

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 учебной работе
Н. В. Лобов

«01» сентября 2021 г.

ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

Вид практики: Производственная практика

Тип практики: научно-исследовательская работа (НИР)

Форма проведения: распределенная в семестре

Объем практики: 3 ЗЕ

Продолжительность практики: 108 час. (8 семестр)

Виды контроля: диф. зачет в 8 семестре

Уровень высшего образования: бакалавриат

Форма обучения: очная

Направление подготовки: 42.03.01. Реклама и связи с общественностью

Направленность: Связи с общественностью и реклама

1. Общие положения

1.1. Цели и задачи практики

Цель: Формирование способности разрабатывать контент в сфере рекламы и связей с общественностью, создавать (написание информационных материалов для сайта) и редактировать информационные ресурсы (ПКО-1); разрабатывать и реализовывать коммуникационные проекты (ПКО-2); определять, анализировать и описывать целевые аудитории (стейкхолдеров), каналы коммуникации с ними и коммуникационную среду для реализации стратегии коммуникаций (ПКО-3).

Задачи:

- выполнение работ, определенных индивидуальным заданием на практику (НИР), обеспечивающих достижение планируемых в компетентностном формате результатов обучения и сбора материала для подготовки ВКР;
- оформление отчета, содержащего материалы этапов работы в рамках НИР, раскрывающих уровень освоения заданного перечня компетенций, и материалы для подготовки ВКР;
- 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: 4 (8 семестр)

1.2.3. Связь с дисциплинами учебного плана

Перечень предшествующих дисциплин	Перечень последующих дисциплин
Основы журналистики, Иностранный язык в профессиональной сфере (английский язык-1), Культура речи: эффективные коммуникации. Учебная практика, профессионально-ознакомительная, Политология и политический консалтинг, Учебно-исследовательская работа, Планирование и реализация рекламных кампаний, Стилистика и литературное редактирование. Теория и практика связей с общественностью, Основы маркетинга, Основы менеджмента, Основы рекламной коммуникации, Копирайтинг, Основы теории коммуникации, Управление коммуникационными проектами, Управление медиарилейшенз	Преддипломная практика

1.3. Способ проведения практики

Стационарная практика.

1.3. Место проведения практики

Практика проводится на кафедре иностранных языков и связей с общественностью ПНИПУ. Практика осуществляется в виде непрерывного цикла во время, свободное от теоретического обучения, согласно утвержденному учебному плану.

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 в форме отчетов по НИР; 8 семестр – дифференцированный зачет.

2. Планируемые результаты обучения при прохождении практики

Планируемые результаты обучения при прохождении практики представлены в таблице 1.

Таблица 1 - Планируемые результаты обучения

Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики ¹
<p>ПКО-1. Способен разрабатывать контент в сфере рекламы и связей с общественностью, создавать (написание информационных материалов для сайта) и редактировать информационные ресурсы</p>	<p>ИД-1_{пко-1}. Знает законодательство Российской Федерации в области интеллектуальной собственности, СМИ, рекламы, связей с общественностью, стандарты и этические принципы, регулирующие коммуникационную политику организации; правила использования информационных материалов в Интернет; техники сегментирования аудиторий; базовые техники проведения соцопросов и интервью; принципы редактирования и корректуры текстов; принципы копирайтинга и рерайта; структуры текстов различных жанров в сфере рекламы и связей с общественностью; принципы визуализации данных; психологию и социологию восприятия контента.</p> <p>ИД-2_{пко-1}. Умеет формулировать целевые параметры контента с учетом целей и задач контента; целевых аудиторий контента, их ценностей, ожиданий; определять жанр, основные месседжи, идеи контента; писать тексты литературным, техническим и рекламным языком; реферировать, аннотировать и модифицировать тексты; определять каналы передачи контента.</p> <p>ИД-3_{пко-1}. Владеет навыками поиска и анализа информации (анализ документов, поиск информации в открытых источниках); переработки текстов различной тематики (рерайт); написания статей, обзоров и других текстов на заданную тематику (копирайтинг); редактирования и корректуры текстов.</p>	<p>Знать законодательство Российской Федерации в области интеллектуальной собственности, СМИ, рекламы, связей с общественностью, стандарты и этические принципы, регулирующие коммуникационную политику организации; правила использования информационных материалов в Интернет; техники сегментирования аудиторий; базовые техники проведения соцопросов и интервью; принципы редактирования и корректуры текстов; принципы копирайтинга и рерайта; структуры текстов различных жанров в сфере рекламы и связей с общественностью; принципы визуализации данных; психологию и социологию восприятия контента.</p> <p>Уметь формулировать целевые параметры контента с учетом целей и задач ВКР; целевых аудиторий контента, их ценностей, ожиданий с учетом целей и задач ВКР; определять жанр, основные месседжи, идеи контента, писать тексты литературным, техническим и рекламным языком, реферировать, аннотировать и модифицировать тексты с учетом целей и задач ВКР; определять каналы передачи контента с учетом целей и задач ВКР.</p> <p>Владеть навыками поиска и анализа информации (анализ документов, поиск информации в открытых источниках); переработки текстов различной тематики (рерайт) с учетом целей и задач ВКР; написания статей, обзоров и других текстов (копирайтинг) с учетом целей и задач ВКР; редактирования и корректуры текстов с учетом целей и задач ВКР.</p>
<p>ПКО-2. Способен разрабатывать и реализовывать коммуникационные проекты</p>	<p>ИД-1_{пко-2}. Знает принципы и этапы организации рекламных и PR проектов; основные методы проектного планирования; законодательство Российской Федерации в области рекламы, связей с общественностью и маркетинговой деятельности, стандарты и этические принципы, регулирующие коммуникационную политику организации; методы медиа-планирования; основы бюджетирования; инструменты маркетинговых коммуникаций (реклама, BTL, digital и пр.); технологии работы с контентом (определение целей-задач, стратегических фокусов, копирайтинг и пр.); процедуры,</p>	<p>Знать принципы и этапы организации рекламных и PR проектов; основные методы проектного планирования; законодательство Российской Федерации в области рекламы, связей с общественностью и маркетинговой деятельности, стандарты и этические принципы, регулирующие коммуникационную политику организации; методы медиа-планирования; основы бюджетирования; инструменты маркетинговых коммуникаций (реклама, BTL, digital и пр.); технологии работы с контентом (определение целей-задач, стратегических фокусов, копирайтинг и пр.); процедуры, методики качественного и количественного анализа социологических, медийных и иных данных;</p>

