



Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

Пермский национальный исследовательский политехнический университет

Гуманитарный факультет

Кафедра иностранных языков и связей с общественностью



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

д-р техн. наук, проф.

Н. В. Лобов

«06» 09 2017 г.

ПРОГРАММА ПРЕДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

(практика для выполнения выпускной квалификационной работы)

основной профессиональной образовательной программы
высшего образования - программы прикладного бакалавриата

**Направление подготовки высшего
образования**

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль

«Связи с общественностью»

Квалификация выпускника

Бакалавр

Выпускающая кафедра

Иностранные языки и связи с общественностью

Форма обучения:

очная

Курс: 4

Семестр: 8

Трудоёмкость:

Кредитов по рабочему учебному плану: 12 3Е

Часов по рабочему учебному плану: 432 ч.

Виды контроля: дифференцированный зачет

**Пермь
2017**

Программа преддипломной практики (ППр) разработана на основании:

- Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации 11 августа 2016 г. № приказа 997 по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»;
- Компетентностной модели выпускника ОПОП по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профилю «Связи с общественностью и реклама», утвержденной 24 июля 2013 г. (с изменениями в связи с переходом на ФГОС ВО);
- Базового учебного плана очной формы обучения по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профилю «Связи с общественностью и рекламой», утвержденного 08 сентября 2016 г.
- Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 1367 от «19» декабря 2013 г.;
- Порядка обеспечения условий доступности для инвалидов объектов и предоставляемых услуг в сфере образования, а также оказания им при этом необходимой помощи, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 09.11.2015 № 1309;
- Положения о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования, утвержденного приказом Министерства образования Российской Федерации от 27.11.2015 № 1383;
- Федерального закона "Об образовании в Российской Федерации" от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ;
- Положения о порядке проведения практики студентов ФГБОУ ВО «ПНИПУ» от 28.12.2016.

Разработчик старший преподаватель Е. Б. Боброва

Рецензент доктор филолог. н. С. С. Шляхова

Программа практики рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Иностранных языков и связей с общественностью 04 марта 2017 г., протокол № 10.
Заведующий кафедрой
Иностранных языков и связей с общественностью,
ведущей дисциплину
д-р филол.н., проф.

С.С.Шляхова

Программа практики одобрена учебно-методической комиссией гуманитарного факультета 14 марта 2017 г., протокол № 15.
Председатель учебно-методической комиссии
гуманитарного факультета
д-р социол.наук, проф.
СОГЛАСОВАНО
Заведующий выпускающей
кафедрой Иностранных языков и связей с
общественностью
д-р филол.н., проф.

В.Н.Стегний

С.С.Шляхова

Начальник управления образовательных
программ, канд. техн. наук, доц.

Д. С. Репецкий

1. Общие положения

1.1. Вид практики: преддипломная.

1.2. Тип практики: практика для выполнения выпускной квалификационной работы.

1.3. Форма проведения: дискретно по видам практики.

1.4. Объем и продолжительность практики: 12 ЗЕ; 8 недель; 432 ч.

1.5. Способы проведения практики: стационарная и/или выездная.

1.6. Место проведения практики: рабочие места для прохождения практики организуются в различных фондах, консалтинговых центрах, рекламных и коммуникационных агентствах, а также в пресс-службах и отделах по связям с общественностью промышленных предприятий, предприятий малого и среднего бизнеса, министерств и ведомств, местных администраций, в аппаратах политических партий, неправительственных объединений, общественных организаций, а также на кафедре «Иностранные языки и связи с общественностью» ПНИПУ.

Практика осуществляется в виде непрерывного цикла во время, свободное от теоретического обучения, согласно утвержденному учебному плану. ППР обучающихся по направлению подготовки бакалавриата 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Связи с общественностью и реклама» проводится в 4-м семестре в течение 8 недель.

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбор мест прохождения практик согласуется с требованиями их доступности для данных обучающихся.

1.7. Формы отчетности – письменный отчет по практике, отзыв руководителя практики от принимающей организации.

1.8. Цель практики – формирование заданных компетенций, обеспечивающих подготовку студентов в области рекламы и связей с общественностью и их использование для решения проблемы, заявленной в качестве темы выпускной квалификационной работы по направлению подготовки бакалавров 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью». В процессе практики должны быть созданы условия для формирования практических компетенций бакалавра по рекламе и связям с общественностью в следующих видах профессиональной деятельности: рекламно-информационная; коммуникационная; проектная.

1.9. Задачи практики:

- выполнение этапов работы, определенных индивидуальным заданием на преддипломную практику, календарным планом, формой представления отчетных материалов и обеспечивающих выполнение планируемых в компетентностном формате результатов;

- практическое участие в подготовке, планировании и организации рекламных кампаний и кампаний по связям с общественностью, проведение мероприятий по повышению имиджа организации, контроль и оценка эффективности связей с общественностью;

- овладение методами и методиками мониторинга информационного поля конкретной организации;

- подбор методик, планирование и организация проведения рыночных и социологических исследований, анализ и интерпретация их результатов;

- сбор и систематизация информации по профилю текущих проектов конкретной организации, определяемых спецификой её деятельности;

- участие в подготовке проектной и сопутствующей документации в рамках коммуникационных программ организации;

- совершенствование риторических способностей, навыков делового общения;

- создание и редактирование текстов в процессе коммуникационной деятельности с внешними и внутренними аудиториями организации;

- сбор материала, необходимого для написания выпускной квалификационной работы;
- подготовка научных работ, отчетов, обзоров, прогнозов, публикаций по результатам выполненных научно-практических исследований;
- оформление отчета, содержащего материалы этапов работы, раскрывающих уровень освоения заданного перечня компетенций;
- подготовка и проведение защиты полученных результатов.

1.10. Место практики в структуре образовательной программы. Преддипломная практика входит в *обязательный* раздел основной образовательной программы подготовки бакалавра «Практика и научно-исследовательская работа» (Блок 2). Преддипломная практика представляет собой вид специально-организованных на базах практик занятий, ориентированных на научную и профессиональную подготовку обучающихся. Преддипломная практика предполагает владение компетенциями, сформированными в процессе усвоения материала базовых образовательных модулей и дисциплин профессионального цикла:

Программа преддипломной практики согласована с рабочими программами дисциплин, указанных в табл.1.1, участвующих в формировании компетенций совместно с данной программой преддипломной практики.

Таблица 1.1 – Предшествующие и последующие дисциплины этапов прохождения практики

Предшествующие дисциплины	Последующие дисциплины
Теория и практика массовой информации	ГИА
Основы теории коммуникации	ВКР
Основы менеджмента	
Социология общественного мнения	
Русский язык и культура речи	
Социология массовых коммуникаций	
Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)	
Пресс-служба	
Основы теории и практики связей с общественностью	
Теория и практика рекламы	
Стилистика и литературное редактирование	
Учебная практика (практика по получению первичных профессиональных навыков)	
Учебная практика (практика по получению первичных профессиональных умений, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности)	
Производственная практика (практика по получению профессиональных умений)	
Производственная практика (практика по получению опыта профессиональной деятельности)	

2. Планируемые в компетентностном формате результаты обучения при прохождении преддипломной практики

2.1. Преддипломная практика расширяет и закрепляет части следующих компетенций (планируемых результатов освоения образовательной программы):

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

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

ПК-6 – способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренних и внешних коммуникаций,

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

ПК-8 – способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы.

2.2. Наименование частей компетенций и планируемых результатов обучения, формируемых во время прохождения преддипломной практики

Таблица 2.1 – Наименование частей компетенций и планируемых результатов обучения

Код	Формулировка части компетенции	Перечень планируемых результатов обучения при прохождении преддипломной практики	
ПК-4.Б2.В.05	Способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью	ПК-4.Б2.В.05. – з1	знать роль, принципы и функции рекламы и связей с общественностью, технологию проведения социологических и маркетинговых исследований
		ПК-4.Б2.В.05. – з2	знать основные принципы, функции и приёмы коммуникационного менеджмента и рекламы
		ПК-4.Б2.В.05. – з3	знать формы участия персонала в управлении
		ПК-4.Б2.В.05. – у1	уметь выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ
		ПК-4.Б2.В.05. – у2	уметь использовать методику и технику проведения кабинетных и внекабинетных исследований в сфере рекламы и связей с общественностью
		ПК-4.Б2.В.05. – в1	владеть традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности, навыками проведения ситуационного анализа, принципами ведения переговоров
ПК-5.Б2.В.05	Способность проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий	ПК-5.Б2.В.05. – з1	знать основы социологии и психологии массовых коммуникаций, правовые и этические основы рекламы и связей с общественностью, бизнес-этикет
		ПК-5.Б2.В.05. – з2	знать роль, принципы и функции рекламы и связей с общественностью
		ПК-5.Б2.В.05. – у1	уметь применять знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности
		ПК-5.Б2.В.05. – у2	уметь использовать методику и технику проведения кабинетных и внекабинетных исследований в сфере рекламы и связей с общественностью, организации опросов целевой аудитории с целью выявления коммуникационных преимуществ и недостатков фирмы и организации.
		ПК-5.Б2.В.05. – в1	владеть методами реализации проектов в сфере рекламы и связей с общественностью;
		ПК-5.Б2.В.05. – в2	– владеть навыками работы в компьютерной сети Интернет
ПК-6.Б2.В.05	Способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры	ПК-6.Б2.В.05. – з1	знать профессиональные требования, предъявляемые к специалисту по рекламе и связям с общественностью
		ПК-6.Б2.В.05. – з2	знать основные правовые нормы, регулирующие PR-деятельность
		ПК-6.Б2.В.05. –	уметь проектировать эффективную

	организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации	y1	коммуникационную инфраструктуру организации, обеспечивать внутреннюю и внешнюю коммуникацию, в том числе с государственными службами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации
		ПК-6.Б2.В.05. – y2	уметь создавать единый фирменный стиль: разрабатывать задания для дизайн-бюро, формулировать концепции, создавать слоганы, логотипы, корпоративные атрибуты
		ПК-6.Б2.В.05. – в1	владеть навыками использования основных правовых норм, регулирующих PR-деятельность, в своей работе
		ПК-6.Б2.В.05. – в2	владеть навыками проведения рыночного наблюдения, опросов, анкетирования, эксперимента с целью улучшения имиджа и конкурентной позиции фирмы, организации, товаров и услуг; сбор, обработка и анализ полученных данных
ПК-7.Б2.В.05	способность планировать и проводить коммуникационные кампании и мероприятия в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований	ПК-7.Б2.В.05. – з1	знать основы правового саморегулирования рекламно-коммуникационной деятельности
		ПК-7.Б2.В.05. – з2	знать особенности использования различного вида рекламы в различных сферах
		ПК-7.Б2.В.05. – з3	знать технологию проведения социологических и маркетинговых исследований, исследований в сфере рекламы и связей с общественностью
		ПК-7.Б2.В.05. – y1	уметь выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ
		ПК-7.Б2.В.05. – y2	уметь анализировать информацию в контексте профессиональной деятельности
		ПК-7.Б2.В.05. – в1	владеть навыками оперативного планирования и оперативного контроля за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью
		ПК-7.Б2.В.05. – в2	владеть элементарными навыками участия в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации
ПК-8.Б2.В.05	способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции в СМК в рамках традиционных и современных средств рекламы	ПК-8.Б2.В.05. – з1	знать традиционные и современные средства рекламы
		ПК-8.Б2.В.05. – з2	знать особенности подготовки к выпуску и производства и распространения рекламной продукции в СМК
		ПК-8.Б2.В.05. – y1	уметь создавать и распространять рекламную продукцию в СМК в рамках традиционных и современных средств рекламы
		ПК-8.Б2.В.05. – в1	владеть навыками организации подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции в СМК в рамках традиционных и современных средств рекламы

3. Структура и содержание преддипломной практики по видам работ

Основной целью преддипломной практики является сбор и систематизация материалов, необходимых для выполнения ВКР по направлению подготовки бакалавра 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью». Преддипломная практика ориентирована на выполнение самостоятельной работы, которая структурируется по видам работ, относящихся к этапам практики.

3.1. Структура преддипломной практики

Таблица 3.1 – Общая структура и содержание преддипломной практики по основным этапам и трудоемкости

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Всего, час.	Основные виды учебной работы на преддипломной практике, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля и промежуточной аттестации
			Ознакомительные лекции, собрание	Инструктаж по технике безопасности	Сбор фактического и литературного материала	Обработка, систематизация фактического и литературного материала	
1	1 этап (начальный)	4	2	2			Проверка конспектов, собеседование
2	2 этап (основной) (сбор, обработка и анализ полученной информации)	404			374	30	Проверка материалов, собеседование
3	3 этап (итоговый) (подготовка отчета по практике)	24				20	Зачет по практике (проверка отчета, защита отчета) – 4 час.
	Всего:	12 ЗЕ / 432 акад.час.	2	2	374	50	4

Примечание: к видам учебной работы на практике могут быть отнесены: ознакомительные лекции, инструктаж по технике безопасности, мероприятия по сбору, обработке и систематизации фактического и литературного материала, наблюдения, измерения и др., выполняемые как под руководством преподавателя, так и самостоятельно.

3.2. Содержание преддипломной практики

Процесс организации практики состоит из 3 этапов:

- подготовительный;
- основной;
- заключительный.

Подготовительный этап включает следующие мероприятия:

1. Проведение общих собраний студентов, направляемых на производственную практику. Собрания проводятся для ознакомления студентов:
 - с целями и задачами производственной практики;
 - этапами ее проведения;
 - информацией о предприятиях – базах практик и количестве предоставляемых мест на них;
 - требованиями, которые предъявляются к местам практики и студентам;
 - используемой документацией.

2. Определение и закрепление за студентами баз практики.

На этом этапе студентам представляется перечень предприятий – баз практики с указанием количества мест на данном предприятии. Студентам предоставляется возможность предварительно определиться с местом прохождения практики. Студентам предоставляется также возможность самостоятельно найти организацию, в которой они будут проходить практику.

Распределение студентов по конкретным базам практики производится с учетом имеющихся возможностей и требований конкретных баз практики к уровню подготовки студентов, а также с учетом перспективы прохождения студентом на данном предприятии последующих этапов практики. При этом следует иметь в виду, что в соответствии с п. 9 ст. 11 Федерального закона «О высшем и послевузовском

профессиональном образовании» «учебная и производственная практика, предусмотренная федеральными государственными образовательными стандартами высшего профессионального образования, осуществляется на основе договоров между высшими учебными заведениями и предприятиями, учреждениями и организациями, в соответствии с которыми указанные предприятия, учреждения и организации независимо от их организационно-правовых форм обязаны предоставлять места для прохождения практики студентов высших учебных заведений, имеющих государственную аккредитацию».

3. С учетом распределения студентов по базам практики производится закрепление руководителей практики от кафедры.

Приказ о проведении производственной практики с распределением студентов по базам практики и закреплением руководителей от кафедры утверждается не позднее 10 дней до ее начала. На его основании студентам выдаются индивидуальные направления на практику (путевки), а также сопроводительные письма в адрес руководителя (зам. руководителя) предприятия, при необходимости.

Студенты перед началом практики получают путевки, подготавливают формы: дневников практики; индивидуальных заданий на практику в виде календарного плана; титульного листа отчета по практике. Студенты проходят на кафедре инструктаж о порядке прохождения практики и по технике безопасности в пути следования к месту практики.

Основной этап.

Оперативное руководство практикой осуществляют руководители от кафедры и базы практики.

В этот период студенты выполняют свои обязанности, определенные программой практики и требованиями предприятия.

По прибытии на предприятие перед началом работы студенты проходят вводный инструктаж по правилам внутреннего распорядка, режиму и промышленной безопасности на предприятии, обязательство выполнения которых студенты подтверждают росписью в соответствующем журнале, получают пропуска на территорию предприятия.

С первых же дней студенты должны быть включены в общий ритм работы предприятия. Работа практикантов контролируется руководителями практики от предприятия, учреждения или организации (далее – руководитель практики от принимающей организации) и руководителями университета в соответствии с установленной системой на данном предприятии (например, ведение табеля выхода на работу).

Основной формой проведения практики является самостоятельное выполнение студентами производственных функций на конкретных рабочих местах, отвечающих требованиям программы производственной практики. Предусматривается проведение отдельных теоретических занятий, производственных экскурсий, самостоятельное изучение студентами предоставленной им нормативной и технической литературы. Основными методами изучения производства является личное наблюдение, экспертные оценки по опросам специалистов, ознакомление с нормативно-технической документацией, выполнение индивидуального задания, работа дублером и т.д. Студент имеет право в установленном на предприятии порядке пользоваться литературой, технической документацией и другими материалами по программе практики, имеющимися на предприятии.

Заключительный этап завершает практику и проводится в срок не позднее начала по графику учебного процесса нового семестра.

По окончании практики, перед зачетом студенты представляют на кафедру оформленные:

- письменный отчет по практике;
- дневник практики;

- отзыв руководителя производственной практики от принимающей организации;
- путевку-направление на практику с отметкой на предприятии дат прибытия и убытия.

Отчет и отзыв рассматриваются руководителем практики от кафедры. Отчет предварительно оценивается и допускается к защите после проверки его соответствия требованиям программы практики.

Выполнение преддипломной практики проводится по этапам индивидуального задания по выполнению ВКР. Работа, реализуемая в рамках этапов преддипломной практики, структурируется по видам и трудоемкости. Общая трудоемкость преддипломной практики составляет 12 зачетных единиц, 432 академических часа, полностью посвященных самостоятельной работе.

Содержание практики по видам работ и результатам обучения при прохождении учебной практики представлено в таблице 3.2.

Таблица 3.2 – Содержание практики по видам работ и результатам обучения при прохождении практики

№ п/п	Перечень результатов обучения (компонентов частей компетенций)		Наименование этапа и видов работ, обеспечивающих формирование компетенций	Формы текущего контроля и промеж уточной аттестаци и
	код	формулировка		
1	2	3	4	5
	ПК-4.Б2.В.05. – з1	знать роль, принципы и функции рекламы и связей с общественностью, технологию проведения социологических и маркетинговых исследований	1 этап (начальный). ознакомление с заданием на ВКР; ознакомление с предприятием, его организационной структурой; собеседование с руководителем ВКР и практики.	Проверка конспектов. Собеседование по материалам этапа практики Проверка теоретической части ВКР.
	ПК-4.Б2.В.05. – з2	знать основные принципы, функции и приёмы коммуникационного менеджмента и рекламы		
	ПК-4.Б2.В.05. – з3	знать формы участия персонала в управлении		
	ПК-4.Б2.В.05. – у1	уметь выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ		
	ПК-4.Б2.В.05. – у2	уметь использовать методику и технику проведения кабинетных и внекабинетных исследований в сфере рекламы и связей с общественностью		
	ПК-4.Б2.В.05. – в1	владеть традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности, навыками проведения ситуационного анализа, принципами ведения переговоров		
	ПК-5.Б2.В.05. – з1	знать основы социологии и психологии массовых коммуникаций, правовые и этические основы рекламы и связей с общественностью, бизнес-этикет	2 этап (общий) изучение нормативно-правовой основы, регулирующей объект и предмет исследования выпускной	Отчет по результатам практики. Собеседование по
	ПК-5.Б2.В.05. – з2	знать роль, принципы и функции рекламы и связей с общественностью		
	ПК-5.Б2.В.05.	уметь применять знания в области		

