

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Чувашский государственный педагогический университет им. И.Я.Яковлева»



УТВЕРЖДАЮ  
Проректор по учебной работе  
С.В. Ильина  
«22» апреля 2019 г.

## ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

### УЧЕБНАЯ ПРАКТИКА

### ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНАЯ ПРАКТИКА

Направление подготовки  
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки  
Реклама и связи с общественностью в системе государственного  
и муниципального управления

Квалификация (степень) выпускника  
Бакалавр

Форма обучения  
заочная

Чебоксары 2019

## Содержание

1 Цели практики.....	3
2 Задачи практики.....	3
3 Место практики в структуре ОПОП ВО .....	3
4 Вид, тип, способ и форма проведения практики .....	3
5 Место и время проведения практики.....	3
6 Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения практики .....	4
7 Структура и содержание практики .....	4
8 Формы отчетности по практике .....	6
9 Фонды оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике.....	7
10 Учебно-методическое и информационное обеспечение практики.....	13
11 Информационные технологии, используемые на практике .....	14
12 Материально-техническая база практики .....	14

## **1 Цели практики**

Профессионально-ознакомительная практика является составной частью учебного процесса подготовки бакалавров по рекламе и связям с общественностью. Во время прохождения практики происходит закрепление и конкретизация результатов теоретического обучения, приобретение студентами умений и навыков практической работы по присваиваемой квалификации и избранному направлению подготовки.

Целями практики являются закрепление знаний и умений, приобретенных студентами в результате освоения теоретических курсов в области рекламы и PR, получение первичных профессиональных умений и навыков.

## **2 Задачи практики**

Задачами профессионально-ознакомительной практики является:

- закрепление теоретических знаний в области рекламы и PR;
- получение первичных практических навыков осуществления профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью;
- овладение навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, навыками литературного редактирования, копирайтинга;
- изучение процесса планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий;
- изучение процесса подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции организации;
- овладение навыками теоретического анализа научной и методической литературы, сбора и обработки эмпирического материала; применения различных методов и методик на практике; оформления, представления в устной и письменной форме результатов выполненной работы.

## **3 Место практики в структуре ОПОП ВО**

Профессионально-ознакомительная практика входит в Блок 2. Практика ОПОП ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Профессионально-ознакомительная практика базируется на таких дисциплинах как:

1. Теория и практика массовой информации.
2. Теория и практика рекламы.

Освоение программы профессионально-ознакомительной практики необходимо для успешного освоения следующих дисциплин по данному направлению подготовки:

1. Разработка и технология производства рекламного продукта.
2. Организация и планирование рекламных кампаний
3. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью.

## **4 Вид, тип, способ и форма проведения практики**

Вид практики – учебная практика.

Тип практики – профессионально-ознакомительная практика

Способ проведения практики – стационарная, выездная.

Форма проведения практики – дискретно. Практика проводится путем выделения непрерывного периода учебного времени для ее проведения.

## **5 Место и время проведения практики**

Профессионально-ознакомительная практика проводится на 3-м курсе, 5-м семестре в течение 4-х недель.

Профессионально-ознакомительная практика проводится в организациях, обладающих необходимой материальной базой, кадровым и научно-техническим потенциалом, с которыми заключены договоры о сотрудничестве.

Объектами практики могут быть 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.

## **6 Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения практики**

В результате прохождения профессионально-ознакомительной практики обучающийся должен приобрести следующие практические навыки, умения, универсальные компетенции, общепрофессиональные, профессиональные компетенции:

универсальные компетенции:

– способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1);

общепрофессиональные компетенции, соответствующие рекламно-информационной деятельности:

– способность 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);

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

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

– способность отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности (ОПК-4);

– способность 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);

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

профессиональные компетенции:

- способность участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий (ПКО-1).

## 7 Структура и содержание практики

Общая трудоемкость практики составляет 6 зачетных единиц, 216 часов.

