы по сбору материалов;
- условия труда, быта и отдыха студентов.

Объем и содержание отчета должен соответствовать данной программе. Отчет проверяется и подписывается руководителем практики от организации (или учреждения), после чего им дается отзыв о прохождении студентом практики.

Подписи руководителей от организации в отчете (на титульном листе отчета) и отзыве должны быть заверены печатью организации.

По возвращению с практики обучающийся сдает руководителю практики от академии отчет для проверки полноты, правильности и качества их выполнения. Защита отчетов по практике организуется кафедрой не позднее 7 дней после завершения практики или начала учебного года.

Защита любого вида практики оценивается по 4-х бальной оценке (отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно). Оценка проставляется в зачетной книжке. Студент, не выполнивший программу практики, получивший отрицательный отзыв о работе или неудовлетворительную оценку при защите, считается не выполнившим учебный план.

2.2 Обязанности обучающегося

При прохождении практики обучающийся должен соблюдать правила охраны труда, техники безопасности и производственной санитарии в образовательных организациях, изучить научно-методическую литературу по исследуемой проблеме, участвовать в научно-исследовательской работе по заданию кафедры и руководителя практики от академии.

Изучив программу практики и собрав необходимый материал для выполнения отчета, обучающийся должен обобщить и отразить результаты работы в отчете о практике. Объем и содержание отчета должно соответствовать данной программе. Отчет, по учебной практике проверяется и подписывается руководителем практики от организаций или предприятий, после чего им дается отзыв о прохождении студентом практики.

Подписи руководителей от организаций на титульном листе отчета и бланке направления на практику должны быть заверены печатью данного образовательного учреждения.

2.3 Обязанности руководителя практики от организации

Организовать проведение со студентом-практикантом инструктажа по охране труда и технике безопасности с оформлением установленной документации. Ознакомить студента с Правилами внутреннего распорядка дня и контролировать их соблюдение.

Предоставить студенту рабочее место, обеспечивающее наибольшую эффективность прохождения практики в соответствии с утвержденной программой и заданием кафедры.

Создать необходимые условия для приобретения студентом в период практики навыков самостоятельной работы по избранному направлению.

Предоставить студенту-практиканту возможность пользоваться специальной литературой, инструктивными материалами, положениями, уставом и другими документами организации.

Вносить предложения о поощрении отличившегося на работе студента либо наложения дисциплинарного взыскания при нарушении Правил внутреннего распорядка дня и сообщить об этом ректору академии. После окончания практики дать краткую характеристику работы обучающегося.

3 СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

3.1 Структура и содержание преддипломной практики

Объем преддипломной практики составляет 12 зачетных единиц, 432 часа, 216,9 часов выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем и 215,1 часов самостоятельной работы обучающихся. Продолжительность преддипломной практики 8 недель. Время проведения практики 8 семестр.

Таблица 3.1 – График прохождения практики

№	Содержание работы	График работы	Технология проведения
1	Подготовительный этап	1-2 неделя	Составление и утверждение тем индивидуальных заданий. Вводная беседа (инструктаж по технике безопасности, ознакомительная лекция).
2	Экспериментальный	3-6 неделя	Знакомство с организацией. Работа с нормативными документами. Согласно уставу прохождения практики предприятия. Консультации с руководителем практики. Согласно уставу прохождения практики предприятия. Консультации с руководителем практики. Работа над индивидуальным заданием
4	Отчетный этап	7-8 неделя	Подведение итогов практики. Написание отчета. Консультации с руководителем практики.

Содержание разделов программы практики, распределение бюджета времени практики на их выполнение представлено в таблице.

Основные этапы проведения практики:

1. установочная лекция по практике;
2. составление индивидуальных планов практики;
3. знакомство с базой практики;
4. решение профессиональных задач, предложенных руководителем;
5. самостоятельное выявление и решение профессиональных задач;
6. подготовка отчетной документации;
7. защита отчета.

Практическая работа во время прохождения преддипломной практики включает в себя:

- проведение и анализ маркетинговых исследований для рекламных целей (рынок сбыта, покупательский спрос и покупательские предпочтения с целью определения оптимального времени и выбор средства и места размещения рекламы, масштабов и сроков проведения рекламных компаний);

- умение определять УТП (Уникальное Торговое Предложение) конкурента и на основе заключения исследовательской работы формулировать свое Уникальное Торговое Предложение; умение определять целевую аудиторию, целевые сегменты по социально - демографическим, географическим, психографическим критериям, по степени готовности приобрести продукцию и т.д.;

- умение планировать и проводить рекламные кампании (разрабатывать планы рекламных мероприятий по одному виду или группе товаров (услуг));

- умение определять наиболее эффективные средства массовой коммуникации для оптимального уровня рекламного давления на потенциального потребителя; умение осуществлять медиапланирование с разработкой комплекса: медиаплана, медиаобсчета и бюджета рекламной кампании;

- умение оптимизировать медиаплан;

- умение осуществлять оценку экономической и коммуникативной эффективности рекламной кампании; владение законодательными и нормативными актами, регламентирующими рекламную и PR- деятельность;
- владение навыками разработки договоров и контрактов на организацию и проведение рекламных кампаний;
- умение анализировать рекламную продукцию с точки зрения её структурно-композиционной, стилистической организации, с точки зрения эффективности использования приемов аргументации, коммуникативных стратегий;
- умения устанавливать и поддерживать необходимые связи с рекламодателями, со средствами массовой информации и другими коммуникационными организациями;
- владение навыками организации и управления работой организации-рекламопроизводителя, осуществляющей полное или частичное приведение рекламной информации к готовой для распространения форме.

Таблица 3- Содержание разделов практики

8 семестр:

№ п/п	Разделы (этапы) практики по видам учебной деятельности, включая самостоятельную работу	Содержание раздела	Бюджет времени, (недели, дни)
<i>Подготовительный этап</i>			
1.	Ознакомительная (установочная) лекция, включая инструктаж по технике безопасности	Ознакомление с целями, задачами, содержанием и организационными формами преддипломной практики; Изучение правил внутреннего распорядка; Прохождение инструктажа по технике безопасности	1 -2 недели
2.	Выбор темы исследования.	Проведение обзора публикаций по теме. Изучение специальной литературы и другой научной информации о достижениях отечественной и зарубежной науки в соответствующей области знаний.	
<i>Экспериментальный этап</i>			
3.	Мероприятия по сбору, обработке и систематизации фактического и литературного материала	Определение объекта и предмета исследования. Формулировка целей, задач исследования. Выбор методов исследования. Изучение особенностей языка научного стиля. Составление библиографии. Изучение технических требований к оформлению текста работы (ГОСТ). Изучение источников по теме исследования. Работа с практической частью. Анализ результатов. Формулировка выводов. Редактирование текста.	3-7 недели
<i>Отчетный этап</i>			
4.	Обработка и систематизация материала	Формирование пакета документов по преддипломной практике	8 неделя

5.	Отчетность по результатам учебной практики	Подготовка презентации и сдача отчета	
6.	Защита отчета	Подведение итогов по практике	Последний день

Продолжительность каждого вида работы, предусмотренного планом, уточняется обучающимся совместно с руководителем практики. Форма отчетности – дифференцированный зачет.