	–y1	рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности	квалификационной работы и связанной с рекламой и СО. изучение научной, учебной и справочной литературы, статей периодических изданий по теме исследования; анализ документации, теоретического и фактологического материала. Проведение исследования. Написание теоретической части выпускной квалификационной работы.	материал ам этапа практики Проверка теоретической части ВКР
	ПК-5.Б2.В.05. –y2	уметь использовать методику и технику проведения кабинетных и внекабинетных исследований в сфере рекламы и связей с общественностью, организации опросов целевой аудитории с целью выявления коммуникационных преимуществ и недостатков фирмы и организации.		
	ПК-5.Б2.В.04. –v1	владеть методами реализации проектов в сфере рекламы и связей с общественностью;		
	ПК-5.Б2.В.04. –v2	владеть навыками работы в компьютерной сети Интернет		
	ПК-6.Б2.В.05. – з1	знать профессиональные требования, предъявляемые к специалисту по рекламе и связям с общественностью	3 этап (итоговый) обработка и систематизация фактического материала; написание теоретической части выпускной квалификационной работы; создание предварительной коммуникационной программы, подготовка отчета.	Защита отчета по практике, дифференцированный зачет – 4 часа
	ПК-6.Б2.В.05. – з2	знать основные правовые нормы, регулирующие PR-деятельность		
	ПК-6.Б2.В.05. – y1	уметь проектировать эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, обеспечивать внутреннюю и внешнюю коммуникацию, в том числе с государственными службами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации		
	ПК-6.Б2.В.05. – y2	уметь создавать единый фирменный стиль: разрабатывать задания для дизайн-бюро, формулировать концепции, создавать слоганы, логотипы, корпоративные атрибуты		
	ПК-6.Б2.В.05. – v1	владеть навыками использования основных правовых норм, регулирующих PR-деятельность, в своей работе		
	ПК-6.Б2.В.05. – v2	владеть навыками проведения рыночного наблюдения, опросов, анкетирования, эксперимента с целью улучшения имиджа и конкурентной позиции фирмы, организации, товаров и услуг; сбор, обработка и анализ полученных данных		
	ПК-7.Б2.В.04. – з1	знать основы правового саморегулирования рекламно-коммуникационной деятельности		
	ПК-7.Б2.В.05. – з2	знать особенности использования различного вида рекламы в различных сферах		
	ПК-7.Б2.В.05. – з3	знать технологию проведения социологических и маркетинговых исследований, исследований в сфере		

		рекламы и связей с общественностью		
	ПК-7.Б2.В.05. – у1	уметь выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ		
	ПК-7.Б2.В.05. – у2	уметь анализировать информацию в контексте профессиональной деятельности		
	ПК-7.Б2.В.05. – в1	владеть навыками оперативного планирования и оперативного контроля за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью		
	ПК-7.Б2.В.05. – в2	владеть элементарными навыками участия в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации		
	ПК-8.Б2.В.05. – з1	знать традиционные и современные средства рекламы		
	ПК-8.Б2.В.05. – з2	знать особенности подготовки к выпуску и производства и распространения рекламной продукции в СМК		
	ПК-8.Б2.В.05. – у1	уметь организовывать создание и распространение рекламную продукцию в СМК в рамках традиционных и современных средств рекламы		
	ПК-8.Б2.В.05. – в1	владеть навыками организации подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции в СМК в рамках традиционных и современных средств рекламы		

Тематика индивидуальных заданий по преддипломной практике должна соответствовать следующим требованиям:

1. Соответствовать содержанию тематики выпускных квалификационных работ.
2. Иметь практическую целесообразность и инновационную направленность.
3. Использовать современные информационные технологии.

Тематика индивидуальных заданий по преддипломной практике разрабатывается руководителем бакалавра непосредственно с обучающимися и утверждается заведующим выпускающей кафедрой.

4. Организационно-методические рекомендации по проведению преддипломной практики

4.1. Этапы организации практики

Процесс организации практики состоит из 3 этапов:

- подготовительный;
- основной;
- заключительный.

Подготовительный этап, как правило, включает следующие мероприятия:

1. Проведение общих собраний студентов, направляемых на преддипломную практику.

Собрания проводятся для ознакомления студентов:

- с целями и задачами преддипломной практики;
- с этапами проведения практики;
- информацией о месте проведения практик;
- требованиями, которые предъявляются к местам практики и студентам;
- используемой нормативной документацией.

2. Определение и закрепление за студентами мест практики.

На этом этапе студентам разъясняется о месте и форме проведения практик. Студентам предоставляется возможность предварительно определиться с местом прохождения практики. Студентам предоставляется также возможность самостоятельно найти организацию, в которой они будут проходить практику.

Распределение студентов по конкретным базам практики производится с учетом имеющихся возможностей и требований конкретных баз практики к уровню подготовки студентов, а также с учетом перспективы прохождения студентом на данном предприятии последующих этапов практики. При этом следует иметь в виду, что организация проведения практики, предусмотренной образовательной программой, осуществляется университетом на основе договоров с организациями, осуществляющими деятельность по образовательной программе соответствующего профиля.

3. С учетом распределения студентов по базам практики производится закрепление руководителей практики от кафедры.

Приказ о проведении преддипломной практики с распределением студентов по базам практики и закреплением руководителей от кафедры утверждается не позднее 10 дней до ее начала. На его основании студентам выдаются индивидуальные направления на практику (путевки), а также сопроводительные письма в адрес руководителя (зам. руководителя) предприятия, при необходимости.

Студенты перед началом практики получают путевки, подготавливают формы документов: дневников практики; индивидуальных заданий на практику в виде календарного плана; титульного листа отчета по практике (см. Приложения). Студенты проходят на кафедре инструктаж о порядке прохождения практики и по технике безопасности.

Студенты при необходимости должны подготовить:

- ксерокопии своих ИНН, свидетельств пенсионного страхования;
- получить при необходимости медицинскую справку по форме, требуемой предприятием-базой практики, в поликлинике, к которой прикреплены;
- подготовить фотографии (формат по требованию предприятия-базы практики) и паспортные данные (ксерокопии разворотов с фотографией и регистрацией места жительства) для оформления пропусков на предприятия, при необходимости.

Основной этап

Оперативное руководство практикой осуществляют руководители от кафедры.

В этот период студенты выполняют свои обязанности, определенные программой практики.

По прибытии на предприятие перед началом работы студенты проходят вводный инструктаж по правилам внутреннего распорядка, режиму и промышленной безопасности на предприятии, обязательство выполнения которых студенты подтверждают росписью в соответствующем журнале, получают пропуска на территорию предприятия.

С первых же дней студенты должны быть включены в общий ритм работы предприятия. Работа практикантов контролируется руководителями практики от предприятия, учреждения или организации (далее – руководитель практики от принимающей организации) и руководителями университета в соответствии с

установленной системой на данном предприятии (например, ведение табеля выхода на работу).

Основной формой проведения практики является самостоятельное выполнение студентами производственных функций на конкретных рабочих местах, отвечающих требованиям программы преддипломной практики. Предусматривается проведение отдельных теоретических занятий, производственных экскурсий, самостоятельное изучение студентами предоставленной им нормативной литературы. Основными методами изучения производства является личное наблюдение, экспертные оценки по опросам специалистов, ознакомление с нормативно-технической документацией, выполнение индивидуального задания, работа дублером и т.д. Студент имеет право в установленном на предприятии порядке пользоваться литературой, технической документацией и другими материалами по программе практики, имеющимися на предприятии.

Студенты должны стремиться приобщаться к творческой работе, ведущимся на предприятии исследованиям, участвовать в общественной жизни предприятия.

Заключительный этап завершает практику и проводится в срок не позднее начала по графику учебного процесса нового семестра.

По окончании практики, перед зачетом студенты представляют на кафедру оформленные:

- письменный отчет по практике;
- индивидуальное задание с календарным планом и отметками о его выполнении;
- отзыв руководителя преддипломной практики;
- путевку-направление на практику с отметкой на предприятии дат прибытия и убытия (для выездной практики).

Отчет и отзыв рассматриваются руководителем практики от кафедры. Отчет предварительно оценивается и допускается к защите после проверки его соответствия требованиям программы практики.

4.2. Руководители практики

Руководители практики от кафедры

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

Руководитель практики от ПНИПУ: составляет рабочий график (план) проведения практики; разрабатывает индивидуальные задания для обучающихся, выполняемые в период практики; участвует в распределении обучающихся по рабочим местам и видам работ в организации; осуществляет контроль за соблюдением сроков проведения практики и соответствием ее содержания требованиям, установленным ОПОП ВО; оказывает методическую помощь обучающимся при выполнении ими индивидуальных заданий, а также при сборе материалов к выпускной квалификационной работе в ходе преддипломной практики; оценивает результаты прохождения практики обучающимися.

Руководитель практики от профильной организации: согласовывает индивидуальные задания, содержание и планируемые результаты практики; предоставляет рабочие места обучающимся; обеспечивает безопасные условия прохождения практики обучающимся, отвечающие санитарным правилам и требованиям охраны труда; проводит инструктаж обучающихся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка. При проведении практики в профильной организации руководителем практики от ПНИПУ и руководителем практики от профильной организации составляется совместный рабочий график (план) проведения практики.

При наличии в организации вакантной должности, работа на которой соответствует требованиям к содержанию практики, с обучающимся может быть заключен срочный трудовой договор о замещении такой должности.

4.3. Обязанности студента в период прохождения практики

Обучающиеся в период прохождения практики:

- выполняют индивидуальные задания, предусмотренные программами практики;
- соблюдают правила внутреннего трудового распорядка;
- соблюдают требования охраны труда и пожарной безопасности.

Студент при прохождении практики обязан:

- добросовестно выполнять задания, предусмотренные программой практики;
- соблюдать правила внутреннего трудового распорядка и режима, действующие на предприятии (учреждении, организации);
- изучить и строго соблюдать правила охраны труда, техники безопасности, производственной санитарии и промышленной безопасности;
- участвовать в научной и организационной работе;
- нести ответственность за выполняемую работу и ее результаты наравне со штатными работниками;
- своевременно представить руководителю практики от кафедры дневник, письменный отчет о выполнении всех заданий и сдать зачет по практике.

5. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по преддипломной практике

5.1. Перечень оцениваемых частей компетенций при прохождении практики, с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Перечень компетенций в формировании которых участвует практика (дисциплинарные части) указан в табл. 2.1., причем практика является преобладающим показателем при оценивании уровня сформированности всей компетенции.

Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы представлены в табл. 1.1.

Этапы формирования общих дисциплинарных частей компетенций в процессе прохождения практики представлены в табл. 3.2.

5.2. Критерии оценки уровней освоения компетенций по результатам прохождения преддипломной практики

Уровень освоения частей компетенций подтверждается оценкой по дисциплине, определяемой исходя из количества суммарно набранных баллов по каждому результату обучения по дисциплине, в соответствии с показателями, критериями и шкалой оценивания, представленными в таблице 5.1.

Таблица 5.1 - Показатели, критерии, средства оценивания достижения запланированных результатов обучения и шкала оценки результатов формирования частей компетенций, приобретаемых в ходе преддипломной практики

Этапы формирования компетенции	Результаты обучения	Показатели и критерии оценивания сформированности частей компетенций		Средства оценивания	Шкала оценивания уровней освоения частей компетенций по каждому результату обучения		
		показатели	критерии		продвинутый (максимальный)	уверенный (средний)	достаточный (минимальный)

Этапы формирования компетенции	Результаты обучения	Показатели и критерии оценивания сформированности частей компетенций		Средства оценивания	Шкала оценивания уровней освоения частей компетенций по каждому результату обучения		
		показатели	критерии		продвинутый (максимальный)	уверенный (средний)	достаточный (минимальный)
1. Начальный	ПК-4.Б2.В.05. – з1 знать роль, принципы и функции рекламы и связей с общественностью, технологию проведения социологических и маркетинговых исследований	Знание принципов и функций рекламы и связей с общественностью, технологии проведения социологических и маркетинговых исследований	Точность воспроизведения сути принципов и функций рекламы и связей с общественностью, технологии проведения социологических и маркетинговых исследований	Проверка конспектов. Собеседование по материалам этапа практики Проверка теоретической части ВКР.	Точное, уверенное воспроизведение содержания принципов и функций рекламы и связей с общественностью, технологии проведения социологических и маркетинговых исследований	Достаточно точное воспроизведение содержания принципов и функций рекламы и связей с общественностью, технологии проведения социологических и маркетинговых исследований	Допущены отдельные ошибки, и неточности в ответе, затруднено воспроизведение принципов и функций рекламы и связей с общественностью, технологии проведения социологических и маркетинговых исследований
	ПК-4.Б2.В.05. – з2 знать основные принципы, функции и приёмы коммуникационного менеджмента и рекламы	Знание основных профессиональных кодексов и стандартов	Точность воспроизведения сути основных профессиональных кодексов и стандартов	Проверка конспектов. Собеседование по материалам этапа практики Проверка теоретической части ВКР.	Точное, уверенное воспроизведение содержания разделов основных профессиональных кодексов и стандартов	Достаточно точное воспроизведение содержания основных профессиональных кодексов и стандартов	Допущены отдельные ошибки, и неточности в ответе, затруднено воспроизведение содержания основных профессиональных кодексов и стандартов
	ПК-4.Б2.В.05. – з3 знать формы участия персонала в управлении	Понимание сути управления персоналом организации	Точность воспроизведения принципов управления персоналом организации	Устный ответ Теор. часть ВКР	Выявляет взаимосвязь отдельных компонентов коммуникации	Воспроизводит некоторые принципы управления персоналом организации	Знает основные принципы управления персоналом организации
	ПК-4.Б2.В.05. – у1 уметь выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ	Знание принципов формирования коммуникационной программы для внутренних коммуникаций	Соответствие коммуникационной программы решаемой проблеме	Примерная коммуникационная программа Отчет	Коммуникационная программа полностью соответствует решаемой проблеме; применяются разнообразные методы, в т.ч. смежных наук	Коммуникационная программа в достаточной мере соответствует решаемой проблеме; применяются отдельные разнообразные методы, в т.ч. смежных наук	Коммуникационная программа в основном соответствует решаемой проблеме; применяются стандартные методы
	ПК-4.Б2.В.05. – у2 уметь использовать методику и технику проведения кабинетных и внекабинетных исследований в сфере рекламы и связей с общественностью	Знание основных методов в сфере рекламы и СО	Точность воспроизведения основных методов в сфере рекламы и СО	Устный ответ Теор. часть ВКР Исследование	Точное, уверенное воспроизведение основных методов в сфере рекламы и СО	Достаточно точное воспроизведение содержания основных методов в сфере рекламы и СО	Допущены отдельные ошибки, и неточности в ответе, затруднено воспроизведение основных методов в сфере рекламы и СО

Этапы формирования компетенции	Результаты обучения	Показатели и критерии оценивания сформированности частей компетенций		Средства оценивания	Шкала оценивания уровней освоения частей компетенций по каждому результату обучения		
		показатели	критерии		продвинутый (максимальный)	уверенный (средний)	достаточный (минимальный)
	ПК-4.Б2.В.05. – в1 владеть традиционными и современными и технологиями профессиональной деятельности, навыками проведения ситуационного анализа, принципами ведения переговоров	Владение навыками формирования коммуникативной программы для внутренних коммуникаций	Соответствие коммуникативной программы решаемой проблеме	Примерная коммуникативная программа Отчет	Коммуникативная программа полностью соответствует решаемой проблеме; применяются разнообразные методы, в т.ч. смежных наук	Коммуникативная программа в достаточной мере соответствует решаемой проблеме; применяются разнообразные методы, в т.ч. смежных наук	Коммуникативная программа в основном соответствует решаемой проблеме; применяются стандартные методы
2 этап Основной (Обзор литературы по теме исследования. Поиск научной информации. Проведение исследования)	ПК-5.Б2.В.05. –з1 знать основы социологии и психологии массовых коммуникаций, правовые и этические основы рекламы и связей с общественностью, бизнес-этикет	Знание и понимание основ социологии и психологии массовых коммуникаций, правовых и этических основ рекламы и связей с общественностью	Точность воспроизведения основ социологии и психологии массовых коммуникаций, правовых и этических основ рекламы и связей с общественностью	Устный ответ Отчет	Точное, уверенное воспроизведение и реализация в речи и презентации основ социологии и психологии массовых коммуникаций, правовых и этических основ рекламы и связей с общественностью	Достаточно точное воспроизведение и реализация в речи и презентации основ социологии и психологии массовых коммуникаций, правовых и этических основ рекламы и связей с общественностью	Допущены отдельные ошибки, и неточности в ответе, затруднено воспроизведение и реализация в речи и презентации основ социологии и психологии массовых коммуникаций, правовых и этических основ рекламы и СО
	ПК-5.Б2.В.05. –з2 знать роль, принципы и функции рекламы и связей с общественностью	Знание и понимание роли, принципов и функций рекламы и связей с общественностью	Точность воспроизведения роли, принципов и функций рекламы и связей с общественностью	Устный ответ Отчет	Точное, уверенное воспроизведение роли, принципов и функций рекламы и связей с общественностью	Достаточно точное воспроизведение роли, принципов и функций рекламы и связей с общественностью	Допущены отдельные ошибки, и неточности в ответе, затруднено воспроизведение роли, принципов и функций рекламы и связей с общественностью
	ПК-5.Б2.В.05. –у1 уметь применять знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности	Умение соотнести виды работ на практике с принципами и функциями специалиста по рекламе и связям с общественностью	Понимание сущности рекламы и связей с общественностью	Устный ответ Отчет	Умеет самостоятельно использовать в своей деятельности принципы и функции специалиста по рекламе и связям с общественностью	Умеет под руководством использовать в своей деятельности принципы и функции специалиста по рекламе и связям с общественностью	Умеет в некоторой степени использовать в своей деятельности принципы и функции специалиста по рекламе и связям с общественностью
	ПК-5.Б2.В.05. –у2 уметь использовать методику и технику проведения кабинетных и внекабинетных	Знание основных методов и умение применить в конкретном исследовании основных методов в сфере рекламы и СО	Точность воспроизведения и применение в конкретном исследовании основных методов в сфере рекламы и	Устный ответ Исследование	Точное, уверенное воспроизведение и применение в конкретном исследовании основных методов в сфере рекламы и СО	Достаточно точное воспроизведение содержания и применение в конкретном исследовании основных методов в сфере рекламы и СО	Допущены отдельные ошибки, и неточности в ответе, затруднено воспроизведение и применение в конкретном исследовании

Этапы формирования компетенции	Результаты обучения	Показатели и критерии оценивания сформированности частей компетенций		Средства оценивания	Шкала оценивания уровней освоения частей компетенций по каждому результату обучения		
		показатели	критерии		продвинутый (максимальный)	уверенный (средний)	достаточный (минимальный)
	исследований в сфере рекламы и связей с общественностью, организации опросов целевой аудитории с целью выявления коммуникационных преимуществ и недостатков фирмы и организации.		СО				основных методов в сфере рекламы и СО
	ПК-5.Б2.В.05. –в1 владеть методами реализации проектов в сфере рекламы и связей с общественностью	Владение опытом организации и проведения проектов в сфере рекламы и связей с общественностью	Проведение и организация проектов в сфере рекламы и связей с общественностью	Отчет	Успешное проведение и организация проектов в сфере рекламы и связей с общественностью	Грамотное проведение и организация проектов в сфере рекламы и связей с общественностью	В основном грамотное проведение и организация проектов в сфере рекламы и связей с общественностью
	ПК-5.Б2.В.05. –в2 владеть навыками работы в компьютерной сети Интернет	Правильно найденный источник научной или статистической информации и в компьютерной сети Интернет	Объективность и достоверность полученных данных	Отчет	Владеет на продвинутом уровне навыками работы в компьютерной сети Интернет	Владеет уверенно навыками работы в компьютерной сети Интернет	Показывает поверхностное владение навыками работы в компьютерной сети Интернет
3 этап итоговый (подведение итогов практики, оформление отчетов)	ПК-6.Б2.В.05. –з1 знать профессиональные требования, предъявляемые к специалисту по рекламе и связям с общественностью	Знание основных профессиональных кодексов и стандартов	Точность воспроизведения сути основных профессиональных кодексов и стандартов	Устный ответ Теор. часть ВКР	Точное, уверенное воспроизведение содержания разделов основных профессиональных кодексов и стандартов	Достаточно точное воспроизведение содержания основных профессиональных кодексов и стандартов	Допущены отдельные ошибки, и неточности в ответе, затруднено воспроизведение содержания основных профессиональных кодексов и стандартов
	ПК-6.Б2.В.05. –з2 знать основные правовые нормы, регулирующие PR-деятельность	Знание законов о СМИ и рекламе	Точность воспроизведения сути законов о СМИ и рекламе	Устный ответ Теор. часть ВКР	Точное, уверенное воспроизведение содержания разделов законов о СМИ и рекламе	Достаточно точное воспроизведение содержания законов о СМИ и рекламе	Допущены отдельные ошибки, и неточности в ответе, затруднено воспроизведение содержания законов о СМИ и рекламе
	ПК-6.Б2.В.05. –у1 уметь проектировать эффективную коммуникационную инфраструктуру организации,	Владение навыками формирования коммуникационной программы	Соответствие коммуникационной программы решаемой проблеме	Примерная коммуникационная программа Отчет	Коммуникационная программа полностью соответствует решаемой проблеме; применяются разнообразные методы, в т.ч.	Коммуникационная программа в достаточной мере соответствует решаемой проблеме; применяются отдельные	Коммуникационная программа в основном соответствует решаемой проблеме; применяются стандартные методы