### 7.1 Структура практики

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды учебной работы, на практике включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость, ( в часах)	Формы текущего контроля
1	Подготовительный этап	<ul style="list-style-type: none"><li>– общее ознакомление с объектом практики;</li><li>– участие в установочной конференции;</li><li>– составление индивидуального плана прохождения практики и его согласование с руководителем практики от организации;</li><li>– прохождение инструктажа по технике безопасности</li></ul> (12 часов)	Прохождение инструктажа по технике Подпись в журнале по технике безопасности. Индивидуальный план прохождения практики
2	Производственный этап	<ul style="list-style-type: none"><li>– изучение деятельности организации, ее рыночного положения (изучение деятельности организации, описание истории ее создания, определение основных видов деятельности, организационной структуры управления организации, имеющейся материально-технической базы; определение масштабов деятельности организации, описание товаров/услуг; определение сегмента рынка, для которого предназначен товар/услуга; описание отличительных свойств товара/услуги; анализ рынка, на котором функционирует организация с точки зрения конкурентного окружения; SWOT-анализ организации);</li><li>– анализ направлений PR-деятельности в организации (ознакомление со структурой отдела рекламы/связей с общественностью, его функциями и задачами; изучение содержания работы специалиста по рекламе/связям с общественностью; анализ наиболее успешных коммуникационных кампаний и мероприятий организации; ознакомление с документооборотом PR-деятельности, проведение мониторинга эффективности коммуникационной политики организации);</li><li>– разработка проектных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью (анализ последних публикаций о работе организации в средствах массовой информации; создание текста страницы официального сайта «О компании»; разработка PR-мероприятия, способствующего формированию позитивного общественного мнения о данной организации).</li></ul> (174 часов)	Выполнение производственных заданий Контроль за выполнением заданий. Проверка дневника практики
3	Заключительный этап	<ul style="list-style-type: none"><li>– подготовка и оформление отчета по практике;</li><li>– защита отчета по практике на итоговой конференции</li></ul> (30 часов)	Подготовка и защита отчета по практике

### 7.2 Содержание практики

Подготовительный этап

Общее ознакомление с объектом практики. Участие в установочной конференции. Составление индивидуального плана прохождения практики и его согласование с

руководителем практики от организации. Прохождение инструктажа по технике безопасности.

Производственный этап

1. Изучение деятельности организации, ее рыночного положения:

– изучение деятельности организации, описание истории ее создания, определение основных видов деятельности, организационной структуры управления организации, имеющейся материально-технической базы;

– определение масштабов деятельности организации, описание товаров/услуг; определение сегмента рынка (целевой аудитории), для которого предназначен товар/услуга; описание отличительных свойств товара/услуги;

– анализ рынка, на котором функционирует организация с точки зрения конкурентного окружения; SWOT-анализ организации (определение сильных и слабых сторон, угроз и возможностей).

2. Анализ направлений PR-деятельности в организации:

– ознакомление со структурой отдела рекламы/связей с общественностью, его функциями и задачами; изучение содержания работы специалиста по рекламе/связям с общественностью;

– анализ наиболее успешных коммуникационных кампаний и мероприятий организации;

– ознакомление с документооборотом PR-деятельности (договоры на изготовление и размещение PR-материалов, акты сдачи-приемки выполненных работ, эфирные справки), проведение мониторинга эффективности коммуникационной политики организации.

3. Разработка проектных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью:

– анализ последних публикаций о работе организации в средствах массовой информации (общий объем публикаций об организации в целом и об отдельных подразделениях, динамическая структура объема публикаций об организации за определенный период (неделя/месяц); соотношение позитивных/негативных/нейтральных статей, сравнительная интенсивность публикаций на фоне конкурентов);

– создание текста страницы официального сайта «О компании» (ознакомившись с деятельностью фирмы, ее историей, сотрудниками, отделами, структурными подразделениями, напишите свой вариант текста на страницу официального сайта «О компании»);

– разработка PR-мероприятия, способствующего формированию позитивного общественного мнения о данной организации, продвижению ее товаров/услуг (сформулируйте цели, задачи планируемого мероприятия, время и место проведения, определите целевую аудиторию, предложите сценарий и реквизит).

Заключительный этап

Подготовка отчета. Сдача отчета на кафедру. Выступление на итоговой конференции.

## **8 Формы отчетности по практике**

Комплект отчетной документации по итогам прохождения практики обучающегося включает:

– письменный отчет;

– индивидуальный план прохождения практики;

– дневник практики;

– путевку студента-практиканта с характеристикой на практиканта (если практика проводилась в профильной организации) или характеристику на практиканта (если практика проводилась в структурных подразделениях Университета).

По результатам практики студент составляет письменный отчет объемом не менее 20 страниц. Отчет должен содержать конкретные сведения о работе, проведенной в период практики, и отражать результат выполнения заданий, предусмотренных программой практики.

Типовая структура письменного отчета по практике включает:

1. Введение, в котором должны быть отражены: цель, задачи, место и продолжительность практики; перечень работ, выполненных в процессе практики.