Таблица 3.3- Форма контроля преддипломной практики по этапам формирования компетенций

№ п/п	Разделы (этапы) практики по видам учебной деятельности, включая самостоятельную работу обучающихся		Формы текущего контроля	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования
Подготовительный этап				
1.	Ознакомительная (установочная) лекция, включая инструктаж по технике безопасности	ОК-9 ОПК-1 ОПК-2 ОПК-3 ОПК-4 ОПК-5 ОПК-6	Записи в журнале инструктажа. Записи в дневнике	Прохождение инструктажа по технике безопасности Изучение правил внутреннего распорядка
2.	Выбор темы исследования. Изучение специальной литературы и другой научно-технической информации о достижениях отечественной и зарубежной науки в соответствующей области знаний.	ОК-9 ОПК-1 ОПК-2 ОПК-3 ОПК-4 ОПК-5 ОПК-6 ПК-6 ПК-7 ПК-8 ПК-12 ПК-13 ПК-14 ПК-15 ПК-16 ДК-1	Собеседование	Проведение обзора публикаций, оформление дневника
Экспериментальный этап				

3.	Мероприятия по сбору, обработке и систематизации фактического и литературного материала	ОК-9 ОПК-1 ОПК-2 ОПК-3 ОПК-4 ОПК-5 ОПК-6 ПК-6 ПК-7 ПК-8 ПК-12 ПК-13 ПК-14 ПК-15 ПК-16 ДК-1	Индивидуальный опрос	Сбор, обработка и систематизация полученной информации; написание проекта, реферата; оформление дневника
Отчетный этап				
4.	Обработка и систематизация материала	ОК-9 ОПК-1 ОПК-2 ОПК-3 ОПК-4 ОПК-5 ОПК-6 ПК-6 ПК-7 ПК-8 ПК-12 ПК-13 ПК-14 ПК-15 ПК-16 ДК-1	Проверка оформления отчетности	Проект
5.	Отчетность по результатам практики	ОК-9 ОПК-1 ОПК-2 ОПК-3 ОПК-4 ОПК-5 ОПК-6 ПК-6 ПК-7 ПК-8 ПК-12 ПК-13 ПК-14 ПК-15 ПК-16 ДК-1	Проверка оформления отчетности	Подготовка документации

6.	Защита отчета	ОК-9 ОПК-1 ОПК-2 ОПК-3 ОПК-4 ОПК-5 ОПК-6 ПК-6 ПК-7 ПК-8 ПК-12 ПК-13 ПК-14 ПК-15 ПК-16 ДК-1	Практическая проверка	Устная защита реферата, результатов исследования по заданной теме

3.2 Требования к оформлению отчета по преддипломной практике

В качестве основной формы отчетности по практике устанавливается отчет практики (Приложение 3 Титульный лист). Отчет по практике включает:

- дневник (Приложение 4);
- материал по теме задания.

В дневнике руководитель практики от кафедры должен заполнить: задание (перечень работ), организация (место прохождения практики), сроки начала и окончания практики, продолжительность практики, навыки (приобретенные за время практики).

К дневнику прилагаются: материал по теме задания. К отчету прилагается индивидуальное задание и направление - отзыв (Приложение 2).

В таблице 3.4 представлен пример заполнения дневника практики.

Отчет по преддипломной практике включает 2 части: текст и приложения (копии технологических документов, инструкций, рекламные материалы, графики и т.п.). Структурно отчет должен содержать следующие разделы:

- отзыв руководителя практики от предприятия;
- дневник практики;
- введение;
- общая организационно-экономическая характеристика объекта практики, включающая изложение всех основных производственно-технологических процессов изученных в период прохождения практики, а также освоенных вопросов и выполненных задач;
- заключение;
- список использованных источников;
- приложения

Во введении формулируются цель и задачи практики, объект прохождения практики, сроки.

В разделе «Общая организационно-экономическая характеристика объекта» освещаются все освоенные в процессе практики вопросы и выполненные задачи в соответствии с индивидуальным заданием научного руководителя и программными задачами производственной практики. Приводится схема структуры управления предприятия, освещается работа отдела по связям с общественностью и отдела рекламы.

В заключении делаются выводы по результатам практики, проводится самоанализ освоенных компетенций, демонстрирующий полноту выполнения задач практики.

По объему структуру отчета можно представить следующим образом:

1. Титульный лист (Приложение 1)
2. Направление с отзывом руководителя практики от предприятия – 1 стр.
3. Дневник практики – 2 – 3 стр.
4. Содержание – 1 стр.
5. Введение – 2 – 3 стр.
6. Общая характеристика объекта – 25 – 30 стр.
7. Заключение – 5 – 7 стр.
8. Список использованных источников – 1 – 2 стр.
9. Приложения – до 10 -15 документов.

В таблице 3.4 представлен пример заполнения дневника практики.

Таблица 3.4 – Дневник прохождения практики

№ п/п	Дата	Краткое содержание выполненной работы	Место работы (замещаемая должность)
1	2	3	4
1	1 неделя (дата)	Составление и утверждение тем индивидуальных заданий. Разработка плана работы, структуры отчета. Определение нормативных, текстовых и электронных источников.	Академия ИМСИТ
2	1 неделя (дата)	Вводная беседа (инструктаж по охране труда технике пожарной безопасности, ознакомительная лекция). Правила внутреннего распорядка.	Название организации, адрес организации,
3	2 неделя (дата)	Изучение документации по организационной структуре предприятия-базы практики. Ознакомление со сферой деятельности организации. Деловой этикет предприятия.	Название организации, адрес организации, практикант
4	3 неделя (дата)	Изучение специфики работы практиканта в организации. Должностная инструкция. Режим работы. Характер и содержание работы практиканта на предприятии. Оснащение рабочего места. Знакомство с технологическими аспектами деятельности. Сроками выполнения заданий.	Название организации, адрес организации, практикант
5	4 неделя (дата)	Проверка текста отчета по практике руководителем. Окончательная корректировка текста отчета с учетом замечаний руководителя практики.	Название организации, адрес организации,

6	4 неделя (дата)	Подготовка отчета к защите. Отчет и выполненное индивидуальное задание программы практики представляются на аттестационный дифференцированный зачет, в ходе которого проводится защита отчета и обсуждение результатов работы.	Академия ИМСИТ
---	--------------------	--	----------------

1. В период преддипломной практики обучающиеся изучают:
 - 1.1. Структуру принимающей организации.
 - 1.2. Содержание и специфику деятельности принимающей организации.
 - 1.3. Структуру подразделения, отвечающего за PR в организации.
 - 1.4. Специфику PR в работе принимающей организации, в зависимости от основного вида ее деятельности.
 - 1.5. Целевые аудитории (группы), на которые направлена PR-деятельность организации, практику взаимодействия с ними.
 - 1.6. Цели, задачи и функции PR в организации.
 - 1.7. Формы и методы PR, применяемые в организации.
 - 1.8. Документы, регламентирующие PR-деятельность в организации.

2. В процессе прохождения преддипломной практики обучающиеся должны:
 - 2.1. Составить план работы на период практики и утвердить его у руководителя практики.
 - 2.2. Принимать участие в подготовке и реализации PR-проектов, PR-акций, осуществляемых принимающей организацией.
 - 2.3. Выполнить в процессе прохождения практики следующие задания:
 - 2.4 Взять несколько интервью у сотрудников организации (PR-подразделения) на тему "PR в организации".
 - 2.5 Составить (на основе интервью, изучения документов, собственных наблюдений и т.п.) аналитический отчет о PR-деятельности в организации.
 - 2.6 Подготовить медиа-кит (пресс-пакет) для организации, включающий следующие документы: "бэкграунд" (информация об учреждении, предприятии, организации);

При оформлении отчета по практике следует руководствоваться действующими в Академии маркетинга и социально-информационных технологий требованиями к оформлению отчёта.