Этапы формирования компетенции	Результаты обучения	Показатели и критерии оценивания сформированности частей компетенций		Средства оценивания	Шкала оценивания уровней освоения частей компетенций по каждому результату обучения		
		показатели	критерии		продвинутый (максимальный)	уверенный (средний)	достаточный (минимальный)
	обеспечивать внутреннюю и внешнюю коммуникацию, в том числе с государственными службами, общественными и организациями, коммерческим и структурами, средствами массовой информации				смежных наук	разнообразные методы, в т.ч. смежных наук	
	ПК-6.Б2.В.05. –у2 уметь создавать единый фирменный стиль: разрабатывать задания для дизайн-бюро, формулировать концепции, создавать слоганы, логотипы, корпоративные атрибуты	Знание принципов создания единого фирменного стиля; умение разрабатывать задания для дизайн-бюро, формулировать концепции, создавать слоганы, логотипы, корпоративные атрибуты	Соблюдение принципов создания единого фирменного стиля; способность разрабатывать задания для дизайн-бюро, формулировать концепции, создавать слоганы, логотипы, корпоративные атрибуты согласно поставленной задаче	Отчет, теоретич. часть ВКР	Умеет самостоятельно создавать единый фирменный стиль: разрабатывать задания для дизайн-бюро, формулировать концепции, создавать слоганы, логотипы, корпоративные атрибуты	Умеет применять основные методы создания единого фирменного стиля: разрабатывать задания для дизайн-бюро, формулировать концепции, создавать слоганы, логотипы, корпоративные атрибуты	Умеет применять некоторые методы создания единого фирменного стиля: разрабатывать задания для дизайн-бюро, формулировать концепции, создавать слоганы, логотипы, корпоративные атрибуты
	ПК-6.Б2.В.05. –в1 владеть навыками использования основных правовых норм, регулирующих PR-деятельность, в своей работе	Знание законов о СМИ и рекламе и корректное применение их в разработанной коммуникационной программе	Точность воспроизведения сути законов о СМИ и рекламе и корректное применение их в разработанной коммуникационной программе	Устный ответ Теор. часть ВКР	Точное, уверенное воспроизведение содержания разделов законов о СМИ и рекламе и корректное применение их в разработанной коммуникационной программе	Достаточно точное воспроизведение содержания законов о СМИ и рекламе и корректное применение их в разработанной коммуникационной программе	Допущены отдельные ошибки, и неточности в ответе, затруднено воспроизведение содержания законов о СМИ и рекламе и корректного применения их в разработанной коммуникационной программе
	ПК-6.Б2.В.05. –в2 владеть навыками проведения рыночного наблюдения, опросов, анкетирования, эксперимента с целью улучшения имиджа и конкурентной позиции фирмы, организации, товаров и услуг; сбор,	Знание основных методов и умение применить в конкретном исследовании в сфере рекламы и СО	Точность воспроизведения и применение в конкретном исследовании основных методов в сфере рекламы и СО	Устный ответ Исследование	Точное, уверенное воспроизведение и применение в конкретном исследовании основных методов в сфере рекламы и СО	Достаточно точное воспроизведение содержания и применение в конкретном исследовании основных методов в сфере рекламы и СО	Допущены отдельные ошибки, и неточности в ответе, затруднено воспроизведение и применение в конкретном исследовании основных методов в сфере рекламы и СО

Этапы формирования компетенции	Результаты обучения	Показатели и критерии оценивания сформированности частей компетенций		Средства оценивания	Шкала оценивания уровней освоения частей компетенций по каждому результату обучения		
		показатели	критерии		продвинутый (максимальный)	уверенный (средний)	достаточный (минимальный)
	обработка и анализ полученных данных						
	ПК-7.Б2.В.05. –з1 знать основы правового саморегулирования рекламно-коммуникационной деятельности	Знание законов о СМИ и рекламе	Точность воспроизведения сути законов о СМИ и рекламе	Устный ответ Теор. часть ВКР	Точное, уверенное воспроизведение содержания разделов законов о СМИ и рекламе	Достаточно точное воспроизведение содержания законов о СМИ и рекламе	Допущены отдельные ошибки, и неточности в ответе, затруднено воспроизведение содержания законов о СМИ и рекламе
	ПК-7.Б2.В.05. –з2 знать особенности использования различного вида рекламы в различных сферах	Знание особенностей использования различного вида рекламы в различных сферах	Точность воспроизведения и применения в конкретном исследовании различных видов рекламы согласно поставленной задаче	Устный ответ Теор. и практ. часть ВКР	Точное, уверенное воспроизведение и применение в конкретном исследовании различных видов рекламы согласно поставленной задаче	Достаточно точное воспроизведение содержания и применение в конкретном исследовании различных видов рекламы согласно поставленной задаче	Допущены отдельные ошибки, и неточности в ответе, затруднено воспроизведение и применение в конкретном исследовании различных видов рекламы согласно поставленной задаче
	ПК-7.Б2.В.04. –з3 знать технологию проведения социологических и маркетинговых исследований, исследований в сфере рекламы и связей с общественностью	Знание основных методов и умение применить в конкретном исследовании в сфере рекламы и СО	Точность воспроизведения и применение в конкретном исследовании основных методов в сфере рекламы и СО	Устный ответ Исследование	Точное, уверенное воспроизведение и применение в конкретном исследовании основных методов в сфере рекламы и СО	Достаточно точное воспроизведение содержания и применение в конкретном исследовании основных методов в сфере рекламы и СО	Допущены отдельные ошибки, и неточности в ответе, затруднено воспроизведение и применение в конкретном исследовании основных методов в сфере рекламы и СО
	ПК-7.Б2.В.05. –у1 уметь выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ	Умение сформировать коммуникационную программу на основе самостоятельно проведенных исследований	Соответствие коммуникационной программы решаемой проблеме	Примерная коммуникационная программа Отчет	Коммуникационная программа полностью соответствует решаемой проблеме; применяются разнообразные методы, в т.ч. смежных наук	Коммуникационная программа в достаточной мере соответствует решаемой проблеме; применяются отдельные разнообразные методы, в т.ч. смежных наук	Коммуникационная программа в основном соответствует решаемой проблеме; применяются стандартные методы
	ПК-7.Б2.В.05. –у2 уметь анализировать информацию в контексте	Знание основных методов и умение применить в конкретном исследовании	Точность воспроизведения и применение в конкретном исследовании основных	Устный ответ Исследование	Точное, уверенное воспроизведение и применение в конкретном исследовании основных	Достаточно точное воспроизведение содержания и применение в конкретном исследовании	Допущены отдельные ошибки, и неточности в ответе, затруднено воспроизведение

Этапы формирования компетенции	Результаты обучения	Показатели и критерии оценивания сформированности частей компетенций		Средства оценивания	Шкала оценивания уровней освоения частей компетенций по каждому результату обучения		
		показатели	критерии		продвинутый (максимальный)	уверенный (средний)	достаточный (минимальный)
	профессиональной деятельности	ии в сфере рекламы и СО	методов в сфере рекламы и СО		методов в сфере рекламы и СО	основных методов в сфере рекламы и СО	и применение в конкретном исследовании основных методов в сфере рекламы и СО
	ПК-7.Б2.В.05. –в1 владеть навыками оперативного планирования и оперативного контроля за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью	Владение навыками оперативного планирования и оперативного контроля за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью	Владение навыками планирования рекламных кампаний и коммуникационных программ	Примерная коммуникационная программа Отчет	Коммуникационная программа полностью соответствует решаемой проблеме; применяются разнообразные методы планирования и оперативного контроля за реализацией программы	Коммуникационная программа в достаточной мере соответствует решаемой проблеме; применяются отдельные разнообразные методы планирования и оперативного контроля за реализацией программы	Коммуникационная программа в основном соответствует решаемой проблеме; применяются единичные и стандартные методы планирования и оперативного контроля за реализацией программы
	ПК-7.Б2.В.05. –в2 владеть элементарными навыками участия в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации	Владение приемами управления в сфере профессиональных компетенций	Проведение и организация коллективных проектов	Отчет	Успешное проведение и организация коллективных проектов	Грамотное проведение и организация коллективных проектов	В основном грамотное проведение и организация коллективных проектов
	ПК-8.Б2.В.05. –з1 знать традиционные и современные средства рекламы	Знание традиционных и современных средств рекламы	Точность воспроизведения традиционных и современных средств рекламы	Устный ответ Теор. часть ВКР	Точное, уверенное воспроизведение традиционных и современных средств рекламы	Достаточно точное воспроизведение традиционных и современных средств рекламы	Допущены отдельные ошибки, и неточности в ответе, затруднено воспроизведение содержания традиционных и современных средств рекламы
	ПК-8.Б2.В.05. –з2 знать особенности подготовки к выпуску и производства и распространения рекламной продукции в СМК	Знание особенностей подготовки к выпуску и производства и распространения рекламной продукции в СМК	Точность воспроизведения особенностей подготовки к выпуску и производства и распространения рекламной продукции в СМК	Устный ответ Теор. часть ВКР	Точное, уверенное воспроизведение особенностей подготовки к выпуску и производства и распространения рекламной продукции в СМК	Достаточно точное воспроизведение особенностей подготовки к выпуску и производства и распространения рекламной продукции в СМК	Допущены отдельные ошибки, и неточности в ответе, затруднено воспроизведение особенностей подготовки к выпуску и производства и распространения рекламной продукции в СМК
	ПК-8.Б2.В.05. –у1 уметь организовывать создание и распространение	Умение организовывать создание и распространение	Соответствие коммуникационной программы решаемой проблеме	Примерная коммуникационная программа Отчет	Коммуникационная программа полностью соответствует решаемой проблеме;	Коммуникационная программа в достаточной мере соответствует решаемой	Коммуникационная программа в основном соответствует решаемой проблеме;