2. Основная часть, раскрывающая:

2.1. Характеристика деятельности организации, ее рыночного положения:

- история создания и виды деятельности организации;
- характеристика товара/услуг организации;
- конкурентный анализ рынка, SWOT-анализ организации

2.2. Анализ направлений PR-деятельности в организации:

- структура отдела рекламы/связей с общественностью, его функции и задачи;
- анализ коммуникационных кампаний и мероприятий организации;
- система документооборота PR-деятельности организации.

2.3. Разработка проектных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью:

- анализ публикаций об организации в средствах массовой информации;
- создание текста страницы официального сайта «Об организации»;
- разработка PR-мероприятия, способствующего формированию позитивного общественного мнения об организации;

3. Заключение, которое должно содержать: описание знаний, умений, навыков (компетенций), приобретенных практикантом в период практики; предложения и рекомендации обучающихся по повышению эффективности PR-деятельности организации.

В качестве приложений к отчету могут быть копии различных видов документов, собранных и обработанных студентом во время практики.

В процессе защиты отчета по практике обучающийся должен кратко изложить основные результаты проделанной работы, выводы и рекомендации.

Требования по формам и порядку отчетности по практике изложены в Положении о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования – программы бакалавриата, специалитета, магистратуры ЧГПУ им. И.Я. Яковлева. Требования по оформлению отчета по практике изложены в Положении об общих требованиях к построению, изложению и оформлению документов учебной деятельности обучающихся ЧГПУ им. И.Я. Яковлева.

Форма промежуточной аттестации по итогам практики – дифференцированный зачет.

## **9 Фонды оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике**

### **9.1 Паспорт фонда оценочных средств по практике**

№ п/п	Наименование раздела (этапа) практики	Код компетенций	Форма контроля	План-график проведения контрольно-оценочных мероприятий
1	Подготовительный этап	УК-1; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4;	Прохождение инструктажа по технике	До начала практики

		ОПК-5; ОПК-7; ПКО-1	Подпись в журнале по технике безопасности. Индивидуальный план прохождения практики	
2	Производственный этап	УК-1; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-7; ПКО-1	Выполнение производственных заданий Контроль за выполнением заданий. Проверка дневника практики	В течение практики
3	Заключительный этап	УК-1; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-7; ПКО-1	Подготовка и защита отчета по практике	После окончания практики

## 9.2 Оценочные средства по практике

Оценочные средства для проведения итогового контроля обучающихся по практике включает в себя:

- перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения программы практики;
- описание показателей и критериев оценивания компетенций;
- контрольно-измерительные материалы в виде типовых заданий или иных материалов, необходимых для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения программы практики;
- методику оценивания результатов практики.

### Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения программы практики

Наименование компетенций	Измеряемые образовательные результаты (дескрипторы)	Этапы формирования	Задание практики	Отчетные материалы
УК-1	УК-1.1. Знать: методы критического анализа и оценки современных научных достижений; основные принципы критического анализа. УК-1.2. Уметь: получать новые знания на основе анализа, синтеза и других методов; собирать данные по сложным научным проблемам, относящимся к профессиональной области; осуществлять поиск информации и решений на основе экспериментальных действий. УК-1.3. Владеть: исследованием	Подготовительный, производственный, заключительный этап	Составление индивидуального плана прохождения практики и его согласование с руководителем практики от организации. Изучение деятельности организации, ее рыночного положения. Анализ направлений PR-деятельности в организации. Разработка проектных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью. Ведение дневника практики. Подготовка отчета по практике. Подготовка доклада с презентацией и выступление на итоговой конференции.	Индивидуальный план прохождения практики, отчет по практике, дневник практики, характеристика с места прохождения практики