Отчет должен быть оформлен в соответствующем стиле программы *Microsoft Office Word* с автоматическим оформлением содержания, перекрестных ссылок на литературу, необходимых гиперссылок и представлен в печатном виде.

Объем отчета о прохождении производственной практики составляет 20-25 страниц машинописного текста, без учета приложений. Вместе с отчетом сдается характеристика с места прохождения практики, заверенная подписью руководителя организации (предприятия) или начальника подразделения и печатью (Приложение 3). Без характеристики отчет недействителен.

Общие требования к оформлению отчёта:

– *поля*: левое – 30 мм, верхнее и нижнее – 20 мм, правое – 15 мм; *ориентация* – книжная (устанавливается на ПК: Файл → Параметры страницы → Поля – установить необходимые параметры; → Применить – «ко всему документу»);

– *шрифт* – Times New Roman; *начертание* – обычный, *размер (кегель)* – 14 пт (пунктов); *межстрочный интервал* – 1,5; *цвет* – черный или авто (устанавливается на ПК: Формат → Шрифт – установить необходимые параметры);

– *выравнивание текста* – по ширине; *красная (первая) строка* – 1,25 см; *расстояние между абзацами* – 0 пт *междустрочный интервал* – полуторный; (устанавливается на ПК: Формат → Абзац → Отступы и интервалы → установить необходимые параметры)

– *расстановка переносов* – автоматическая (устанавливается на ПК: Сервис → Язык → Расстановка переносов → Автоматическая расстановка переносов – поставить флажок);

– *количество знаков в строке* – 60-70;

– *количество строк на листе* – 29-31.

Страницы отчета нумеруются арабскими цифрами по центру в нижней части листа без точки. Нумерация – сквозная, начинается с титульного листа. Титульный лист включается в общую нумерацию, но не нумеруется.

В содержании указываются «ВВЕДЕНИЕ», номера и названия разделов (глав), подразделов (параграфов), «ЗАКЛЮЧЕНИЕ», «СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ» и «ПРИЛОЖЕНИЯ», а также страницы, на которых эти названия размещены.

Текст основной части отчета делят на разделы (главы), подразделы (параграфы), пункты и подпункты.

Разделы (главы) должны иметь сквозную нумерацию в пределах всей работы и обозначаться арабскими цифрами. Каждый раздел следует начинать с нового листа (страницы). После номера раздела точку не ставят.

Подразделы (параграфы) следует нумеровать арабскими цифрами в пределах каждого раздела (главы). Номер подраздела состоит из номера раздела, в который входит данный подраздел, и порядкового номера этого подраздела, разделенных точкой

(например: первый подраздел второго раздела – 2.1). После номера подраздела точку не ставят.

Пункты нумеруют в пределах каждого подраздела. Номер пункта состоит из номера раздела, подраздела и пункта, разделенных точками (например: второй пункт первого подраздела первого раздела – 1.1.2). После номера пункта точку не ставят.

Разделы, подразделы, пункты и подпункты должны иметь заголовки, отражающие их содержание. Заголовки разделов, подразделов, пунктов печатаются с абзаца. «СОДЕРЖАНИЕ», «ВВЕДЕНИЕ», заголовки разделов отчета, «СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ», «ЗАКЛЮЧЕНИЕ» печатаются прописными буквами. Заголовки подразделов, пунктов и подпунктов печатаются строчными буквами (кроме первой прописной). Подчеркивать заголовки и переносить в заголовках слова не допускается. В конце заголовка точка не ставится. Если заголовок состоит из двух предложений, их разделяют точкой.

Расстояние между заголовками раздела и подраздела должно быть 1-2 интервала, заголовком и текстом – 1 интервал, между текстом и заголовком – 2 интервала.

Кавычки в тексте работы должны иметь вид «Текст» (печатные кавычки). Использование кавычек вида “Текст” не допускается. Использование кавычек вида “Текст” возможно лишь в случае двойного цитирования («Текст: “Текст 1”»).

Таблицы применяют для лучшей наглядности и удобства сравнения показателей и оформляют в соответствии с рисунком 1 и размещают по центру страницы без абзацного отступа. Таблицы следует выделять из текста увеличением интервала на 18 пт – перед ее наименованием и после таблицы.

Таблицу, в зависимости от ее размера, помещают под текстом, в котором впервые дана ссылка на нее, или на следующей странице, или, при необходимости, в приложении. В таблице допускается размер шрифта – 12 пт (пунктов); межстрочный интервал – 1,0.

Таблицы, за исключением таблиц приложений, следует нумеровать арабскими цифрами сквозной нумерацией, точка в конце номера не ставится, *например*, «Таблица 2».

4 ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

В результате прохождения преддипломной практики обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

- готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий **(ОК-9)**
- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах **(ОПК-1)**;
- владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью **(ОПК-2)**;
- обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга **(ОПК-3)**;
- умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия **(ОПК-4)**;

- умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5);
- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6);
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);
- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);
- способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8);
- способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (ПК-12);
- способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия (ПК-13);
- способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности (ПК-14);
- владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве (ПК-15);
- способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы (ПК-16);
- способностью использовать основные законы естественнонаучных дисциплин и современные информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности (ДК-1).

В результате освоения учебной практики обучающийся должен:

Знать: виды, средства, формы и методы коммуникаций, профессиональную терминологию и этику, виды и направления профессиональной деятельности, современное состояние рынка рекламных и PR услуг в России, структуру и направления работы коммуникационных агентств и департаментов, основные этапы подготовки и проведения рекламных и PR кампаний, классификацию технологий рекламы и PR.

Уметь: работать в команде проекта, коллективе агентства или департамента, выполнять основные функции ассистента или помощника менеджера или руководителя – мониторинг ситуации, коммуникации с различными контактными группами, подготовка информационных материалов, презентаций, отчетов, планов и графиков работ, участие в подготовке различных специальных мероприятий и переговоров.

Владеть: традиционными и цифровыми технологиями поиска, систематизации и обработки информации, навыками деловой коммуникации; навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов; навыками составления и оформления материалов для экспертных заключений и отчетов; способностью собирать и систематизировать научно-практическую информацию по теме исследований в области связей с общественностью и рекламы; способностью подготовить, организовать и

провести анкетирование и опросы мнения потребителей и общественного мнения; осуществить обработку и подготовку данных для анализа; способностью организовать и провести рыночное наблюдение, опросы, анкетирование, эксперимент с целью повышения имиджа и конкурентной позиции организации и фирмы на рынке; осуществить сбор, обработку и анализ полученных данных; способностью организовать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы; способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований.

В результате прохождения преддипломной практики обучающийся должен приобрести следующие общекультурные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции в соответствии с ФГОС ВО.

