

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

**Пермский национальный исследовательский  
политехнический университет**

Гуманитарный факультет  
кафедра «Иностранные языки и связи с общественностью»

УТВЕРЖДАЮ

Проректор

по образовательной деятельности

А.Б. Петроченков

2022 г.



**ПРОГРАММА ПРАКТИКИ**

Вид практики: Производственная практика

Тип практики: преддипломная

Форма проведения: дискретно по видам практики

Объем практики: 6 ЗЕ

Продолжительность практики: 216 час., 4 недели

Уровень высшего образования: магистратура

Форма обучения: очная

Направление подготовки: 42.04.01. Реклама и связи с общественностью

Направленность: Реклама и связи с общественностью в высокотехнологичных отраслях

Пермь 2022

## 1. Общие положения

В соответствии с Федеральным законом от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» и «Положением о практической подготовке обучающихся», утвержденным приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства просвещения Российской Федерации от «5» августа 2020 г. № 885/390 практика относится к практической подготовке обучающихся, как форме организации образовательной деятельности при освоении образовательной программы в условиях выполнения обучающимися определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью и направленных на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенций по профилю соответствующей образовательной программы.

### 1.1. Цели и задачи практики

**Цель:** Формирование способности анализировать, критически осмысливать и представлять информацию, осуществлять поиск научно-технической информации, приобретать новые знания, в том числе с помощью информационных технологий; способности ставить и решать научно-технические задачи в области рекламы и связей с общественностью на основе знания проблем отрасли и опыта их решения; способности с помощью информационных технологий создавать и управлять коммуникационными проектами; 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.

**Задачи:**

- выполнение работ, определенных индивидуальным заданием на практику, обеспечивающих достижение планируемых в компетентностном формате результатов обучения;
- выполнение выпускной квалификационной работы;
- оформление отчета, содержащего материалы этапов работы, раскрывающих уровень освоения заданного перечня компетенций;
- подготовка и проведение защиты полученных результатов.

### 1.2. Место практики в структуре образовательной программы

**1.2.1. Блок (модуль):** Б2 «Практика»

**1.2.2. Курс:** 2 (4 семестр)

**1.2.3. Связь с дисциплинами учебного плана**

Перечень предшествующих дисциплин	Перечень последующих дисциплин
Основы научных исследований в профессиональной сфере. Социология общественного мнения.	-

### 1.3. Способ проведения практики

Стационарная практика (проводится в ПНИПУ либо в профильной организации, расположенной на территории г. Перми, Пермского края, других регионов (при необходимости)).

#### 1.3. Место проведения практики

Практика проводится в профильных организациях (на основе договоров с организациями, осуществляющими деятельность по профилю соответствующей образовательной программы) или непосредственно в подразделениях ПНИПУ.

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

#### 1.4. Формы отчетности по практике

Письменный отчет по практике, отзыв руководителя практики от принимающей организации.



## 2. Планируемые результаты обучения при прохождении практики

Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции, с которым соотношены планируемые результаты обучения	Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики <sup>1</sup>
<p><b>ПКО-1.</b> Способен разрабатывать коммуникационные стратегии коммуникационных проектов в медиасфере, в т.ч. создание нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации; использовать технические средства и интегрировать современные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта</p>	<p><b>ИД-3<sub>пко-1</sub>.</b> Владеет навыками анализа публичных и внутрикорпоративных источников информации; конкурентного анализа; качественного и количественного анализа публичной информации (включая анализ информационного поля); анализа целевых аудиторий (стейкхолдеров); анализа действий конкурентов (бенчмаркинг); использования технических средств и интеграции современных технологий цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью; проведения коммуникационных (рекламных) кампаний в области товаров (услуг, брендов); разработки технических заданий на создание фирменного стиля организации, ее бренда; реализации программ повышения потребительской лояльности к товарам (услугам, брендам) организации; создания нематериальных активов (брендов) в организации и управление ими.</p>	<p><b>Владеет навыками</b> выполнения трудовых действий «Разрабатывать коммуникационные стратегии коммуникационных проектов в медиасфере» трудовой функции «Разработка коммуникационной стратегии» Проект ПС РАСО, в т.ч. «создание нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации» трудовой функции В/01.7 ПС 08.035.</p>
<p><b>ПКО-2.</b> Способен реализовывать коммуникационную стратегию, в т.ч. разрабатывать, внедрять и совершенствовать систему маркетинговых коммуникаций в организации; использовать коммуникационные инструменты для продвижения</p>	<p><b>ИД-3<sub>пко-2</sub>.</b> Владеет навыками разработки и проведения коммуникационных кампаний в организации: формирования каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг организации; разработки технических заданий и предложений по формированию фирменного стиля и рекламной продукции организации; формирования имиджа и деловой репутации организации; организации и проведения мероприятий по связям с общественностью для формирования маркетинговых коммуникаций организации; разработки и проведения рекламных акций по стимулированию продаж; использования коммуникационных инструментов для продвижения: бюджетирования проектов; определения и анализа стейкхолдеров и среды для коммуникаций (медиа, экспертные площадки и пр.); разработки коммуникационной / информационной политики, правил и гайдлайнов по работе с медиа, социальными сетями и пр.; копирайтинга; медиа-планирования; деловых переговоров; организации мероприятий; организации прямой коммуникации при помощи CRM- и интернет-систем (включая социальные сети, блоги и форумы и пр.); организации регулярного трекинга KPI.</p>	<p><b>Владеет навыками</b> выполнения трудовых действий «Реализация коммуникационной стратегии» трудовой функции ПС РАСО, в т.ч. «разработка, внедрение и совершенствование системы маркетинговых коммуникаций в организации» трудовой функции В/04.7 ПС 08.035.</p>
<p><b>ОПК-4.</b> Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты</p>	<p><b>ИД-3<sub>опк-4</sub>.</b> Владеет навыками применения полученных результатов исследования с целью определения потребностей общества и интересов целевых аудиторий (социологические, маркетинговые, медийные, репутационные и пр.) для создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.</p>	<p><b>Владеет навыками</b> качественного и количественного анализа публичной информации (включая анализ информационного поля); анализа целевых аудиторий (стейкхолдеров); анализа действий конкурентов (бенчмаркинг); использования технических средств и интеграции современных технологий цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью; оп-</p>