Этапы формирования компетенции	Результаты обучения	Показатели и критерии оценивания сформированности частей компетенций		Средства оценивания	Шкала оценивания уровней освоения частей компетенций по каждому результату обучения		
		показатели	критерии		продвинутый (максимальный)	уверенный (средний)	достаточный (минимальный)
	ие рекламную продукцию в СМК в рамках традиционных и современных средств рекламы	рекламную продукцию в СМК в рамках традиционн ых и современны х средств рекламы			применяются разнообразные методы, в т.ч. смежных наук	проблеме; применяются отдельные разнообразные методы, в т.ч. смежных наук	применяются стандартные методы
	ПК-8.Б2.В.05. –в1 владеть навыками организации подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции в СМК в рамках традиционных и современных средств рекламы	Владение приемами организации и в сфере производств а и распространения рекламной продукции в СМК	Производство и распространение рекламной продукции в СМК в рамках традиционных и современных средств рекламы	Отчет	Успешная организация производства и распространения рекламной продукции в СМК в рамках традиционных и современных средств рекламы	Грамотное проведение и организация производства и распространения рекламной продукции в СМК в рамках традиционных и современных средств рекламы	В основном грамотное проведение и организация производства и распространения рекламной продукции в СМК в рамках традиционных и современных средств рекламы
		Зачисляется баллов за достигнутый результат обучения за каждый критерий			4	3	2,4
Сумма баллов за результаты обучения					86-100	70-85	51-69
Оценка за дисциплину					«отлично»	«хорошо»	«удовлетвори тельно»

Оценка результатов по 100-балльной шкале проводится с учётом следующих положений:

- «**неудовлетворительной**» считается работа студента на преддипломной практике, результаты которой оценены 49 баллами и ниже;
- отметка «**удовлетворительно**» выставляется, если работа студента на преддипломной практике оценивается в пределах 50-60 баллов;
- отметка «**хорошо**» выставляется при оценке работы студента на преддипломной практике от 61 до 80 баллов;
- отметка «**отлично**» при наличии от 81 до 100 баллов.

5.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения при прохождении практики, характеризующих этапы формирования компетенций

По итогам преддипломной практики аттестуются студенты, полностью выполнившие программу практики и представившие индивидуальные отчеты по практике. Формой итогового контроля прохождения практики является зачет с оценкой. Зачет проводится в виде защиты письменных отчетов, составленных в соответствии с требованиями программы практики, на основании утвержденного задания на практику, с учетом содержания дневника прохождения практики и отзыва руководителя практики от принимающей организации. Защита отчета проводится перед комиссией, назначенной заведующим кафедрой, в присутствии руководителя практики от университета. Зачет по преддипломной практике может принимать лично руководитель практики от университета. Результаты зачета оформляется зачетной ведомостью, подписанной всеми членами комиссии и заведующим кафедрой.

Основные критерии оценки практики следующие:

- деловая активность студента в процессе практики;
- производственная дисциплина студента;
- оформление дневника практики;
- оформление отчёта по практике;
- устные ответы при сдаче зачета (защита отчёта);
- качество выполнения отчета по практике;
- оценка прохождения практики руководителями практики от кафедры;
- отзыв руководителя практики от принимающей организации.

Письменные отчеты по практике каждого студента вместе с отзывами с предприятий хранятся на кафедре в течение всего периода обучения студента.

Оценка по практике приравнивается к оценкам по теоретическому обучению и учитывается при подведении итогов общей успеваемости студентов, в том числе и при назначении на академическую стипендию. Оценка по практике относится к результатам предшествующего семестра.

Студенты, не выполнившие программу практики по уважительной причине, направляются на практику повторно, в течение последующего семестра в свободное от учебы время. При этом в приказе устанавливается срок отчетности по практике. Студенты, не выполнившие программу практики без уважительной причины, или получившие неудовлетворительную оценку, могут быть отчислены из учебного заведения как имеющие академическую задолженность в порядке, предусмотренном уставом ПНИПУ.

Для защиты отчета и получения зачета с оценкой по практике студентам, проходящим практику в г. Перми, выделяется в конце практики 2-3 дня. Остальным, в зависимости от сроков практики, защита назначается после возвращения в университет, но не позднее, чем до начала нового семестра.

Результаты производственной практики должны быть представлены в форме отчета по ППр.

Отчет по ППр оформляется в соответствии с требованиями ГОСТ 7.32–2001 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления».

Объем отчета по ППр должен быть не менее 16 страниц (без учета приложений) машинописного текста (шрифт 14 пт, Times New Roman, через 1 интервал). Отчет должен быть отпечатан на формате А4 и подшит в папку. К основному разделу отчета прикладываются индивидуальное задание, календарный план выполнения ППр, дневник ППр (при необходимости) и отзыв руководителя практики от предприятия (организации).

Отчет по ППр включает:

1. Титульный лист (Приложение).
2. Индивидуальное задание на практику, утвержденное заведующим кафедрой и согласованное с руководителем практики (Приложение).
3. Введение. Цели и задачи практики.
4. Краткая характеристика организации, ее структурных подразделений.
5. Выполнение индивидуального задания.
6. Выводы.
7. Список использованных источников и литературы.
8. Отзыв руководителя практики от принимающей организации (Приложение).

В основной части отчета по ППр отражается содержание работы и уровень освоения компонентов закреплённых компетенций. Общими требованиями к содержанию отчета являются: логическая последовательность построения изложения материала; убедительность аргументов; содержательная полнота, краткость и четкость формулировок; конкретность изложения результатов работы; научная обоснованность выводов, рекомендаций, приложений; оформление работы соответствует нормативным

требованиям (выдержаны стандарты оформления печатного текста, список литературы составлен в соответствии с библиографическими нормами и др.).

Отчет подписывается студентом, руководителем практики от кафедры (научным руководителем), руководителем практики от принимающей организации. Один экземпляр отчета сдается на кафедру для проверки на соответствие требованиям Программы практики, утверждения заведующим кафедрой и допуска к защите.

5.4. Перечень типовых вопросов студенту при защите отчета

1. Сформулируйте основные коммуникационные проблемы организации.
2. Какие методы применялись в исследовании коммуникационного менеджмента организации?
3. Какова структура отдела СО организации. Разделяются ли функции СО-специалиста и маркетолога?
4. Какие проблемы вы испытывали в процессе прохождения практики?
5. Перечислите основные виды профессиональной деятельности, которые были наиболее типичны для вашей практики.
6. Достаточно ли исследование, проведенное на практике, для написания ВКР? Необходимы ли дополнительные исследования?
7. В какой степени руководство организации понимает необходимость связей с общественностью для их организации?

6. Перечень учебной литературы, и ресурсов сети «Интернет», необходимых для проведения практики

Во время прохождения практики студент использует современные компьютерные системы, Интернет-ресурсы, библиотечные ресурсы учебного заведения и программное обеспечение принимающей организации).

Организационно-методическое обеспечение направлено на создание условий выполнения индивидуальных заданий по ППр. Организационно-методическое обеспечение ППр обеспечивает выполнение индивидуальных заданий. Организационно-методическое обеспечение располагает методическими материалами для магистрантов, раскрывающими организацию практики, выполнение индивидуальных заданий, оценивание результатов прохождения практики в компетентностном формате и включает:

- Положение о порядке проведения практики студентов ПНИПУ;
- методические указания студентам по прохождению практики;
- индивидуальное задание и календарный план проведения практики;
- методические рекомендации по контролю и оцениванию практики;
- график консультаций.

Перечень рекомендуемой литературы

Основная литература:
Кузьмина, О. Г. Социологическое обеспечение рекламы и маркетинга : учебное пособие / О. Г. Кузьмина .— Москва : Наука-Спектр, 2009, 2012, 2015 .— 187 с.
Смит, Гордон В. Оценка товарных знаков : пер. с англ. / Г. В. Смит .— Москва : Квинто-консалтинг, 2010 .— 382 с.
Резепов, Ильдар Шамильевич. Психология рекламы и PR : учебное пособие для вузов / И. Ш. Резепов .— 2-е изд. — Москва : Дашков и К, 2008, 2012 .— 223 с.
Васильев, Геннадий Анатольевич. Поведение потребителей : учебное пособие для вузов / Г. А. Васильев .— 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Вуз. учеб. : ИНФРА-М, 2010 .— 409 с.
Мамонова, Е. А. Правовое регулирование рекламы / Е. А. Мамонова .— Москва : Дашков и К, 2012 .— 219 с.
Ягодкина, Марьяна Валериевна. Реклама в коммуникационном процессе : учебное пособие / М. В. Ягодкина, А. П. Иванова, М. М. Сластужинская .— Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2014 .— 302 с.
Бузин, Валерий Николаевич. Медиапланирование. Теория и практика : учебник для вузов / В. Н. Бузин, Т. С. Бузина .— Москва : ЮНИТИ, 2010 .— 495 с.
Мандель, Борис Рувимович. PR: методы работы со средствами массовой информации : учебное пособие / Б.