Таблица 1- Формирование компетенций

пп	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:		
			знать	уметь	владеть
	2	3	4	5	6
1	ОК – 9	готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий	приемы первой помощи в экстренных случаях, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций	использовать практические навыки при оказании помощи пострадавшим, выбирать и использовать необходимые методы защиты персонала	системой практических навыков, обеспечивающих защиту персоналу от возможных чрезвычайных ситуаций или их последствий
2	ОПК – 1	способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах	- базовые понятия дисциплины; природу закономерностей деятельности в системе управления; структуру и особенности управления в различных сферах	творчески подходить к решению проблем управления структурами пресс-служб; - выполнять профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в соответствии с теоретическими знаниями и особенностями осуществления рекламной и	навыками анализа практики управления пресс-службой как в государственном, так и коммерческом секторе; - традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью;

			<p>управленческой деятельности; формы социальных коммуникаций; - виды, средства, формы и методы коммуникаций в политической, коммерческой и социальной сфере, особенности интегрированного подхода к коммуникации; основы правового и этического регулирования рекламно-коммуникационной деятельности; принципы организации работы отделов интегрированных коммуникаций, их функции;</p>	<p>коммуникационной деятельности в политической, коммерческой и социальной сфере;</p>	
3	ОПК – 2	<p>владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью</p>	<p>- функции и обязанности по осуществлению управления современной пресс-службой в различных сферах; - основные базовые понятия, характеристик и</p>	<p>- реализовывать эффективные технологии и создать систему взаимодействия со СМИ; проводить информационный аудит; разрабатывать аналитическое обоснование для медиапроектирования, подготовить мо-</p>	<p>навыками выполнения аналитических и организационных работ при подготовке концепций, планов и коммуникационных программ, методами оценки эффективности коммуникационной деятельности; - различными приемами связей с общественностью в политической</p>

			<p>профессиональные термины в рамках осуществления рекламной деятельности в политической сфере; - типы рекламных агентств, их организационную структуру и функции;</p>	<p>дуль для реализации проектов, направленных на СМИ; - применять виды, средства, формы и методы коммуникаций в рыночной среде; - использовать преимущества и недостатки рекламных агентств при их использовании в процессе рекламной деятельности;</p>	<p>рекламе, а также основными стратегиями разработки рекламных сообщений; - особенностями взаимодействия рекламной службы со средствами массовой информации и рекламными агентствами;</p>
4	ОПК – 3	<p>обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга</p>	<p>- историю развития и современное состояние СМИ; особенности функционирования периодической печати, радио и телевидения. - характеристику функциональных стилей речи; - особенности информационной речи, эпидейктической речи, убеждающей речи, призывающей и рекламной речи</p>	<p>- составлять тексты разных стилей, в том числе PR-тексты. - редактировать тексты рекламы и связей с общественностью; - использовать богатство и выразительность речи при составлении рекламных текстов;</p>	<p>- навыками работы в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах; приемами связи специалиста PR со СМИ. - навыками копирайтинга; - нормами русского литературного языка</p>
5	ОПК - 4	<p>умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия</p>	<p>- функции и обязанности по осуществлению управленческой деятельностью пресс-служб в различных сферах; - теоретические модели</p>	<p>- реализовывать эффективные технологии и создать систему взаимодействия со СМИ; проводить информационный аудит; подготовить модуль для реализации проектов, на-</p>	<p>навыками выполнения аналитических и организационных работ при подготовке концепций, планов и коммуникационных программ, методами оценки эффективности коммуникационной деятельности; - технологическими</p>

			практики PR, этапы подготовки и проведения рекламных и PR- кампаний; особенности работы с внешним и внутренним окружением политической организации; - виды и особенности планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий;	правленных на СМИ; - выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, стратегических планов; - выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов и реализации рекламных кампаний, коммуникационных программ и мероприятий;	приемами разработки стратегии и организации рекламной и PR- кампаний; - навыками и методами планирования и организации
6	ОПК - 5	умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	основные особенности коммуникационного менеджмента, сферу его применения, характеристик и основных участников.	проводить под контролем коммуникационные мероприятия.	навыками работы с персоналом, клиентами, конкурентами, инвесторами, общественностью при проведении коммуникационных мероприятий.
7	ОПК-6	способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационных технологий и с учетом основных требований	- виды, формы массовой коммуникации, структуру и функции СМК и СМИ, информационно-коммуникационные технологии в сфере массовой коммуникации, законы и этические стандарты регулирования взаимоотношений СМИ и	- выполнять аналитические и организационные работы с применением информационно-коммуникационных технологий, собирать и систематизировать социальную информацию по массовой коммуникации; - ориентироваться в содержании этапов процесса маркетинговых исследований,	методами информационно-коммуникационных технологий для решения профессиональных задач;

		информационно й безопасности	общества, требования к информационн ой безопасности; - основные теоретические понятия сферы маркетинговых исследований	грамотно формулировать цели и задачи маркетинговых исследований, разрабатывать план маркетинговых исследований; разрабатывать анкеты для опроса респондентов, проектировать формы для сбора данных; выбирать методы маркетинговых исследований, определять объем выборки	
8	ПК-6	способностью решать стандартные задачи профессиональн ой деятельности на основе информационн ой и библиографичес кой культуры с применением информационно - коммуникацион ных технологий и с учетом основных требований информационно й безопасности	основные правила создания эффективной коммуникацио нной инфраструктур ы организации.	участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечивать внутреннюю и внешнюю коммуникацию.	навыками создания и проведения эффективной коммуникационной инфра- структуры организации, обеспечения внут- ренней и внешней коммуникации.
9	ПК-7	способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникацион ных кампаний и мероприятий	основные правила планирования, подготовки и проведения коммуникацио нных кампа ний и мероприятий; - виды и особенности планирования,	участвовать в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий; - выполнять профессиональные функции планирования, подготовки и	навыками планирования, подготовки и про- ведения коммуникационных кампаний и ме- роприятий; - тремя составляющими интерактивного PR Web-PR, Net-PR и Online-PR

			подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий в сфере рекламной работы и деятельности по связям с общественностью; - основные понятия, используемые в теории и практике рекламы и PR в интернете;	проведения коммуникационных кампаний и мероприятий, с учетом знания их особенностей, в области рекламы и связей с общественностью; - анализировать количественно/качественный состав интернет-аудиторий;	
10	ПК-8	способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	виды рекламной деятельности в интернете, структуру рекламного сообщения.	осуществлять анализ сайтов.	технологиями проведения рекламных и PR-кампаний в интернете.
11	ПК-12	способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой	особенности профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью, осуществляемых в общественных, производственных, коммерческих структурах,	осуществлять профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в соответствии с теоретическими и практическими знаниями особенностей информационно-технологической деятельности в	навыками применения информационно-коммуникационных технологий в области рекламы и связей с общественностью в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации

		информации	средствах массовой информации; основы информационно-технологической деятельности в области рекламы и связей с общественностью, иметь знания о технологиях и системе взаимодействия со СМИ в реализации коммуникационных программ	производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации.	
12	ПК-13	способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия	особенности и технологии реализации рекламных проектов и мероприятий.	осуществлять рекламные кампании и мероприятия, применяя соответствующие технологии.	навыками применения соответствующих технологий при осуществлении рекламных кампаний и мероприятий.
13	ПК-14	способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности	параметры и вычислять показатели медиапланирования;	составлять медиаплан;	технологией выбора рекламного носителя;