<sup>1</sup> Конкретные результаты обучения при прохождении практики и виды работ, выполняемые студентом на преддипломной практике, обусловлены производственной необходимостью организации-базы практики, а также направленностью и тематикой ВКР, что обуславливает вариативность конкретных результатов работ.

		ределения потребностей общества и интересов целевых аудиторий (социологические, маркетинговые, медийные, репутационные и пр.) для создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.
--	--	---

### 3. Содержание практики

#### 3.1. Содержание видов работ обучающихся на практике

Основной целью преддипломной практики является формирование навыков в проведении исследований, проведение исследований, необходимых для выполнения ВКР по направлению подготовки магистров 42.04.01. Реклама и связи с общественностью. Преддипломная практика ориентирована на выполнение самостоятельной работы, которая структурируется по видам работ, относящихся к этапам практики.

Общая структура преддипломной практики предусматривает 3 этапа. Выполнение преддипломной практики проводится по этапам индивидуального задания. Содержание практики по видам работ и результатам обучения при прохождении преддипломной практики представлено в таблице 2.

Таблица 2 – Содержание практики по видам работ и результатам обучения при прохождении практики

№ п/п	Наименование этапа и основных видов работ	Компетенции	Перечень результатов обучения	Форма представления результатов	Объекты контроля (индикаторы достижения результатов обучения)
1	2	3	4	5	6
1	<b>Этап I Начальный</b>	<p><b>ПКО-1.</b> Способен разрабатывать коммуникационные стратегии коммуникационных проектов в медиасфере, в т.ч. создание нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации; использовать технические средства и интегрировать современные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта</p> <p><b>ПКО-2.</b> Способен реализовывать коммуникационную стратегию, в т.ч. разрабатывать, внедрять и совершенствовать систему маркетинговых коммуникаций в организации; использовать коммуникационные инструменты для продвижения</p>	<p>Владеть навыками выполнения трудовых действий: анализа публичных и внутрикорпоративных источников информации; конкурентного анализа; качественного и количественного анализа публичной информации (включая анализ информационного поля); анализа целевых аудиторий (стейкхолдеров); анализа действий конкурентов (бенчмаркинг); использования технических средств и интеграции современных технологий цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью.</p> <p>Владеть навыками выполнения трудовых действий: разработки и проведения коммуникационных кампаний в организации; формирования каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг организации; разработки технических заданий и предложений по формированию фирменного стиля и рекламной продукции организации; формирования имиджа и деловой репутации организации; организации и проведения мероприятий по связям с общественностью для формирования маркетинговых коммуникаций организации; разработки и проведения рекламных акций по стимулированию продаж; использования коммуника-</p>	Отчет по практике. Дифференцированный отчет	Выполнен поиск научно-технической информации; постановка научно-технических задач в области рекламы и связей с общественностью на основе знания проблем данной отрасли и опыта их решения. Разработан план исследования в рамках преддипломной практики.



			<p>ционных инструментов для продвижения: бюджетирования проектов; определения и анализа стейкхолдеров и среды для коммуникаций (медиа, экспертные площадки и пр.); разработки коммуникационной / информационной политики, правил и гайдлайнов по работе с медиа, социальными сетями и пр.;</p> <p>копирайтинга; медиа-планирования; деловых переговоров; организации мероприятий; организации прямой коммуникации при помощи CRM- и интернет-систем (включая социальные сети, блоги и форумы и пр.); организации регулярного трекинга KPI.</p>		
		<b>ОПК-4.</b> Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	Владеть навыками выполнения трудовых действий: применение полученных результатов исследования с целью определения потребностей общества и интересов целевых аудиторий (социологические, маркетинговые, медийные, репутационные и пр.) для создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.		
2	<b>Этап 2</b> <b>Основной</b> Выполнение исследований с применением средств прикладного программного обеспечения и информационно-коммуникационных технологий.	<b>ПКО-1.</b> Способен разрабатывать коммуникационные стратегии коммуникационных проектов в медиасфере, в т.ч. создание нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации; использовать технические средства и интегрировать современные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	Владеть навыками выполнения трудовых действий: анализа публичных и внутрикорпоративных источников информации; конкурентного анализа; качественного и количественного анализа публичной информации (включая анализ информационного поля); анализа целевых аудиторий (стейкхолдеров); анализа действий конкурентов (бенчмаркинг); использования технических средств и интеграции современных технологий цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью; проведения коммуникационных (рекламных) кампаний в области товаров (услуг, брендов); разработки технических заданий на создание фирменного стиля организации, ее бренда; реализации программ повышения потребительской лояльности к товарам (услугам, брендам) организации; создания нематериальных активов (брендов) в организации и управление ими.	Отчет по практике. Дифференцированный зачет	Выполнены исследования с применением средств прикладного программного обеспечения и информационно-коммуникационных технологий. Разработан и обоснован выбор варианта решения научно-технической задачи. Выполнены другие виды работ, необходимые для выполнения практики.
		<b>ПКО-2.</b> Способен реализовывать коммуникационную стратегию, в т.ч. разрабатывать, внедрять и совершенствовать систему маркетинговых коммуникаций в организации; использовать коммуникационные инструменты для продвижения	Владеть навыками выполнения трудовых действий: разработки и проведения коммуникационных кампаний в организации; формирования каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг организации; разработки технических заданий и предложений по формированию фирменного стиля и рекламной продукции организации; формирования имиджа и деловой репутации организации; организации и проведения мероприятий по связям с общественностью для формирования маркетинговых коммуникаций организации; разработки и проведения рекламных акций по стимулированию продаж; использования коммуникационных инструментов для продвижения; бюджетирования проектов; определения и анализа стейкхолдеров и среды для коммуникаций (медиа, экспертные площадки и пр.); разработки коммуникационной / информационной политики, правил и гайдлайнов по работе с медиа, социальными сетями		