Р. Мандель .— Москва : Вуз. учеб. : ИНФРА-М, 2012 .— 204 с.
Магистерская диссертация: методы и организация исследований, оформление и защита : учебное пособие для вузов / Под ред. В. И. Беляева .— 2-е изд., перераб .— Москва : КНОРУС, 2014 .— 262 с.
Научно-исследовательская работа магистров : учебное пособие для вузов / В. В. Прокин [и др.] ; Пермский национальный исследовательский политехнический университет .— Пермь : Изд-во ПНИПУ, 2012 .— 187 с
Методология научных исследований : учебное пособие / А. Б. Пономарев, Э. А. Пикулева ; Пермский национальный исследовательский политехнический университет .— Пермь : Изд-во ПНИПУ, 2014 .— 185 с.
Дополнительная литература:
Маркетинг PR и рекламы : учебник для студентов вузов / И. М. Синяева [и др.] ; Под ред. И. М. Синяевой .— Москва : ЮНИТИ, 2014 .— 495 с.
Шарков, Феликс Изосимович. Коммуникология: коммуникационный консалтинг : учебное пособие / Ф. И. Шарков ; Международная академия бизнеса и управления ; Институт современных коммуникационных систем и технологий .— Москва : Дашков и К : Изд-во Шаркова, 2013 .— 406 с.
Есикова, Ирина Владимировна. Подготовка и успешное проведение рекламных кампаний / И. В. Есикова .— 2-е изд .— Москва : Дашков и К, 2012 .— 159 с.
Протопопова, Елена Эдуардовна. Научная работа. Новые правила оформления. Библиографический аппарат научных, исследовательских и творческих работ (ГОСТ 7.80-2000, ГОСТ 7.32-2001, ГОСТ 7.82-2001, ГОСТ 7.1-2003, ГОСТ 7.0.5-2008, ГОСТ 7.0.12-2011) : практическое пособие / Е. Э. Протопопова .— Москва : Литера, 2014 .— 63 с
Методология научных исследований : учебник для магистров / М. С. Мокий, А. Л. Никифоров, В. С. Мокий ; Государственный университет управления ; Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова ; Под ред. М. С. Мокия .— Москва : Юрайт, 2015 .— 255 с.
Интернет-ресурсы:
Научная электронная библиотека E-LIBRARY.RU: сайт. URL: http://elibrary.ru Доступ с IP библиотеки ПНИПУ
База данных научной периодики SciVerse Scopus: сайт. URL: http://www.scopus.com/ Доступ с IP библиотеки ПНИПУ
ГОСТ 7.0.5-2008 Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления http://www.complexdoc.ru/text/ГОСТ%20Р%207.0.5-2008 30 точек доступа
ГОСТ 7.32.2001. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления. М., 2004. http://standartgost.ru/g/ГОСТ_7.32-2001 30 точек доступа

Электронные информационно-образовательные ресурсы и электронно-библиотечные системы

1.	Электронная библиотека Научной библиотеки Пермского национального исследовательского политехнического университета [Электронный ресурс : полнотекстовая база данных электрон. документов изданных в Изд-ве ПНИПУ]. — Электрон. дан. (1 912 записей). — Пермь, 2014- . — Режим доступа: http://elib.pstu.ru/ . — Загл. с экрана.
2.	Лань [Электронный ресурс : электрон.-библ. система : полнотекстовая база данных электрон. документов по гуманитар., естеств., и техн. наукам] / Изд-во «Лань». — Санкт-Петербург : Лань, 2010- . — Режим доступа: http://e.lanbook.com/ . — Загл. с экрана.

7. Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики

Программное обеспечение

№ п.п.	Наименование программного продукта	Рег. номер	Назначение
1	3	4	5
1	Текстовый процессор Microsoft Office Word		Создание научно-технической документации.
2	Табличный процессор Microsoft Office Excel		Решение типовых информационных и вычислительных задач.
3	Программное средство презентации Microsoft Office PowerPoint		Графическое представление информации.

Информационно-справочные системы

1.	Консультант Плюс [Электронный ресурс : справочная правовая система : документы и комментарии : универсал. информ. ресурс]. – Версия Проф, сетевая. – Москва, 1992– . – Режим доступа: Компьютер. сеть Науч. б-ки Перм. нац. исслед. политехн. ун-та, свободный.
2.	Техэксперт. 6.2014 [Электронный ресурс] : норматив.-техн. информ. / Консорциум «Кодекс». – Версия 6.3.2.22, сетевая. – Электрон. текст. дан. – Санкт-Петербург, 1991- . – Режим доступа: Компьютер. сеть Науч. б-ка Перм. нац. исслед. политехн. ун-та, свободный

8. Описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики

Материально-техническое обеспечение ППР должно содержать современные аппаратно-программные научные комплексы, современную приборную и инструментальную базу, в том числе предоставляемую научно-производственными организациями в рамках кооперации и интеграции научно-образовательной деятельности по профилю подготовки бакалавров. Уровень материально-технического обеспечения ППР должен обеспечивать эффективное применение современных методов проведения экспериментальных исследований в сфере профессиональной деятельности студентов.

Для полноценного прохождения практики студентов по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» имеется доступ к персональному компьютеру со стандартным набором программного обеспечения и сети Internet. Для студентов, проходящих ППР, на кафедре «Иностранные языки и связи с общественностью» имеются аудитории, оснащенные компьютерами, копировальным аппаратом, принтером. Обеспечивается доступ к информационным ресурсам, к базам данных, в читальных залах к справочной и научной литературе, к периодическим изданиям в соответствии с направлением подготовки.

8.1. Специализированные лаборатории и классы кафедры

Таблица 8.1 Специализированные лаборатории и классы

№ п.п.	Помещения			Площадь, м ²	Количество посадочных мест
	Название	Принадлежность (кафедра)	Номер аудитории		
1	2	3	4	5	6
1	Аудитория с мультимедийным проектором и экраном с электроприводом	Кафедра ИЯ и СО	302 Корпус Г	19	16

2	Специализированная аудитория для интенсивного изучения иностранных языков и проведения тренингов с мультимедийным проектором	Кафедра ИЯ и СО	415 а корпус Г	20	18
3	Компьютерные классы с мультимедиа проекторами, интерактивными досками и современными компьютерами	Гуманитарный факультет	107,417, 410, 516 Корпус А		Не менее 15-20

8.2 Основное учебное оборудование

Таблица 8.2 – Учебное оборудование

№ п.п.	Наименование и марка оборудования (стенда, макета, плаката)	Кол-во, ед.	Форма приобретения / владения (собственность, оперативное управление, аренда и т.п.)	Номер аудитории
1	2	3	4	5
1	Мультимедийный проектор Epson MultiMedia Projector EB-825	2	Оперативное управление	302 Г, 415 а Г
2	Экран с электроприводом	1	Оперативное управление	302 Г
3	Маркерная доска	1	Оперативное управление	302 Г
4	Аудиомагнитола	6	Оперативное управление	
5	DVD-плеер	2	Оперативное управление	
6	Принтер – копир (МФУ)	2	Оперативное управление	
7	Ноутбук	4	Оперативное управление	
8	Стационарные компьютеры с подключением к сети интернет	5	Оперативное управление	304, 408, 307 Г
9	Сетевая беспроводная точка доступа (Wi-Fi)		Оперативное управление	
10	Сетевой коммутатор SNR-S2960-48J		Оперативное управление	

Форма индивидуального задания на практику



Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Пермский национальный исследовательский политехнический университет»

Гуманитарный факультет

Кафедра Иностранные языки и связи с общественностью

**Направление подготовки высшего
образования**

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль

Связи с общественностью и реклама

Квалификация выпускника

Бакалавр

Выпускающая кафедра

Иностранные языки и связи с общественностью

Форма обучения

очная

У Т В Е Р Ж Д А Ю

Зав. кафедрой ИЯиСО

докт.филолог. н., проф.

С. С. Шляхова

“ ____ ” ____ 201__ г.

**ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ
на преддипломную практику
студента**

(Фамилия, Имя, Отчество; группа)

Пермь 201_

1.Тема индивидуального задания:

2.ЦЕЛЬ: Формирование компетенций в соответствии с требованиями программы практики

- ПК-4 – владение навыками подготовки проектной документации (техико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт),
- ПК-5 – способность реализовывать проекты и владение методами их реализации,
- ПК-6 – способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренних и внешних коммуникаций,
- ПК-7 – способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.