14	ПК-15	<p>владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве</p>	<p>- функции, задачи, принципы работы, статус и структуру отделов рекламы и связей с общественностью, освоение основ документирования работы отдела по рекламе и связям с общественностью; - основные теоретические понятия сферы маркетинговых исследований;</p>	<p>- выполнять функции по планированию и программированию в деятельности структурных подразделений по рекламе и связям с общественностью в организациях; проводить сравнительный анализ роли и функций отделов рекламы и связей с общественностью в коммерческих структурах, государственных учреждениях и общественных организациях; - ориентироваться в содержании этапов процесса маркетинговых исследований, грамотно формулировать цели и задачи маркетинговых исследований, разрабатывать план маркетинговых исследований, разрабатывать анкеты для опроса респондентов, проектировать формы для сбора данных; выбирать методы маркетинговых исследований, определять объем выборки;</p>	<p>- основными приемами, методами и принципами современных связей с общественностью и рекламных коммуникаций, организационно-структурного построения деятельности по рекламе и связям с общественностью; - навыками проведения маркетинговых исследований</p>
----	-------	--	---	--	---

15	ПК-16	способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы.	- историю и современное состояние технических средств массовой коммуникации; - особенности языка рекламы; - методики оценки эффективности рекламной кампании на различных каналах СМИ; - основополагающие положения ораторского искусства, требования, предъявляемые к устному выступлению, методике подготовки и произнесения публичной речи, облику оратора	осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта; - составлять тексты рекламы и связей с общественностью; - методически правильно с использованием различных средств выразительности и наглядности выступать с устной речью перед различными аудиториями;	основами производства СМИ и техническими средствами массовой коммуникации. - всеми видами речевой деятельности и основами культуры устной и письменной речи; - базовыми навыками медиапланирования;
16	ДК-1	способностью использовать основные законы естественнонаучных дисциплин и современные информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	основные законы естественнонаучных дисциплин и современные информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	использовать основные законы естественнонаучных дисциплин и современные информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	навыками использования основных законов естественнонаучных дисциплин и современные информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности

**5 КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ
ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО
ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКЕ**

Таблица 5.1 - Форма контроля преддипломной практики по этапам формирования компетенций

№ п/п	Разделы (этапы) практики по видам учебной деятельности, включая самостоятельную работу обучающихся		Формы текущего контроль	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования
Подготовительный этап				
1.	Ознакомительная (установочная) лекция, включая инструктаж по технике безопасности	ОК-9 ОПК-1 ОПК-2 ОПК-3 ОПК-4 ОПК-5 ОПК-6	Записи в журнале инструктажа. Записи в дневнике	Прохождение инструктажа по технике безопасности Изучение правил внутреннего распорядка
2.	Выбор темы исследования. Изучение специальной литературы и другой научно-технической информации о достижениях отечественной и зарубежной науки в соответствующей области знаний.	ОК-9 ОПК-1 ОПК-2 ОПК-3 ОПК-4 ОПК-5 ОПК-6 ПК-6 ПК-7 ПК-8 ПК-12 ПК-13 ПК-14 ПК-15 ПК-16 ДК-1	Собеседование	Проведение обзора публикаций, оформление дневника
Экспериментальный этап				
3.	Мероприятия по сбору, обработке и систематизации фактического материала	ОК-9 ОПК-1 ОПК-2 ОПК-3 ОПК-4 ОПК-5 ОПК-6 ПК-6 ПК-7	Индивидуальный опрос	Сбор, обработка и систематизация полученной информации; написание проекта, реферата; оформление дневника

		ПК-8 ПК-12 ПК-13 ПК-14 ПК-15 ПК-16 ДК-1		
Отчетный этап				
4.	Обработка и систематизация материала	ОК-9 ОПК-1 ОПК-2 ОПК-3 ОПК-4 ОПК-5 ОПК-6 ПК-6 ПК-7 ПК-8 ПК-12 ПК-13 ПК-14 ПК-15 ПК-16 ДК-1	Проверка оформления отчетности	Проект
5.	Отчетность по результатам преддипломной практики	ОК-9 ОПК-1 ОПК-2 ОПК-3 ОПК-4 ОПК-5 ОПК-6 ПК-6 ПК-7 ПК-8 ПК-12 ПК-13 ПК-14 ПК-15 ПК-16 ДК-1	Проверка оформления отчетности	Подготовка документации

6.	Защита отчета	ОК-9 ОПК-1 ОПК-2 ОПК-3 ОПК-4 ОПК-5 ОПК-6 ПК-6 ПК-7 ПК-8 ПК-12 ПК-13 ПК-14 ПК-15 ПК-16 ДК-1	Практическая проверка	Устная защита реферата, результатов исследования по заданной теме
----	---------------	---	-----------------------	---

Текущий контроль предполагает контроль ежедневной посещаемости обучающимися рабочих мест в организации и контроль правильности формирования компетенций.

Промежуточный контроль предполагает по окончании практики проведение зачета. Документы обязательно должны быть заверены подписью руководителя практики.

№ п/п	Уровни сформированности компетенции	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Основные признаки уровня (дескрипторные характеристики)
1	Пороговый уровень (уровень, обязательный для всех обучающихся)	ОК-9 ОПК-1 ОПК-2 ОПК-3 ОПК-4 ОПК-5 ОПК-6 ПК-6 ПК-7 ПК-8 ПК-12 ПК-13 ПК-14 ПК-15 ПК-16 ДК-1	Знать:- особенности организации и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий; - принципы организации рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, виды планирования и контроля рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, особенности проведения мероприятий по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, методы оценки эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью; - особенности организации и проведения рекламных кампаний и мероприятий; - особенности подготовки к

		<p>выпуску, производства и распространения рекламной продукции.</p> <p>Уметь: - осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия;</p> <ul style="list-style-type: none">- 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;- осуществлять рекламные кампании и мероприятия;- осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы. <p>- Владеть: навыками организации и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий;</p> <ul style="list-style-type: none">- навыками управления и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществления оперативного планирования и контроля рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проведения мероприятий по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценки эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью;- навыками организации и проведения рекламных кампаний и мероприятий;- навыками подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции.
--	--	--

--	--	--	--

2	Повышенный уровень (по отношению к пороговому уровню)	<p>ОК-9 ОПК-1 ОПК-2 ОПК-3 ОПК-4 ОПК-5 ОПК-6 ПК-6 ПК-7 ПК-8 ПК-12 ПК-13 ПК-14 ПК-15 ПК-16 ДК-1</p>	<p>Знать:- особенности организации и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий;</p> <ul style="list-style-type: none"> - принципы организации рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, виды планирования и контроля рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, особенности проведения мероприятий по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, методы оценки эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью; - особенности организации и проведения рекламных кампаний и мероприятий; - особенности подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции. <p>Уметь:- осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия;</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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; - осуществлять рекламные кампании и мероприятия; - осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение
---	---	--	---

			<p>рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы.</p> <p>- Владеть: навыками организации и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий;</p> <ul style="list-style-type: none">- навыками управления и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществления оперативного планирования и контроля рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проведения мероприятий по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценки эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью;- навыками организации и проведения рекламных кампаний и мероприятий;- навыками подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции.
--	--	--	---