			и пр.; копирайтинга; медиа-планирования; деловых переговоров; организации мероприятий; организации прямой коммуникации при помощи CRM- и интернет-систем (включая социальные сети, блоги и форумы и пр.); организации регулярного трекинга KPI.		
		<b>ОПК-4.</b> Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	Владеть навыками выполнения трудовых действий: применение полученных результатов исследования с целью определения потребностей общества и интересов целевых аудиторий (социологические, маркетинговые, медийные, репутационные и пр.) для создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.		
3	<b>Этап 3</b> <b>Итоговый</b> подготовка отчета по практике и его защита. Анализ полученных результатов исследования с применением средств прикладного программного обеспечения и информационно-коммуникационных технологий, анализ результатов, выбор варианта решения научно-технической задачи.	<b>ПКО-1.</b> Способен разрабатывать коммуникационные стратегии коммуникационных проектов в медиасфере, в т.ч. создание нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации; использовать технические средства и интегрировать современные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	Владеть навыками выполнения трудовых действий: анализа публичных и внутрикорпоративных источников информации; конкурентного анализа; качественного и количественного анализа публичной информации (включая анализ информационного поля); анализа целевых аудиторий (стейкхолдеров); анализа действий конкурентов (бенчмаркинг); использования технических средств и интеграции современных технологий цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью; проведения коммуникационных (рекламных) кампаний в области товаров (услуг, брендов); разработки технических заданий на создание фирменного стиля организации, ее бренда; реализации программ повышения потребительской лояльности к товарам (услугам, брендам) организации; создания нематериальных активов (брендов) в организации и управление ими.	Отчет по практике. Дифференцированный зачет	Выполнен анализ полученных результатов исследования с применением средств прикладного программного обеспечения и информационно-коммуникационных технологий, анализ результатов, выбор варианта решения научно-технической задачи. Оформлен отчет по практике
		<b>ПКО-2.</b> Способен реализовывать коммуникационную стратегию, в т.ч. разрабатывать, внедрять и совершенствовать систему маркетинговых коммуникаций в организации; использовать коммуникационные инструменты для продвижения	Владеть навыками выполнения трудовых действий: разработки и проведения коммуникационных кампаний в организации; формирования каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг организации; разработки технических заданий и предложений по формированию фирменного стиля и рекламной продукции организации; формирования имиджа и деловой репутации организации; организации и проведения мероприятий по связям с общественностью для формирования маркетинговых коммуникаций организации; разработки и проведения рекламных акций по стимулированию продаж; использования коммуникационных инструментов для продвижения; бюджетирования проектов; определения и анализа стейкхолдеров и среды для коммуникаций (медиа, экспертные площадки и пр.); разработки коммуникационной / информационной политики, правил и гайдлайнов по работе с медиа, социальными сетями и пр.; копирайтинга; медиа-планирования; деловых переговоров; организации мероприятий; организации прямой коммуникации при помощи CRM- и интернет-систем (включая социальные сети, блоги и форумы и пр.); организации		



			регулярного трекинга KPI.		
		<b>ОПК-4.</b> Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	Владеть навыками выполнения трудовых действий: применение полученных результатов исследования с целью определения потребностей общества и интересов целевых аудиторий (социологические, маркетинговые, медийные, репутационные и пр.) для создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.		

Тематика практики соотносится с профессиональными задачами, определенными СУОС ПНИПУ по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», научными направлениями кафедры ИЯСО:

- управление инновациями средствами коммуникационного менеджмента (репутационный менеджмент, геобрендинг, брендование отдельных сегментов социально-экономической сферы региона: бренд-товаров, бизнес-брендов в высокотехнологичных отраслях и др.)
- с учетом доминирования высокотехнологичной составляющей Пермского края (промышленный PR, продвижение и позиционирование высокотехнологичных товаров и услуг в рыночной среде и пр.).

### 3.2. Формы контактной работы обучающегося с педагогическими работниками

Структура практики и трудоемкость практики представлена в таблице 3.

Таблица 3 – Структура практики и трудоемкость практики

Разделы (этапы) практики	Количество учебных часов					Трудоемкость в часах /3Е
	Контактная работа				Иная работа обучающегося на практике	
	Всего	Л	ПЗ	КСР или руководство практикой <sup>2</sup>		
Начальный	9			2	7	
Основной	198				198	
Итоговый	9			2	7	
<b>ИТОГО</b>	<b>216</b>			<b>4</b>	<b>212</b>	<b>216/6 3Е</b>

### 3.3. Содержание организационных мероприятий при проведении практики.

#### Методические указания для обучающихся по проведению практики

##### 3.3.1. Этапы организации практики

Процесс организации научно-исследовательской работы состоит из трех этапов:

- подготовительный;
- основной;
- заключительный.