	проблем профессиональной деятельности с применением анализа, синтеза и других методов интеллектуальной деятельности; выявлением научных проблем и использованием адекватных методов для их решения; демонстрацией оценочных суждений в решении проблемных профессиональных ситуаций.			
ОПК-1	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	Подготовительный, производственный, заключительный этап	Составление индивидуального плана прохождения практики и его согласование с руководителем практики от организации. Изучение деятельности организации, ее рыночного положения. Анализ направлений PR-деятельности в организации. Разработка проектных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью. Ведение дневника практики. Подготовка отчета по практике. Подготовка доклада с презентацией и выступление на итоговой конференции.	Индивидуальный план прохождения практики, отчет по практике, дневник практики, характеристика с места прохождения практики
ОПК-2	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 со-здании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.	Подготовительный, производственный, заключительный этап	Составление индивидуального плана прохождения практики и его согласование с руководителем практики от организации. Анализ направлений PR-деятельности в организации. Разработка проектных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью. Ведение дневника практики. Подготовка отчета по практике. Подготовка доклада с презентацией и выступление на итоговой конференции.	Индивидуальный план прохождения практики, отчет по практике, дневник практики, характеристика с места прохождения практики
ОПК-3	ОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного 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.	Подготовительный, производственный, заключительный этап	Составление индивидуального плана прохождения практики и его согласование с руководителем практики от организации. Изучение деятельности организации, ее рыночного положения. Анализ направлений PR-деятельности в организации. Разработка проектных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью. Ведение дневника практики. Подготовка отчета по практике. Подготовка доклада с презентацией и выступление на итоговой конференции.	Индивидуальный план прохождения практики, отчет по практике, дневник практики, характеристика с места прохождения практики
ОПК-4	ОПК-4.1. Соотносит социологические	Подготовительный	Прохождение инструктажа по технике безопасности.	Отметка о прохождении

	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	, производственный, заключительный этап	Составление индивидуального плана прохождения практики и его согласование с руководителем практики от организации. Изучение деятельности организации, ее рыночного положения. Анализ направлений PR-деятельности в организации. Разработка проектных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью. Ведение дневника практики. Подготовка отчета по практике. Подготовка доклада с презентацией и выступление на итоговой конференции.	инструктажа по технике безопасности, индивидуальный план прохождения практики, отчет по практике, дневник практики, характеристика с места прохождения практики
ОПК-5	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	Подготовительный, производственный, заключительный этап	Составление индивидуального плана прохождения практики и его согласование с руководителем практики от организации. Изучение деятельности организации, ее рыночного положения. Анализ направлений PR-деятельности в организации. Разработка проектных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью. Ведение дневника практики. Подготовка отчета по практике. Подготовка доклада с презентацией и выступление на итоговой конференции.	Индивидуальный план прохождения практики, отчет по практике, дневник практики, характеристика с места прохождения практики
ОПК-7	ОПК-7.1. Знает цеховые 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	Подготовительный, производственный, заключительный этап	Составление индивидуального плана прохождения практики и его согласование с руководителем практики от организации. Изучение деятельности организации, ее рыночного положения. Анализ направлений PR-деятельности в организации. Разработка проектных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью. Ведение дневника практики. Подготовка отчета по практике. Подготовка доклада с презентацией и выступление на итоговой конференции.	Индивидуальный план прохождения практики, отчет по практике, дневник практики, характеристика с места прохождения практики
ПКО-1	ПКО-1.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с	Подготовительный, производственный,	Составление индивидуального плана прохождения практики и его согласование с руководителем практики от организации. Изучение деятельности организации,	Индивидуальный план прохождения практики, отчет по

	<p>общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью</p> <p>ПКО-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии</p> <p>ПКО-1.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p>	<p>ключевой этап</p>	<p>ее рыночного положения.</p> <p>Анализ направлений PR-деятельности в организации.</p> <p>Разработка проектных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью.</p> <p>Ведение дневника практики.</p> <p>Подготовка отчета по практике.</p> <p>Подготовка доклада с презентацией и выступление на итоговой конференции.</p>	<p>практике, дневник практики, характеристика с места прохождения практики</p>
--	--	----------------------	---	--

### **Порядок оценки уровня приобретенных компетенций при прохождении практики**

Руководитель практики оценивает результаты прохождения практики студентом, руководствуясь Положением о рейтинговой оценке качества знаний студентов ЧГПУ им. И.Я. Яковлева и правилом начисления баллов за практику. Рейтинг студента по практике рассчитывается путем накопления баллов и приведения их к традиционной шкале оценок.

Основные критерии оценки результатов практики:

- а) готовность к прохождению практики (прохождение инструктажа по технике безопасности и др.);
- б) степень выполнения программы практики (своевременное выполнение заданий практики в соответствии с индивидуальным планом прохождения практики, ориентация на решение поставленных задач);
- в) полнота представленной отчетной документации по итогам практики, соответствие программе практики;
- г) своевременное представление отчетной документации, качество оформления отчета;
- д) характеристика, данная обучающемуся руководителем практики в организации;
- е) публичная защита отчета.

Результаты практики могут быть оценены максимальным рейтинговым баллом – 100.