3	Продвинутый уровень (по отношению к повышенному уровню)	<p>ОК-9 ОПК-1 ОПК-2 ОПК-3 ОПК-4 ОПК-5 ОПК-6 ПК-6 ПК-7 ПК-8 ПК-12 ПК-13 ПК-14 ПК-15 ПК-16 ДК-1</p>	<p>Знать:- особенности организации и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий; - принципы организации рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, виды планирования и контроля рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, особенности проведения мероприятий по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, методы оценки эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью; - особенности организации и проведения рекламных кампаний и мероприятий; - особенности подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции.</p> <p>Уметь: -осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия; - 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; - осуществлять рекламные кампании и мероприятия; - осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы.</p> <p>- Владеть: навыками организации и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий; - навыками управления и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью</p>
---	---	--	--

			<p>фирмы и организации, осуществления оперативного планирования и контроля рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проведения мероприятий по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценки эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью;</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками организации и проведения рекламных кампаний и мероприятий; - навыками подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции.
--	--	--	--

5.2 Типовые контрольные вопросы и задания для проведения промежуточной аттестации

1. Технология ведения деловой переписки на предприятии.
2. Техника приема и переговоров с клиентами и партнерами.
3. Процедура соблюдения протокола и этикета.
4. Культура межличностного общения.
5. Организация рабочего места работника.
6. Организация работы с запросами клиентов.
7. Технология работы с клиентскими базами данных.
8. Соблюдение требований к стандартам и качеству обслуживания клиентов.
9. Анализ использования рекламных материалов, каталогов, брошюр, путеводителей, публикаций по тематике.
10. Оформление документации: правила, техника учета и хранения, контроль правильности оформления.
11. Организация и проведение деловых переговоров.
12. Организация и проведение рекламных компаний.
13. Организация работы с жалобами клиентов: техника работы, процедуры применения мер по жалобам, учет и анализ жалоб.
14. Анализ трудовой дисциплины работников на предприятии.
15. Определение и анализ потребностей в ресурсах.
16. Выявление и анализ проблем в работе предприятия.
17. Создание системы мотивации и дисциплинарной ответственности работников.
18. Распределение обязанностей и определение степени ответственности работников.
19. Система материального и морального стимулирования на предприятии.
20. Управление конфликтными ситуациями на предприятии.

Критерии оценки отчетов по прохождению преддипломной практики:

1. Полнота представленного материала.

2. Своевременное представление отчетности, качество оформления

Шкала и критерии оценивания формируемых компетенций в результате прохождения преддипломной практики

Шкала оценивания	Критерии оценки
	Зачет с оценкой
«Отлично»	<p>Содержание и оформление дневника прохождения практики полностью соответствуют предъявляемым требованиям.</p> <p>Реферат характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения проблемы. Обучающийся не только умеет использовать учебную литературу, но и анализировать первоисточники и исследования по избранной теме. Обучающийся владеет навыками самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа литературы. Реферат не содержит фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы. Реферат снабжен необходимым библиографическим аппаратом и оформлен с соблюдением требований к письменным работам обучающихся. В ходе устной защиты реферата обучающийся демонстрирует свободное владение материалом, уверенные и аргументированные ответы на вопросы.</p>
«Хорошо»	<p>Основные требования к прохождению практики выполнены, однако имеются несущественные замечания по содержанию и оформлению дневника прохождения практики.</p> <p>Реферат характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 2 ошибок при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся ссылки на первоисточники и исследования.</p>
	<p>Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.</p> <p>Допущены одна-две ошибки в оформлении работы.</p>
«Удовлетворительно»	<p>Основные требования к прохождению практики выполнены, однако имеются существенные замечания по содержанию и оформлению дневника прохождения практики.</p> <p>Обучающийся проводит достаточно самостоятельный анализ избранной для рассмотрения проблемы в рамках реферата. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 3 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы.</p> <p>Эмпирический материал недостаточно систематизирован.</p>

«Неудовлетворительно»	<p>Небрежное оформление дневника прохождения практики. В дневнике прохождения практики освещены не все разделы программы практики. Дневник прохождения практики не представлен.</p> <p>Реферат не представлен или представляет собой пересказанный или полностью переписанный текст каких-то источников, учебников или исследований без комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретические составляющие темы. Допущены многочисленные ошибки в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении исследуемого материала.</p> <p>В ходе устной защиты реферата обучающийся демонстрирует слабое владение материалом, не может аргументировано и полно ответить на вопросы.</p>
-----------------------	--

Типовое задание:

- 1) ознакомиться с профилем деятельности организации;
- 2) собрать, обработать и проанализировать информацию об организации и в индивидуальном задании;
- 3) ознакомиться с нормативно-справочной литературой, методическими материалами, необходимыми для выполнения задания;
- 4) представить собранную информацию в систематизированном виде (Дневник практики, отчет);

Прим. Содержание задания в каждом конкретном случае может быть изменено или дополнено по согласованию с руководителем.

6 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Специфика получаемой специализации предполагает возможность обучения следующих категорий инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья:

- с ограничением двигательных функций;
- с нарушениями слуха;
- с нарушениями зрения.

Организация образовательного процесса обеспечивает возможность беспрепятственного доступа обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и (или) инвалидов в учебные аудитории и другие помещения, для этого имеются пандусы, поручни, лифты и расширенные дверные проемы.

В учебных аудиториях и лабораториях имеется возможность оборудовать места для студентов-инвалидов с различными видами нарушения здоровья, в том числе опорно-двигательного аппарата и слуха. Освещенность учебных мест устанавливается в соответствии с положениями СНиП 23-05-95 «Естественное и искусственное освещение». Все предметы, необходимые для учебного процесса, располагаются в зоне максимальной досягаемости вытянутых рук.

Помещения предусматривают учебные места для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов, имеющих сердечно-сосудистые заболевания, они оборудованы солнцезащитными устройствами (жалюзи), в них имеется система климат-контроля.

По необходимости для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья разрабатываются индивидуальные учебные планы и индивидуальные графики,

обучающиеся обеспечиваются печатными и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

7 ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ НА ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКЕ

Для организации практики главным принципом является принцип интеграции знаний. Интегрированный подход к разработке содержания заданий практики проявляется в том, что задания должны быть такими, чтобы их выполнение требовало объединения знаний студентов из различных учебных курсов, а также чтобы задания подразумевали возможность применения их студентами в дальнейшей учебной и профессиональной деятельности. Студенту также даются задания, позволяющие ему как можно глубже погрузиться в процесс реального функционирования образовательного учреждения. Основой образовательных технологий является системный подход, который отличается личностной ориентированностью, диалогичностью, моделированием профессиональных ситуаций, межпредметностью, креативностью. Кроме традиционных образовательных и научно-исследовательских технологий, используемых в процессе практической деятельности, используются и интерактивные технологии с включением практикантов в работу кафедры ТСиДК.

Образовательные технологии при прохождении практики включают в себя: инструктаж по технике безопасности; информационно-коммуникационные технологии (информация из сети Интернет, радио и телевидения; аудио- и видеоматериалы); работу в библиотеке (уточнение содержания учебных и научных проблем, профессиональных и научных терминов, изучение содержания государственных стандартов по оформлению отчетов о научно-исследовательской работе).

Научно-исследовательские технологии при прохождении практики включают в себя: определение проблемы, объекта и предмета исследования, постановку исследовательской задачи; разработку инструментария исследования; сбор, обработку, анализ и предварительную систематизацию фактического и литературного материала; обобщение полученных результатов; экспертизу результатов практики (предоставление материалов дневника практики).