**Подготовительный этап**, как правило, включает следующие мероприятия:

1. Закрепление за обучающимися руководителей по практической подготовки от кафедры.
2. Проведение собеседований научных руководителей с магистрантами для их ознакомления:

<sup>2</sup> Из расчета 1 час в неделю на одного обучающегося

- с тематикой практики;
- с целями и задачами практики;
- с этапами проведения практики;
- с требованиями, которые предъявляются к документации по практике;
- с требованиями, которые предъявляются к используемой научной и нормативно-правовой документации и программному обеспечению.

Тема практики выбирается в зависимости от темы ВКР магистранта.

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 практическая подготовка может быть организована:

1) непосредственно в организации, осуществляющей образовательную деятельность (далее - образовательная организация), в том числе в структурном подразделении образовательной организации, предназначенном для проведения практической подготовки;

2) в организации, осуществляющей деятельность по профилю соответствующей образовательной программы (далее - профильная организация), в том числе в структурном подразделении профильной организации, предназначенном для проведения практической подготовки, на основании договора, заключаемого между образовательной организацией и профильной организацией (часть 7 статьи 13 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»).

При прохождении практик, предусматривающих выполнение работ, при выполнении которых проводятся обязательные предварительные и периодические медицинские осмотры (обследования), обучающиеся проходят соответствующие медицинские осмотры (обследования) в соответствии с Порядком проведения обязательных предварительных и периодических медицинских осмотров (обследований) работников, занятых на тяжелых работах и на работах с вредными и (или) опасными условиями труда, утвержденным приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 12 апреля 2011 года N 302н.

**Основной этап**, как правило, включает комплекс работ по выполнению исследования с применением средств прикладного программного обеспечения и информационно-коммуникационных технологий, разработке и обоснованию выбора варианта решения научно-технической задачи, разработке регламентов, правил и процедур контроля качества данных информационной модели; формированию сводных информационных моделей объекта капитального строительства, протоколов проверки данных информационной модели и ее частей, задания на корректировку данных информационной модели.

Оперативное руководство практикой осуществляют руководители по практической подготовке от кафедры.

На данном этапе магистранты выполняют задания по практике. Перед выполнением каждого вида работ они могут получать дополнительные пояснения от руководителя по практической подготовке от кафедры.

Обучающиеся самостоятельно выполняют комплекс работ в рамках практики. Руководитель по практической подготовке от кафедры контролирует качество выполняемых работ.

**Итоговый этап** завершает практику.

За неделю до назначенной даты зачета по практике обучающиеся представляют на кафедру отчет по практике. Отчеты рассматриваются руководителями практики, предварительно оцениваются и допускаются к защите после проверки их соответствия установленным требованиям. Защита отчетов по практике проводится перед комиссией в составе руководителя по практической подготовке от кафедры и руководителя магистерской программы.

### 3.3.2. Руководители практики



Для руководства практикой, проводимой в ПНИПУ, назначается руководитель (руководители) по практической подготовке из числа лиц, относящихся к профессорско-преподавательскому составу ПНИПУ.

Для руководства практикой, проводимой в профильной организации, назначается руководитель по практической подготовке из числа лиц, относящихся к профессорско-преподавательскому составу ПНИПУ (далее - руководитель по практической подготовке от кафедры). При этом в обязанность профильной организации входит назначение ответственного лица, соответствующего требованиям трудового законодательства Российской Федерации о допуске к педагогической деятельности, из числа работников Профильной организации, которое обеспечивает организацию практики и (или) других компонентов образовательной программы в форме практической подготовки со стороны Профильной организации (далее – ответственный работник Профильной организации).

Руководитель по практической подготовке от кафедры:

обеспечивает организацию образовательной деятельности в форме практической подготовки при проведении практики и (или) реализации других компонентов образовательной программы на базе Профильной организации;

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

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

несет ответственность совместно с ответственным работником Профильной

организации за реализацию компонентов образовательной программы в форме практической подготовки, за жизнь и здоровье обучающихся и работников ПНИПУ, соблюдение ими правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности и санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов во время реализации компонентов образовательной программы в форме практической подготовки в Профильной организации.

### **3.3.3. Обязанности обучающихся**

Обучающийся при выполнении практики обязан:

- добросовестно выполнять задания, предусмотренные программой практики;
- соблюдать правила внутреннего трудового распорядка и режима, действующие на предприятии (учреждении, организации);

- изучить и строго соблюдать требования охраны труда, техники безопасности, производственной санитарии и промышленной безопасности;

- участвовать в рационализаторской и изобретательской работе;

- нести ответственность за выполняемую работу и ее результаты наравне со штатными работниками;

своевременно представить руководителю по практической подготовки от кафедры, письменный отчет о выполнении всех заданий и сдать зачет по практике.

### **3.3.4. Тематика индивидуальных заданий на практику**

При прохождении производственной преддипломной практики (практики для выполнения ВКР) предполагается практическое участие в

- подготовке, планировании и организации коммуникационных и рекламных кампаний,

- проведение мероприятий по повышению имиджа организации, приумножению подконтрольных ей иных нематериальных активов (бренды, репутация и т.д.),

- контроль и оценка предпринятых действий в рамках реализации внутренних и внешних коммуникационных кампаний;

- подбор методик, планирование и организация проведения маркетинговых 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;

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

Данные виды работ должны быть согласованы с тематикой и направленностью ВКР и направлены на формирование умений и навыков:

- анализа публичных и внутрикорпоративных источников информации;
- конкурентного анализа;
- качественного и количественного анализа публичной информации (включая анализ информационного поля);
- анализа целевых аудиторий (стейкхолдеров);
- анализа действий конкурентов (бенчмаркинг);
- проведения коммуникационных (рекламных) кампаний в области товаров (услуг, брендов);
- разработки технических заданий на создание фирменного стиля организации, ее бренда;
- реализации программ повышения потребительской лояльности к товарам (услугам, брендам) организации;
- создания нематериальных активов (брендов) в организации и управление ими;
- разработки и проведения коммуникационных кампаний в организации; организации мероприятий;
- формирования каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг организации;
- разработки технических заданий и предложений по формированию фирменного стиля и рекламной продукции организации;
- формирования имиджа и деловой репутации организации;
- организации и проведения мероприятий по связям с общественностью для формирования маркетинговых коммуникаций организации;
- разработки и проведения рекламных акций по стимулированию продаж;
- определения и анализа стейкхолдеров и среды для коммуникаций (медиа, экспертные площадки и пр.);
- разработки коммуникационной / информационной политики, правил и гайдлайнов по работе с медиа, социальными сетями и пр.;
- копирайтинга;
- медиа-планирования;
- деловых переговоров;
- организации прямой коммуникации при помощи CRM- и интернет-систем (включая социальные сети, блоги и форумы и пр.);
- организации регулярного трекинга KPI.

#### 4. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике

Показатели освоения компетенций на практике содержат характеристику видов работ, выполненных обучающимся во время практики (см. табл.2), критерии – указание на их объем и (или) качество выполнения в соответствии с технологией и (или) требованиями организации, в которой проходила практика. Критерии оценки уровней освоения компетенций по каждому показателю (индикатору достижения результатов обучения) при прохождении преддипломной практики представлены в таблице 4.4.

Таблица 4.4 – Критерии оценки уровней освоения компетенций при прохождении практики

Вид деятельности, средство контроля	Критерии оценки уровней освоения компетенций по 100-балльной шкале оценивания результатов обучения		
	пороговый	продвинутый	высокий



Поиск научно-технической информации, постановка научно-технических задач в области рекламы и связей с общественностью на основе знания проблем данной отрасли и опыта их решения	отчет по практике	Достаточная интерпретация полученных данных поиска, постановка научно-технических задач в области рекламы и связей с общественностью на основе знания проблем данной отрасли и опыта их решения с помощью руководителя практики	Полная и глубокая интерпретация полученных данных поиска, постановка научно-технических задач в области рекламы и связей с общественностью на основе знания проблем данной отрасли и опыта их решения с частичной помощью руководителя практики	Полная и глубокая интерпретация полученных данных поиска, самостоятельная постановка научно-технических задач в области рекламы и связей с общественностью на основе знания проблем данной отрасли и опыта их решения
<b>Количество баллов</b>		<b>10</b>	<b>15</b>	<b>20</b>
Разработка плана исследования	отчет по практике	План исследования в рамках преддипломной практики разработан с помощью руководителя практики	План исследования в рамках преддипломной практики разработан с частичной помощью руководителя практики	План исследования в рамках преддипломной практики разработан самостоятельно
<b>Количество баллов</b>		<b>10</b>	<b>15</b>	<b>20</b>
Выполнение исследования с применением средств прикладного программного обеспечения и информационно-коммуникационных технологий	отчет по практике	Исследования с применением средств прикладного программного обеспечения и информационно-коммуникационных технологий выполнены с помощью руководителя	Исследования с применением средств прикладного программного обеспечения и информационно-коммуникационных технологий выполнены с частичной помощью руководителя	Самостоятельно выполнены исследования с применением средств прикладного программного обеспечения и информационно-коммуникационных технологий
<b>Количество баллов</b>		<b>10</b>	<b>15</b>	<b>20</b>
Разработка и обоснование выбора варианта решения конкретной коммуникационной задачи.	отчет по практике	Не в полной мере разработан и обоснован выбор варианта решения коммуникационной задачи.	В полной мере разработан и обоснован выбор варианта решения коммуникационной задачи, имеются отдельные замечания.	В полной мере разработан и обоснован выбор варианта решения коммуникационной задачи.
<b>Количество баллов</b>		<b>10</b>	<b>15</b>	<b>20</b>
Анализ полученных результатов исследования с применением средств прикладного программного обеспечения и информационно-коммуникационных технологий. Оформлен отчет по практике	отчет по практике	С помощью руководителя выполнен анализ полученных результатов исследования. Представлен текст отчета, включающий: оглавление, введение, теоретическую главу, практическую часть отчета, список литературы, приложения (при необходимости). Соблюдение основных требований к содержанию и оформлению отчета. Наличие логически непротиворечивой структуры отчета. Наличие корректного	С частичной помощью руководителя выполнен анализ полученных результатов исследования. Представлен текст отчета, включающий: оглавление, введение, теоретическую главу, практическую часть отчета, список литературы, приложения (при необходимости). Соблюдение всех требований к содержанию и оформлению отчета. Наличие рационального структурирования отчета. Наличие корректного введения и определения	Самостоятельно выполнен анализ полученных результатов исследования. Представлен текст отчета, включающий: оглавление, введение, теоретическую главу, практическую часть отчета, список литературы, приложения (при необходимости). Соблюдение всех требований к содержанию и оформлению отчета. Наличие рационального структурирования отчета. Наличие корректного введения и определения используемых

		введения и определения используемых терминов. Текст отвечает требованиям ясности, логичности, непротиворечивости. Стиль изложения соответствует литературной норме, присутствуют отдельные стилистические погрешности.	используемых терминов, их самостоятельная интерпретация. Текст отвечает требованиям ясности, логичности, непротиворечивости. Стиль изложения полностью соответствует литературной норме.	терминов, их самостоятельная интерпретация. Текст отвечает требованиям ясности, логичности, непротиворечивости. Стиль изложения полностью соответствует литературной норме. Стиль изложения отличается яркостью, разумной метафоричностью.
<b>Количество баллов</b>		<b>10</b>	<b>15</b>	<b>20</b>
<b>Всего баллов</b>		<b>50</b>	<b>75</b>	<b>100</b>

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

- «неудовлетворительной» считается работа магистранта на практике, результаты которой оценены 49 баллами и ниже;
- отметка «удовлетворительно» выставляется, если результаты практики оцениваются в пределах 50-69 баллов;
- отметка «хорошо» выставляется при наличии от 70 до 84 баллов;
- отметка «отлично» - при наличии от 85 до 100 баллов.