3. Срок сдачи студентом отчета по практике и отзыва руководителя практики от принимающей организации руководителю практики от кафедры:

5. Место прохождения практики: _____

6. Содержание отчета

7. Содержание заданных результатов научно-производственной практики и распределение планируемых результатов ППр по этапам и видам работ

Распределение компонентов частей компетенций, как запланированных результатов ППр

№	Наименование этапа	Наименование работ	Сроки	Отчетный документ	Формируемые компоненты компетенций
1	1 этап (начальный). ознакомление с заданием на ВКР; ознакомление с предприятием, его организационной структурой; собеседование с руководителем ВКР и практики.			Отчет по ППР	ПК-4.Б2.В.05. –з1 знать роль, принципы и функции рекламы и связей с общественностью, технологю проведения социологических и маркетинговых исследований ПК-4.Б2.В.05. –з2 знать основные принципы, функции и приёмы коммуникационного менеджмента и рекламы ПК-4.Б2.В.05. –з3 знать формы участия персонала в управлении ПК-4.Б2.В.05. –у1 уметь выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ ПК-4.Б2.В.05. –у2 уметь использовать методику и технику проведения кабинетных и внекабинетных исследований в сфере рекламы и связей с общественностью ПК-4.Б2.В.05. –в1 владеть традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности, навыками проведения ситуационного анализа, принципами ведения переговоров
	2 этап (экспериментальный) изучение нормативно-правовой основы, регулирующей объект и предмет исследования выпускной квалификационной работы и связанной с рекламой и СО. изучение научной, учебной и справочной литературы, статей периодических изданий по теме исследования; анализ документации, фактологического и теоретического материала. Проведение теоретической части выпускной квалификационной работы.			Отчет по ППР	ПК-5.Б2.В.05. –з1 знать основы социологии и психологии массовых коммуникаций, правовые и этические основы рекламы и связей с общественностью, бизнес-этикет ПК-5.Б2.В.04. –з2 знать роль, принципы и функции рекламы и связей с общественностью ПК-5.Б2.В.05. –у1 уметь применять знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности ПК-5.Б2.В.05. –у2 уметь использовать методику и технику проведения кабинетных и внекабинетных исследований в сфере рекламы и связей с общественностью, организации опросов целевой аудитории с целью выявления коммуникационных преимуществ и недостатков фирмы и организации. ПК-5.Б2.В.05. –в1 владеть методами реализации проектов в сфере рекламы и связей с общественностью ПК-5.Б2.В.05. –в2 владеть навыками работы в компьютерной сети Интернет
	3 этап (итоговый) и обработка			Отчет по ППР	ПК-6.Б2.В.05. –з1 знать профессиональные требования, предъявляемые к специалисту по рекламе и связям с общественностью

систематизация фактического материала; написание теоретической части выпускной работы; создание квалификационной предварительной коммуникационной программы, подготовка отчета.					ПК-6.Б2.В.05. –з2	знать основные правовые нормы, регулирующие PR-деятельность
					ПК-6.Б2.В.05. –у1	уметь проектировать эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, обеспечивать внутреннюю и внешнюю коммуникацию, в том числе с государственными службами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации
					ПК-6.Б2.В.05. –у2	уметь создавать единый фирменный стиль; разрабатывать задания для дизайн-бюро, формулировать концепции, создавать слоганы, логотипы, корпоративные атрибуты
					ПК-6.Б2.В.05. –в1	владеть навыками использования основных правовых норм, регулирующих PR-деятельность, в своей работе
					ПК-6.Б2.В.05. –в2	владеть навыками проведения рыночного наблюдения, опросов, анкетирования, эксперимента с целью улучшения имиджа и конкурентной позиции фирмы, организации, товаров и услуг; сбор, обработка и анализ полученных данных
					ПК-7.Б2.В.05. –з1	знать основы правового саморегулирования рекламно-коммуникационной деятельности
					ПК-7.Б2.В.05. –з2	знать особенности использования различного вида рекламы в различных сферах
					ПК-7.Б2.В.05. –з3	знать технологию проведения социологических и маркетинговых исследований, исследований в сфере рекламы и связей с общественностью
					ПК-7.Б2.В.05. –у1	уметь выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ
					ПК-7.Б2.В.05. –у2	уметь анализировать информацию в контексте профессиональной деятельности
					ПК-7.Б2.В.05. –в1	владеть навыками оперативного планирования и оперативного контроля за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью
					ПК-7.Б2.В.05. –в2	владеть элементарными навыками участия в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации

7. Требования к выполнению индивидуального задания

Исходными данными для выполнения задания являются:

7.1 Требования к выполнению ППр

При прохождении ППр должны быть выполнены следующие мероприятия

7.2 Требования к объектам контроля (индикаторам уровня освоения формируемых компетенций)

В качестве индикаторов уровней освоения формируемых компонентов компетенций должны быть приняты объекты (индикаторы), указанные в таблице 3

Таблица 3

Этапы ППр	Наименование индикатора
Этап 1	Результаты проведенного исследования коммуникационной ситуации и выявление проблемных зон (материал для ВКР)
Этап 2	Предварительная коммуникационная программа или элементы коммуникационной программы (мероприятия, разработанные материалы и пр.) для решения коммуникационных проблем (материал для ВКР)
Этап 3	Предлагаемые рекомендации и технологии решения коммуникационных проблем (материал для ВКР)

7.3 Требования к разрабатываемой отчетной документации

Результаты практики должны быть оформлены в форме отчета по практике в соответствии с требованиями ГОСТ 7.32–2001 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления».

Страницы не обводятся в рамках, поля не отделяются чертой. Размеры полей не менее: левого – 30 мм, правого – 10 мм, верхнего – 20 мм и нижнего – 20 мм. Нумерация страниц отчета – сквозная: от титульного листа до последнего листа приложений. Номер страницы на титульном листе не проставляют. Номер страницы ставят в центре нижней части листа, точка после номера не ставится. Страницы, занятые таблицами и иллюстрациями, включают в сквозную нумерацию.

Объем отчета по практике должен быть не менее 10 страниц (без учета приложений) машинописного текста (шрифт 14пт, Times New Roman, через 1 интервал). Отчет должен быть отпечатан на формате А4 и подшит в папку. Описания должны быть сжатыми. Объем приложений не регламентируется.

Титульный лист является первым листом отчета, после которого помещается индивидуальное задание на практику, содержащее календарный план выполнения учебной практики. Титульный лист и задание не нумеруются, но входят в общее количество страниц. Титульный лист отчета оформляется по установленной единой форме, приводимой в приложении. За индивидуальным заданием в отчете помещается содержание, основная часть, заключение, список литературы, приложения. Основная часть включает 2-3 главы и разбивку на параграфы. К основному разделу отчета прикладываются дневник по

практике (при необходимости) и отзыв руководителя практики от принимающей организации.

Разделы отчета нумеруют арабскими цифрами в пределах всего отчета. Наименования разделов должны быть краткими и отражать содержание раздела. Переносы слов в заголовке не допускаются.

Цифровой материал необходимо оформлять в виде таблиц. Каждая таблица должна иметь номер и тематическое название. Таблицу следует помещать после первого упоминания о ней в тексте.

Приложения оформляют как продолжение отчета. В приложении помещают материалы, не вошедшие в основной текст отчета.

Руководитель практики от кафедры

_____ (_____) (Ф.И.О.)

Руководитель практики от принимающей организации

_____ (_____) (Ф.И.О.)

Задание принял к исполнению

_____ (_____) (Ф.И.О. студента)

«__» _____ 201_ г.

Форма дневника практики студента

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Пермский национальный исследовательский политехнический университет»

Гуманитарный факультет

Кафедра Иностранные языки и связи с общественностью

**Направление подготовки высшего
образования**

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль

Связи с общественностью и реклама

Квалификация выпускника

Бакалавр

Выпускающая кафедра

Иностранные языки и связи с общественностью

Форма обучения

очная

**ДНЕВНИК
преддипломной практики
студента**

_____ учебной группы _____ курса

(Фамилия, имя, отчество)

Начат _____

Окончен _____

Пермь 20__

[illegible]

34

Форма титульного листа отчета по практике

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Пермский национальный исследовательский политехнический университет»

Направление подготовки высшего
образования

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль

Связи с общественностью и реклама

Квалификация выпускника

Бакалавр

Выпускающая кафедра

Иностранные языки и связи с общественностью

Форма обучения

очная

О Т Ч Е Т по преддипломной практике

Тема исследования

Выполнил

(Фамилия, имя, отчество)

(группа)

(подпись)

Проверили:

(должность, Ф.И.О. руководителя от принимающей организации)

(оценка)

(подпись)

МП

(дата)

(должность, Ф.И.О. руководителя от кафедры)

(оценка)

(подпись)

(дата)

Пермь 20__

**Форма отзыва руководителя практики от принимающей
организации
ОТЗЫВ
руководителя преддипломной практики
от принимающей организации**

Студентом (кой) _____
 Гуманитарный факультет, кафедра «Иностранные языки и связи с общественностью»
 Направление подготовки: 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью»
 Профиль: «Связи с общественностью и реклама»
 Квалификация: бакалавр
 Место прохождения практики _____
 Время прохождения практики _____
 Наименование темы _____
 Руководитель ППР _____
 (Ф.И.О., место работы, должность, ученое звание, степень)

№ п/п	Критерии оценки ППР	отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетвори тельно
1	исследовательская активность и самостоятельность студента	В полной мере	В достаточной степени	Частично	Отсутствует
2	отношение студента к выполнению заданий	Полностью соответствует	Достаточно соответствует	Частично соответствует	Не соответствует
3	качество выполнения индивидуального задания	Полностью соответствует	Достаточно соответствует	Частично соответствует	Не соответствует
4	предлагаемые методы и решения	Обоснованы полностью	Обоснованы в достаточной степени	Обоснованы в недостаточной степени	Не обоснованы
5	качество выполнения отчета по практике	Полностью соответствует	Достаточно соответствует	Частично соответствует	Не соответствует
6	уровень практической подготовки студента к профессиональной деятельности	Полностью соответствует	Достаточно соответствует	Частично соответствует	Не соответствует
7	оценка	отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетвори тельно
8	отзыв руководителя практики от принимающей организации (дополнительно)				

Рекомендуем к использованию в ВКР полученные научные результаты и выводы.

«__» _____ 20__ г.

Руководитель ППР от принимающей организации
_____ (подпись)

Отзыв оформляется **на бланке предприятия** (организации) и подписывается руководителем практики от предприятия (организации) и заверяется печатью.

Лист регистрации изменений

№ п.п.	Содержание изменения	Дата, номер протокола заседания кафедры
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		

Прибыл на место практики

" ____ " _____ 20 ____ г.

(подпись)

М.П.

(печать организации, в которую направлен студент)

Выбыл с места практики

" ____ " _____ 20 ____ г.

(подпись)

М.П.

(печать организации, в которую направлен студент)

Минист
Федеральное госу

«Пермск
П

Комсомольский пр., 29,
ОКПО:2

№ ____

Выдано студенту

проходящему обучен

и направленному в со

ректора от « ____ » ____

для прохождения ____

Продолжительность т

с « ____ » ____

по « ____ » ____

Руководитель практи

Декан ф

М.П.