8 УЧЕБНО - МЕТОДИЧЕСКОЕ, ИНФОРМАЦИОННОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

Учебно-методическим обеспечением самостоятельной работы студентов при прохождении учебной практики по получению первичных профессиональных умений и навыков являются:

1. учебная литература;
2. нормативные документы, регламентирующие прохождение практики студентом;
3. методические разработки для студентов, определяющие порядок прохождения и содержание практики по получению первичных профессиональных умений и навыков.

Самостоятельная работа студентов во время прохождения практики включает: – ведение дневника практики;

– анализ и обработку информации, полученной ими при прохождении практики по получению профессиональных первичных профессиональных умений и навыков.

– работу с научной, учебной и методической литературой.

Для самостоятельной работы представляется аудитория с компьютером и доступом в Интернет, к электронной библиотеке вуза и к информационно-справочным системам.

Для проведения практики разработаны формы для заполнения отчетной документации по практике (дневник студента-практиканта, требования по оформлению отчета).

8.1 Перечень учебной литературы, необходимой для проведения практики

а) основная литература

Шишова Н. В. Теория и практика рекламы: Учебное пособие/Шишова Н. В.,

1. Подопригора А. С., Акулич Т. В. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 144 с.

<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=362871>

1. Евстафьев В.А. Организация и практика работы рекламного агентства: Учебник для бакалавров/В.А.Евстафьев - М.: Дашков и К, 2016. - 512 с.

<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=520466>

2. Шестаков Ю.А. История рекламы: Учебное пособие / Шестаков Ю.А., - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 259 с.

<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=534016>

3. Тангейт М. Всемирная история рекламы: Учебное пособие / Тангейт М., - 3-е изд. - М.:Альпина Пабли., 2016. - 286 с.

<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=912588>

4. Мандель Б.Р. PR: методы работы со средствами массовой информации: Учебное пособие / Б.Р. Мандель. - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 205 с.

<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=421194>

б) дополнительная литература:

1. Бриггз, Адам. Медиа. Введение [Электронный ресурс] : Учебник для студентов вузов / А. Бриггз; под ред. А. Бриггза, П. Кобли; пер. с англ. Ю. В. Никуличева. - 2-е изд. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 550 с.

2. Ореховская Н.А. PR в сфере социальной коммуникации: Учебник / Н.А. Ореховская. - М.: Альфа-М, 2013. - 198 с.:

<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=448801>

3.Абрамов Р.Н. Связи с общественностью: учебное пособие.- М.: КНОРУС, 2012.- 272 с

4.Мудров А.Н. Толковый словарь русского рекламного языка / А.Н. Мудров. - М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 820 с.

<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=510840>

Интернет – ресурсы

1. <http://znanium.com/> - Электронная библиотечная система
2. <http://eios.imsit.ru/> электронные ресурсы ИМСИТ
3. <http://book.ru/> - Электронная библиотечная система
4. <http://ibooks.ru/> - Электронная библиотечная система

8.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для проведения практики

Таблица 8.1 – Доступ обучающихся к электронным ресурсам

№	Наименование электронного ресурса	Принадлежность	Ссылка на ресурс	Наименование организации-владельца, реквизиты договора на использование	Доступность
1	2	3	4	5	6
1.	Web-ресурс «Электронная образовательная среда»	собственный	http://185.18.111.102/moodle/index.php	НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ» (г. Краснодар)	С любых компьютеров имеющих доступ к сети интернет по паролю
2.	Коллекция CD и DVD в фонде научной библиотеке Академии ИМСИТ	собственный	Компакт-диски (CD-ROM и DVD-ROM)	НАН ЧОУ ВПО «Академия маркетинга и социально-информационных технологий»	Полная коллекция - в электронном читальном зале научной библиотеки
3.	«Электронно-библиотечная система ZNANIUM.COM»	сторонний	http://znanium.com	ООО «Научно-издательский центр «ИНФРА-М». Договор № 2500 эбс от 25.09.2017 г. Срок действия - до 25.09.2018 г.	С любых компьютеров имеющих доступ к сети интернет по паролю
4.	ЭБС «Айбукс.ru/books.ru»	сторонний	http://ibooks.ru/	ООО «Айбукс». Договор № 19-01/18-К от 25.01.2018 г. Срок действия - до 25.01.2019 г.	С любых компьютеров имеющих доступ к сети интернет по паролю
5.	Электронные периодические издания	сторонний	http://elibrary.ru	ООО «Научная электронная библиотека» (г. Москва). Лицензионное соглашение № 7241 от 24.02.12 г.	С любых компьютеров имеющих доступ к сети интернет
6.	Справочно-правовая база «Консультант Плюс»	сторонний	Локальная сеть Академии ИМСИТ	Консультант-Плюс в г. Краснодаре Договор о сотрудничестве № ИП-2 от 24.05.2007 г. действует по настоящее время	С компьютеров академии
7.	Web-ресурс «Официальный сайт Академии ИМСИТ»	собственный	http://imsit.ru	НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ» (г. Краснодар)	С любых компьютеров имеющих доступ к сети интернет

8.	Учебно-методические компьютерные комплексы «Диполь» (12 МОДУЛЕЙ)	собственны й	Локальная сеть академии PSS:\DIPOL\	Корпорация «Диполь» ЗАО, Договор №24/М от 31 марта 2015 года от поставке учебно-методических компьютерных комплексов	С компьютеров локальной сети академии
----	--	-----------------	--	--	---------------------------------------

Таблица 8.2 – Перечень программных средств информационно-коммуникационных технологий, задействованных в образовательном процессе

Перечень лицензионного программного обеспечения, реквизиты подтверждающего документа
1. ОС – Windows 10 Pro RUS. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.
1. Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный (320шт). Договор № ПР-00018475 от 16.11.2017 (ООО Прима АйТи) сроком на 1 год.
2. Программное обеспечение по лицензии GNU GPL: 7-Zip, Google Chrome, LibreOffice, Maxima, Mozilla Firefox, Notepad++.
3. Adobe Reader DC. Adobe Acrobat Reader DC and Runtime Software distribution license agreement for use on personal computers от 31.01.2017

Таблица 8.3 - Перечень электронно-библиотечных систем

№	Наименование ресурса	Наименование документа с указанием реквизитов	Срок действия документа
1	ЭБС Znanium	ООО «ЗНАНИУМ». Договор № 2500 эбс от 25.09.2017 г.	с 25.09.2017 г. по 24.09.2018 г.
2	Научная электронная библиотека eLibrary (ринц)	ООО «Научная электронная библиотека» (г. Москва). Лицензионное соглашение № 7241 от 24.02.12 г.	бессрочно
3	ЭБС IBooks	ООО «Айбукс». Договор № 19-01/18-К от 25.01.2018 г.	с 25.01.2018 по 25.01.2019 г.
4	ЭБС Book.ru	ООО «КноРус медиа». Договор №18491866 от 26 апреля 2018 г.	Срок действия до 26 апреля 2019 г.

8.3 Перечень средств материально-технического обеспечения преддипломной практики

Для полноценного прохождения практики, в соответствии с заключенными с предприятиями договорами, в распоряжение обучающихся предоставляется

необходимое для выполнения индивидуального задания по практике оборудование, и материалы.