### **Правило начисления баллов за практику**

Содержание работ	Правило начисления баллов	Максимальный балл по виду работ
<p>Участие в работе установочной конференции, прохождение инструктажа по технике безопасности</p>	<p>5 баллов ставится, если обучающийся присутствовал на установочной конференции, прошел инструктаж по технике безопасности;</p> <p>3 балла ставится, если студент отсутствовал на установочной конференции по уважительной причине, прошёл инструктаж в неустановленное время;</p> <p>1 балл ставится, если студент отсутствовал по неуважительной причине, прошёл инструктаж в неустановленное время</p>	<p>5</p>
<p>Своевременное выполнение заданий практики в соответствии с индивидуальным планом прохождения</p>	<p>20 баллов ставится, если обучающийся своевременно, качественно выполнил весь объем работы в соответствии с индивидуальным планом прохождения практики;</p> <p>15 баллов ставится, если обучающийся описывает и анализирует выполненные задания, но не всегда четко соотносит выполнение профессиональной деятельности с формированием определенной</p>	<p>20</p>

практики, ориентация на решение поставленных задач	компетенции и индивидуальным планом прохождения практики; 10 баллов ставится, если обучающийся несвоевременно выполнял задания на практику, допускал ошибки в планировании и решении задач в соответствии с индивидуальным планом прохождения практики; 5 баллов ставится, если обучающийся проявил низкое качество выполнения заданий в соответствии с индивидуальным планом прохождения практики, направленных на формирование компетенций; 0 баллов ставится, если описание и анализ видов профессиональной деятельности, выполненных заданий отсутствует или носит фрагментарный характер	
Характеристика, данная обучающемуся руководителем практики в организации	10 баллов ставится, если обучающийся показал глубокую теоретическую, методическую, профессионально-прикладную подготовку; умело применил полученные знания во время прохождения практики; ответственно и с интересом относился к своей работе 5 баллов ставится, если обучающийся показал недостаточную теоретическую, методическую, профессионально-прикладную подготовку, в процессе работы не проявил достаточной самостоятельности, инициативы и заинтересованности; 0 баллов ставится, если обучающийся не проявил знаний теории и умения применять ее на практике, в процессе работы не проявил заинтересованности в будущей профессиональной деятельности	10
Полнота представленной отчетной документации по итогам практики, соответствие программе практики	25 баллов ставится, если обучающийся представил отчет в полном объеме в соответствии с программой практики; 20 баллов ставится, если обучающийся представил отчет с некоторыми отклонениями от качественных параметров; 15 баллов ставится, если обучающийся выполнил программу практики, однако часть заданий вызвала затруднения; 5 баллов ставится, если отчет носит описательный характер, без элементов анализа; 0 баллов ставится, если обучающийся не выполнил программу практики	25
Своевременное представление отчетной документации, качество оформления отчета	20 баллов ставится, если отчет оформлен в соответствии с требованиями по оформлению, материал изложен грамотно, доказательно, используется профессиональная терминология при оформлении отчетной документации по практике; отчет представлен в установленные сроки; 15 баллов ставится, если отчет оформлен в соответствии с требованиями по оформлению, но при изложении материала обнаружены ошибки в использовании профессиональной терминологии, встречаются стилистические и грамматические ошибки; отчет представлен в установленные сроки; 10 баллов ставится, если обнаружен низкий уровень оформления документации по практике; низкий уровень владения методической терминологией; отчет представлен с нарушением установленных сроков; 5 баллов ставится, если документы по практике оформлены не в соответствии с требованиями, отчет представлен с нарушением установленных сроков	20
Публичная защита отчета	20 баллов ставится, если обучающийся представил основные результаты проделанной работы, выводы и рекомендации ; демонстрирует достаточно полные знания всех профессионально-прикладных и методических вопросов в объеме программы практики; 15 баллов ставится, если обучающийся представил основные результаты проделанной работы, выводы и рекомендации; четко и полно излагает материал, но не всегда последовательно. 10 баллов ставится, если обучающийся представил результаты проделанной работы непоследовательно, проявил низкий уровень владения профессиональным стилем речи в изложении материала;	20

	5 баллов ставится, если обучающийся не умеет доказательно представить материал, не способен самостоятельно продемонстрировать наличие знаний при решении заданий в соответствии с программой практики	
--	---	--

### Правило определения итоговой оценки

Количество накопленных баллов	Оценка по 5-бальной шкале	Оценка по шкале наименований
90-100	5 (отлично)	Зачтено
76-89	4 (хорошо)	
60-75	3 (удовлетворительно)	
Менее 60	2 (неудовлетворительно)	Не зачтено

#### 10 Учебно-методическое и информационное обеспечение практики

##### а) основная литература:

1. Шишова, Н. В. Теория и практика рекламы : учеб. пособие / Н. В. Шишова, А. С. Подопригора, Т. В. Акулич. – Москва : ИНФРА-М, 2015. – 298 с. : ил.