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

### 5.1. Учебно-методическая литература

№ п/п	Библиографическое описание (автор, заглавие, вид издания, место, издательство, год издания, количество страниц)	Количество экземпляров в библиотеке
<b>I. Основная литература</b>		
	Новиков Ю. Н. Подготовка и защита бакалаврской работы, магистерской диссертации, дипломного проекта / Новиков Ю. Н. - Санкт-Петербург: Лань, 2018.	электронный ресурс <a href="http://elib.pstu.ru/Record/lanRU-LAN-BOOK-103143">http://elib.pstu.ru/Record/lanRU-LAN-BOOK-103143</a>
	Е. Г. Порсев Магистерская диссертация : Учебно-методическое пособие / Е. Г. Порсев. - Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2013.	электронный ресурс <a href="http://elib.pstu.ru/Record/iprbooks84749">http://elib.pstu.ru/Record/iprbooks84749</a>
	В. В. Московцев Магистерская диссертация : Учебно-методическое пособие / В. В. Московцев, Л. В. Московцева, Е. С. Маркова. - Липецк: Липецкий государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2015.	электронный ресурс <a href="http://elib.pstu.ru/Record/iprbooks85987">http://elib.pstu.ru/Record/iprbooks85987</a>
	Выпускная квалификационная работа. Структура, содержание, оформление : Учебно-методическое пособие / сост. В. П. Морозов. - Воронеж: Воронежский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2015.	электронный ресурс <a href="http://elib.pstu.ru/Record/iprbooks85665">http://elib.pstu.ru/Record/iprbooks85665</a>
	Кузнецов И. П. Научное исследование: методика проведения и оформление / И. П. Кузнецов. - Москва: Дашков и К, 2004.	19
	Ануфриев А.Ф. Научное исследование: Курсовые, дипломные и диссертационные работы / А.Ф.Ануфриев. - Москва: Ось-89, 2005.	6
	Кондратьев Э. В. Связи с общественностью : учебное пособие для вузов / Э. В. Кондратьев, Р. Н. Абрамов. - Москва: Акад. проект, 2004.	электронный ресурс <a href="http://elib.pstu.ru/Record/RUPSTUbooks68622">http://elib.pstu.ru/Record/RUPSTUbooks68622</a>
	Т. Л. Чернышева Связи с общественностью (PR) : Учебное пособие / Т. Л. Чернышева. - Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2012.	электронный ресурс <a href="http://elib.pstu.ru/Record/iprbooks84930">http://elib.pstu.ru/Record/iprbooks84930</a>
	Годин А. М. Брендинг : учебное пособие / А. М. Годин, А. А. Дмитриев, И. Б. Бабленков. - Москва: Дашков и К, 2004.	7 <a href="http://elib.pstu.ru/Record/RUPSTUbooks68493">http://elib.pstu.ru/Record/RUPSTUbooks68493</a>
	Шарков Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейнз, брендинг : учебное пособие для вузов / Ф. И. Шарков. - Москва: Дашков и К, Изд-во Шаркова, 2018.	25



№ п/п	Библиографическое описание (автор, заглавие, вид издания, место, издательство, год издания, количество страниц)	Количество экземпляров в библиотеке
<b>2. Дополнительная литература</b>		
	Бинецкий А. Э. Паблик рилейшнз: Защита интересов и репутации бизнеса : учебно-практическое пособие / А. Э. Бинецкий. - Москва: ЭКМОС, 2003..	6
	Лейни Т. А. Бренд-менеджмент : учебно-практическое пособие / Т. А. Лейни, Е. А. Семенова, С. А. Шилина. - М: Дашков и К, 2008.	5
	Богданов Е. Н. Психологические основы "Паблик рилейшнз" : учебное пособие для вузов / Е. Н. Богданов, В. Г. Зазыкин. - Санкт-Петербург: Питер, 2003.	6
	Рудая Е.А. Основы бренд-менеджмента : учебное пособие для вузов / Е.А. Рудая. - М.: Аспект Пресс, 2006.	6
	Чернатони Л. Бренддинг. Как создать мощный бренд : учебник для вузов : пер. с англ. / Л. Чернатони, М. МакДональд. - Москва: ЮНИТИ, 2006.	3
	Перция В.М. Анатомия бренда / В.М. Перция, Л.А. Мамлеева. - М.: Вершина, 2007.	3
	Рева В. Е. Управление репутацией : учебное пособие / В. Е. Рева. - Москва: Дашков и К, 2018.	2
	Темпорал П. Эффективный бренд-менеджмент : пер. с англ. / П. Темпорал. - Санкт-Петербург: Нева, 2003.	2
	Макашев М. О. Бренд : учебное пособие для вузов / М. О. Макашев. - Москва: ЮНИТИ, 2004.	3
	Джи Б. Имидж фирмы. Планирование, формирование, продвижение : пер. с англ. / Б. Джи. - Санкт-Петербург: Питер, 2000.	4
	Венедиктова В. И. Деловая репутация: личность, культура, этика, имидж делового человека / В. И. Венедиктова. - Москва: Ин-т новой экономики, 1996.	4
	Должностная инструкция сотрудника отдела информационных систем и связей с общественностью ФБГ ОУ ВО «Пермский национальный исследовательский политехнический университет»	
	Должностная инструкция сотрудника ФБГ ОУ ВО «Пермский национальный исследовательский политехнический университет»	