№	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень оборудования и технических средств обучения
1.	Учебные аудитории для проведения групповых и индивидуальных консультаций	Аудитория, оборудованная учебной мебелью
2.	Аудитория для самостоятельной работы	Аудитория для самостоятельной работы, оборудованная учебной мебелью и компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду вуза (ауд 114, 114а)
3.	Компьютерный класс	(ауд. 114, 114а),
4.	Аудитория для проведения защиты отчета по практике	Аудитория, оснащенная презентационной техникой (ауд. 301, 302, 404, 401-403, 406, 409)

(форма направления студента на преддипломную практику)

**АКАДЕМИЯ МАРКЕТИНГА И СОЦИАЛЬНО-ИНФОРМАЦИОННЫХ
ТЕХНОЛОГИЙ – ИМСИТ**

НАПРАВЛЕНИЕ НА ПРЕДДИПЛОМНУЮ ПРАКТИКУ

Направляется студент(ка) _____ курса _____ группы

(фамилия, имя, отчество)

на преддипломную практику

с _____ по _____

(дата)

Руководитель от Академии _____

ОТЗЫВ РУКОВОДИТЕЛЯ ОТ ПРЕДПРИЯТИЯ

Руководитель от предприятия _____
(Ф.И.О., подпись)

МП

**Негосударственное аккредитованное некоммерческое частное
образовательное учреждение высшего образования
«Академия маркетинга и социально-информационных технологий –
ИМСИТ»
(г. Краснодар)**

Кафедра технологий сервиса и деловых коммуникаций

ОТЧЕТ

О ПРОХОЖДЕНИИ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Работу выполнила
студентка 1 курса
группы 17-РСО-01
Кузьмичева Светлана Васильевна

Руководители практики
от предприятия
Декан
факультета Менеджмента

Т.Н.Курицына

от Академии ИМСИТ к.с.н., доцент

Н.И.Севрюгина

Дата защиты _____

ДНЕВНИК ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

дата	Место работы	Содержание работы	Подпись руководителя

М.П.

Негосударственное аккредитованное некоммерческое
частное образовательное учреждение высшего образования
«Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ»
(г. Краснодар)

Факультет менеджмента

Кафедра технологий сервиса и деловых коммуникаций

**Индивидуальное задание, выполняемое в период проведения
Б2.В.03 (Пд)
Преддипломной практики**

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль) образовательной программы
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Студенту _____
Фамилия, имя, отчество студента

Сроки прохождения практики
с « ____ » _____ 201__ г. по « ____ » _____ 201__ г.

Цель преддипломной практики в соответствии с основной профессиональной образовательной программой направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) образовательной программы «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере» – заключается в подготовке к решению конкретных задач бакалавра по рекламе и связям с общественностью, закрепление и развитие профессиональных компетенций, углубленных практических навыков работы; проведение практики на рабочих местах предприятия (учреждения, организации) или иного объекта; предоставление обучающемуся работы (или возможность работы в качестве дублера) на основных должностях работников предприятий (учреждениях, организации) или иных объектах по профилю получаемого образования, сбор и анализ практического материала для подготовки выпускной квалификационной работы, а также подготовки выпускника к ее написанию.

Перечень вопросов (заданий, поручений) для прохождения преддипломной практики:

№ п/п	Этапы работы (виды деятельности) при прохождении практики	Код формируемых компетенций	Сроки	Отметка руководителя от академии
1	<i>Подготовительный этап</i> Составление и утверждение тем индивидуальных заданий. Вводная беседа (инструктаж по технике безопасности, ознакомительная лекция).	ОК-9 ОПК-1 ОПК-2 ОПК-3 ОПК-4 ОПК-5 ОПК-6		
	<i>Экспериментальный этап</i>	ОК-9		

№ п/п	Этапы работы (виды деятельности) при прохождении практики	Код формируемых компетенций	Сроки	Отметка руководителя от академии
	Знакомство с организацией. Работа с нормативными документами. Согласно уставу прохождения практики предприятия. Консультации с руководителем практики. Согласно уставу прохождения практики предприятия. Консультации с руководителем практики. Работа над индивидуальным заданием	ОПК-1 ОПК-2 ОПК-3 ОПК-4 ОПК-5 ОПК-6 ПК-6 ПК-7 ПК-8 ПК-12 ПК-13 ПК-14 ПК-15 ПК-16 ДК-1		
4	<i>Отчетный этап</i> Подведение итогов практики. Написание отчета. Консультации с руководителем практики.	ОК-9 ОПК-1 ОПК-2 ОПК-3 ОПК-4 ОПК-5 ОПК-6 ПК-6 ПК-7 ПК-8 ПК-12 ПК-13 ПК-14 ПК-15 ПК-16 ДК-1		

Ознакомлен _____ (расшифровка подписи студента)

«__» _____ 201__ г.

Руководитель практики от Академии _____ (расшифровка подписи руководителя)

«__» _____ 201__ г.

Негосударственное аккредитованное некоммерческое частное
образовательное учреждение высшего образования
«Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ»
(г. Краснодар)

Факультет менеджмента

КАФЕДРА ТЕХНОЛОГИЙ СЕРВИСА И ДЕЛОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

**ОТЗЫВ РУКОВОДИТЕЛЯ НА ПРЕДДИПЛОМНУЮ ПРАКТИКУ
СТУДЕНТА**

**Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль) образовательной программы
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»**

Фамилия, имя, отчество студента

Наименование _____ предприятия _____ (базы
практики) _____

**Сформированность компетенций у выпускника по итогам выполнения заданий на
практику**

Этапы работы (виды деятельности) при прохождении практики	Код формируемых компетенций	Уровень сформированности компетенций*
<i>Подготовительный этап:</i> - - -	ОК-9 ОПК-1 ОПК-2 ОПК-3 ОПК-4 ОПК-5 ОПК-6	
<i>-Экспериментальный этап:</i> - - - -	ОК-9 ОПК-1 ОПК-2 ОПК-3 ОПК-4 ОПК-5 ОПК-6 ПК-6 ПК-7 ПК-8 ПК-12	

	ПК-13 ПК-14 ПК-15 ПК-16 ДК-1	
Отчетный этап: - - -	ОК-9 ОПК-1 ОПК-2 ОПК-3 ОПК-4 ОПК-5 ОПК-6 ПК-6 ПК-7 ПК-8 ПК-12 ПК-13 ПК-14 ПК-15 ПК-16 ДК-1	

**Отметить «Нулевой», «Низкий», «Средний», «Высокий»*

Соответствие отчета по практике требованиям

Наименование требования	Заключение о соответствии требованиям*
1. Качество подобранного материала для проведения исследования	
1.1 Наличие источников информации в соответствии с заданием	
1.2 Наличие актуальных первичных данных, материалов	
2. Качественная оценка проведенного исследования собранных материалов	
2.1 Оценка требований к содержательной части отчета, соответствие заданию	
2.2 Оценка степени самостоятельности проведенного исследования	
2.3 Оценка качества проведенного исследования собранных материалов, данных	
3. Выполнение общих требований к проектному этапу практики	
4. Выполнение требований к оформлению отчета по практике	
4.1 Соответствие оформления ГОСТам и методическим рекомендациям кафедры	
4.2 Качественный уровень защиты отчета по производственной практике	

**Отметить «соответствует», «соответствует не в полной мере», или «не соответствует».*

Достоинства содержательной части отчета по практике:

Ошибки и недостатки содержательной части отчета по практике:

Отчет защищен с оценкой

« _____ » _____ 20__ г.

Руководитель практики от академии _____ (расшифровка подписи
руководителя)

2__» _____ 201__ г.