2. Китчен, Ф. Паблик рилейшнз. Принципы и практика [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ф. Китчен. – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 455 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru>.

3. Сайкин, Е. А. Организация и проведение кампаний в связях с общественностью [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е. А. Сайкин, З. Н. Сергеева. – Новосибирск : Новосибир. гос. техн. унт, 2014. – 84 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru>.

##### б) дополнительная литература:

1. Абрамов, Р. Н. Связи с общественностью : учеб. пособие для вузов / Р. Н. Абрамов, Э. В. Кондратьев. – Москва : КноРус, 2012. – 263 с.

2. Булатова, С. Н. Теория и практика связей с общественностью [Электронный ресурс] : учебное пособие / С. Н. Булатова. – Кемерово : Кемеров. гос. ун-т культуры и искусств, 2012. – 80 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/>.

3. Васильев, Г. А. Технологии производства рекламной продукции : учеб. пособие для вузов по направлению Торг. дело / Г. А. Васильев, В. А. Поляков, А. А. Романов. – Москва : Вуз. учеб. : ИНФРА-М, 2016. – 271 с.

4. Ворошилов, В. В. Современная пресс-служба : учеб. для вузов по спец. "Гос. и муницип. упр." / В. В. Ворошилов. – Москва : КноРус, 2016. – 222 с.

5. Ткаченко, О. Н. Дизайн и рекламные технологии : учеб. пособие / О. Н. Ткаченко ; под ред. Л. М. Дмитриевой. – Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2016. – 175 с. : ил.

6. Шарков, Ф. И. Паблик рилейшнз [Электронный ресурс] : учебник / Ф. И. Шарков. – 6-е изд. – Москва : Дашков и К, 2013. – 330 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/>.

7. Шпаковский, В. О. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством ВТЛ-коммуникаций : учеб. пособие / В. О. Шпаковский, Н. М. Чугунова. – 3-е изд. – Москва : Дашков и К, 2015. – 126 с.

##### в) Интернет-ресурсы:

<http://www.raso.ru> – официальный сайт Российской ассоциации по связям с общественностью

<http://www.wciom.ru> – Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ)

<http://www.press-service.ru> – Всероссийский специализированный журнал «Пресс-служба»

<http://www.garant.ru> – информационно-правовой портал «Гарант»

<http://biblio.chgpu.edu.ru> – научная электронная библиотека ЧГПУ им. И.Я. Яковлева

<http://www.iprbookshop.ru> – электронно-библиотечная система Ай Пи Эр Медиа  
<https://ibooks.ru> – электронно-библиотечная система Айбукс  
<http://elibrary.ru> – научная электронная библиотека

## **11 Информационные технологии, используемые на практике**

Все студенты имеют возможность открытого доступа к вузовской электронно-библиотечной системе на платформе MARK SQL <http://biblio.chgpu.edu.ru/>, а также к электронно-библиотечным системам: Ай Пи Эр Медиа, Айбукс. Электронно-библиотечные системы (электронные библиотеки) и электронная информационно-образовательная среда вуза обеспечивают возможность доступа обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», как на территории организации так и вне ее.

Лицензионное программное обеспечение практики: ОС Microsoft Windows 7, Microsoft Office 2007, Kaspersky Endpoint Security для Windows.

## **12 Материально-техническая база практики**

Во время практики обучающиеся должны быть обеспечены рабочими местами в соответствии с программой практики. Предприятие (организация) обязано предоставить возможность использования имеющейся литературы, технической и другой документации, а также создать необходимые условия для получения в период прохождения практики студентами знаний по вопросам в области рекламы и связей с общественностью. Во время проведения учебных и научно-производственных работ рабочие и бытовые помещения должны соответствовать действующим санитарным и противопожарным нормам, а также требованиям техники безопасности.

Учебные аудитории вуза для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации по практике оснащены аудиторной доской, учебной мебелью, проектором, экраном, ноутбуком, колонками.

Учебные аудитории для самостоятельных занятий оснащены компьютерной мебелью, компьютерами по числу обучающихся, объединенными локальной сетью («компьютерный» класс), с возможностью подключения к сети Интернет и доступом к электронной информационно-образовательной среде ЧГУУ им. И.Я. Яковлева.