## 5.2. Электронная учебно-методическая литература и ресурсы сети «Интернет»

Наименование разработки	Ссылка на информа- ционный ресурс	Доступность ЭБС (сеть Интернет / локаль- ная сеть; авторизован- ный / свободный доступ)
eLibrary [Электронный ресурс: полнотекстовая база данных: электрон. журн. на рус, англ., нем. яз.: реф. и наукометр. база данных] / Науч. электрон. б-ка. – Москва, 1869-	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a>	сеть Интернет/ авторизованный доступ
Web of Science (Web of Knowledge) [Electronic resource: реф. и наукометр. база данных на англ. яз. по всем отраслям знания] / Thomson Reuters. – New York, 2001-	<a href="http://apps.webofknowledge.com/">http://apps.webofknowledge.com/</a>	сеть Интернет/ авторизованный доступ
Лань [Электронный ресурс: электрон-библ. система: полнотекстовая база данных электрон. документов по гуманитар., естеств. и техн. наукам] / Изд-во «Лань». – Санкт-Петербург: Лань, 2010-	<a href="http://e.lanbook.com/">http://e.lanbook.com/</a>	сеть Интернет/ авторизованный доступ
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.	<a href="http://elib.pstu.ru/">http://elib.pstu.ru/</a>	сеть Интернет/ авторизованный доступ
Science [Электронный ресурс]: [электрон. версия еженед. междисциплинар. науч. журн. на англ. яз.] / The American Association for the Advancement of Science (AAAS). – Washington, 2017.	<a href="http://www.sciencemag.org/magazine">http://www.sciencemag.org/magazine</a>	сеть Интернет/ авторизованный доступ
Электронная библиотека Юрайт [Электронный ресурс] : [платформа и полнотекстовая база данных : электрон. версии кн. по гуманитарн., естеств. и техн. наукам] / ООО «Электрон. изд-во ЮРАЙТ». – [Москва, 2013-].	<a href="https://www.biblio-online.ru">https://www.biblio-online.ru</a>	сеть Интернет/ авторизованный доступ

## 6. Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики

### 6.1. Перечень программного обеспечения (ПО)

Таблица 6.1 Состав лицензионного программного обеспечения, используемого при осуществлении образовательного процесса на практике

№ п.п.	Наименование программного продукта	Рег. номер	Назначение
1	Операционная система Microsoft Windows	42615552	прикладное программное обеспечения для работы с электронными таблицами, процессорами; системами по работе с базами данных; интегрированными пакетами программ
2	Microsoft Office Professional 2007	42661567	офисный пакет приложений для работы с различными типами документов: текстами, электронными таблицами, базами данных и др.
3	Microsoft Excel	42661567	прикладное программное обеспечения для работы с электронными таблицами, процессорами
4	Adobe Acrobat Reader DC	бесплатное ПО просмотра PDF	программное обеспечения для создания и редактирования интеллектуальных документов PDF

### 6.2. Перечень информационных справочных систем (при необходимости)

№ п/п	Наименование	Ссылка на информационный ресурс
1	Консультант Плюс – 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	eLibrary [Электронный ресурс: полнотекстовая база данных: электрон. журн. на рус, англ., нем. яз.: реф. и наукометр. база данных] / Науч. электрон. б-ка. – Москва, 1999-.	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a> авторизованный доступ
3	Web of Science (Web of Knowledge) [Electronic resource: реф. и наукометр. база данных на англ. яз. по всем отраслям знания] / Thomson Reuters. – New York, 2001-.	<a href="http://apps.webofknowledge.com/">http://apps.webofknowledge.com/</a> авторизованный доступ
4	Лань [Электронный ресурс: электрон-библ. система: пол-нотекстовая база данных электрон. документов по гуманитар., естеств. и техн. наукам] / Изд-во «Лань». – Санкт-Петербург: Лань, 2010-.	<a href="http://e.lanbook.com/">http://e.lanbook.com/</a> авторизованный доступ
5	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.	<a href="http://elib.pstu.ru/">http://elib.pstu.ru/</a> авторизованный доступ
6	Science [Электронный ресурс]: [электрон. версия еженед. междисциплинар. науч. журн. на англ. яз.] / The American Association for the Advancement of Science (AAAS). – Washington, 2017.	<a href="http://www.sciencemag.org/magazine">http://www.sciencemag.org/magazine</a> авторизованный доступ
7	Электронная библиотека Юрайт [Электронный ресурс] : [платформа и полнотекстовая база данных : электрон. версии кн. по гуманитарн., естеств. и техн. наукам] / ООО «Электро. изд-во ЮРАЙТ». – [Москва, 2013-].	<a href="https://www.biblio-online.ru">https://www.biblio-online.ru</a> авторизованный доступ

## 7. Описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики

Выполнение практики ориентировано на самостоятельную учебную деятельность под руководством и контролем руководителя практики от кафедры ИЯСО. Для выполнения индивидуальных заданий и написания отчетов студентам обеспечивается доступ к персональным компьютерам со стандартным набором программного обеспечения и сети Internet.

Таблица 7.1 Специализированные лаборатории и классы

№ п.п.	Помещения			Площадь, м <sup>2</sup>	Количество посадочных мест
	Название	Принадлежность (кафедра)	Номер аудитории		
1	2	3	4	5	6
1	Мультимедийная аудитория	Кафедра ИЯиСО	302, корпус Г	19	16



2	Компьютерные классы	Гуманитарный факультет	516 Корпус А	Не менее 15-20
---	---------------------	------------------------	-----------------	----------------

Таблица 7.2 Учебное оборудование

№ п.п.	Наименование и марка оборудования	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
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 Корпус Г
9	Сетевая беспроводная точка доступа (Wi-Fi)		Оперативное управление	
10	Сетевой коммутатор SNR-S2960-48J		Оперативное управление	

Зав. кафедрой ИЯиСО д-р филол. наук



С.С. Шляхова

СОГЛАСОВАНО

Начальник учебно-методического управления,  
канд. техн. наук


Д.С. Репецкий

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Пермский национальный исследовательский  
политехнический университет»  
Гуманитарный факультет  
кафедра «Иностранные языки и связи с общественностью»  
направление подготовки: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

**О Т Ч Е Т**  
**по производственной практике,**  
**преддипломной**

Выполнил студент гр. \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
(Фамилия, имя, отчество)

\_\_\_\_\_  
(подпись)

Проверил:

\_\_\_\_\_  
(должность, Ф.И.О. руководителя по практической подготовке от кафедры)

\_\_\_\_\_  
(оценка)

\_\_\_\_\_  
(подпись)

\_\_\_\_\_  
(дата)

Пермь 202\_



## 1. Введение

### Цели и задачи производственной преддипломной практики

Цель: Формирование способности анализировать, критически осмысливать и представлять информацию, осуществлять поиск научно-технической информации, приобретать новые знания, в том числе с помощью информационных технологий; способности ставить и решать научно-технические задачи в области рекламы и связей с общественностью на основе знания проблем отрасли и опыта их решения; способности с помощью информационных технологий создавать и управлять коммуникационными проектами; 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.

Задачи:

- выполнение работ, определенных индивидуальным заданием на практику, обеспечивающих достижение планируемых в компетентностном формате результатов обучения;
- выполнение выпускной квалификационной работы;
- оформление отчета, содержащего материалы этапов работы, раскрывающих уровень освоения заданного перечня компетенций;
- подготовка и проведение защиты полученных результатов.

### Характеристика организации, в которой проходила практика

#### Характеристика PR-отдела / подразделения, который формирует и регулирует внешние и внутренние коммуникации

Название и структура PR-отдела / подразделения.

Функции PR-отдела / подразделения данной организации.

### 2. Основная часть включает разделы (задания), обозначенные в теме индивидуального задания

## 3. Заключение

### Список использованной литературы

**Приложения** (результаты проведенных исследований, скриншоты информационных материалов, фото с мероприятий и пр.)

## Приложение 2

*Форма рабочего графика (плана) с индивидуальным заданием на практику*

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
 Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
 высшего образования  
 «Пермский национальный исследовательский  
 политехнический университет»  
 Гуманитарный факультет  
 кафедра «Иностранные языки и связи с общественностью»  
 направление подготовки: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

УТВЕРЖДАЮ  
 Зав. кафедрой ИЯиСО  
 д-р филол. наук  
 \_\_\_\_\_ С.С. Шляхова  
 « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 202\_ г.

**Рабочий график (план)  
 проведения практики**

**Вид практики:** производственная практика

**Тип практики:** преддипломная

**Место проведения:** \_\_\_\_\_  
 (официальное наименование организации и подразделения)

**Сроки и продолжительность практики:** \_\_\_\_\_

**Учебная группа:** \_\_\_\_\_

## СОСТАВИТЕЛИ:

\_\_\_\_\_  
 (должность, Ф.И.О. руководителя по практической  
 подготовке от кафедры)

\_\_\_\_\_ (подпись) \_\_\_\_\_ (дата)

\_\_\_\_\_  
 (должность, Ф.И.О. научного руководителя)

\_\_\_\_\_ (подпись) \_\_\_\_\_ (дата)

---

Пермь 202\_



## Индивидуальное задание на практику студента группы \_\_\_\_\_

(Фамилия, Имя, Отчество)

### 1. Тема индивидуального задания:

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

**ПКО-1.** Способен разрабатывать коммуникационные стратегии коммуникационных проектов в медиасфере, в т.ч. создание нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации; использовать технические средства и интегрировать современные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта

**ПКО-2.** Способен реализовывать коммуникационную стратегию, в т.ч. разрабатывать, внедрять и совершенствовать систему маркетинговых коммуникаций в организации; использовать коммуникационные инструменты для продвижения

**ОПК-4.** Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты

### 3. Рабочий график (план) проведения практики

№	Наименование этапа	Наименование работ	Место выполнения (подразделение)	Сроки		Отметка о выполнении работы (оценка и подпись руководителя)
				начало	окончание	
1	1 этап (начальный)					
2	2 этап (основной)					
3	3 этап (итоговый)					

### 4. Место прохождения практики: \_\_\_\_\_

**5. Срок сдачи студентом отчета по практике и отзыва от профильной организации руководителю по практической подготовке от кафедры:** \_\_\_\_\_

**6. Содержание отчета**

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

### **7. Требования к разрабатываемой отчетной документации**

Отчет по практике должен быть составлен в соответствии с требованиями ГОСТ 7.32–2017 «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 производственной практике (научно-исследовательской работе) должен быть не менее 20 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 производственную практику (научно-исследовательскую работу), содержащее календарный план выполнения производственной практики (научно-исследовательской работы). 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 производственной практики (научно-исследовательской работы) (при необходимости) и отзыв руководителя производственной практики (научно-исследовательской работы) от кафедры.

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.

Задание принял к исполнению

\_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_) (Ф.И.О.)

(подпись)

(Ф.И.О.)

« \_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.