¹ Конкретные результаты обучения при прохождении практики и виды работ, выполняемые студентом, обусловлены направленностью и тематикой НИР и ВКР, что обуславливает вариативность конкретных результатов работ.

	<p>методики качественного и количественного анализа социологических, медийных и иных данных;</p> <p>ИД-2пко-2. Умеет проводить внутренние и внешние коммуникационные кампании; продвигать товары (услуги) организации на рынок; проводить и интерпретировать социологические, маркетинговые, репутационные, медийные и прочие исследования (качественные и количественные); разрабатывать план мероприятий по реализации коммуникационного проекта; разрабатывать пакет информационных материалов (информация о компании, буклеты, справки, пресс-портреты, информация о проектах, Q&A и пр.), включая разработку контента, визуализацию; разрабатывать систему оценки эффективности коммуникационных программ.</p> <p>ИД-3пко-2. Владеет навыками разработки и проведения коммуникационных кампаний в организации; определения каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг организации; разработки рекламных акций по стимулированию продаж; бюджетирования проектов; определения и анализа стейкхолдеров и среды для коммуникаций (медиа, экспертные площадки и пр.); разработки коммуникационного проекта, правил и гайдлайнов по работе с медиа, социальными сетями и пр.; копирайтинга; медиа-планирования; деловых переговоров; ведения прямой коммуникации при помощи CRM- и интернет-систем (включая социальные сети, блоги и форумы и пр.); оценки эффективности коммуникационных продуктов.</p>	<p>Уметь проводить внутренние и внешние коммуникационные кампании; продвигать товары (услуги) организации на рынок; проводить и интерпретировать социологические, маркетинговые, репутационные, медийные и прочие исследования (качественные и количественные); разрабатывать план мероприятий по реализации коммуникационного проекта; разрабатывать пакет информационных материалов (информация о компании, буклеты, справки, пресс-портреты, информация о проектах, Q&A и пр.), включая разработку контента, визуализацию; разрабатывать систему оценки эффективности коммуникационных программ с учетом целей и задач ВКР.</p> <p>Владеть навыками разработки коммуникационных кампаний в организации с учетом целей и задач ВКР; определения каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг организации с учетом целей и задач ВКР; разработки рекламных акций по стимулированию продаж с учетом целей и задач ВКР; бюджетирования проектов с учетом целей и задач ВКР; определения и анализа стейкхолдеров и среды для коммуникаций (медиа, экспертные площадки и пр.) с учетом целей и задач ВКР; разработки коммуникационного проекта, правил и гайдлайнов по работе с медиа, социальными сетями и пр. с учетом целей и задач ВКР; копирайтинга; медиа-планирования; деловых переговоров; ведения прямой коммуникации при помощи CRM- и интернет-систем (включая социальные сети, блоги и форумы и пр.) с учетом целей и задач ВКР; оценки эффективности коммуникационных продуктов с учетом целей и задач ВКР.</p>
<p>ПКО-3. Способен определять, анализировать и описывать целевые аудитории (стейкхолдеров), каналы коммуникации с ними и коммуникационную среду для реализации стратегии коммуникаций</p>	<p>ИД-1пко-3. Знает системы стейкхолдеров компании, их влияния на компанию (на стратегию, коммуникацию и пр.); каналы коммуникации с различными целевыми аудиториями; технику сегментирования аудиторий; методы анализа стейкхолдеров и эффективности каналов коммуникации; специфику коммуникаций с различными типами целевых аудиторий; методы анализа среды для коммуникации; принципы и технологии взаимодействия со СМИ и другими каналами коммуникации;</p> <p>ИД-2пко-3. Умеет определять и анализировать систему стейкхолдеров компании, их влияния на компанию (на стратегию, коммуникацию и пр.);</p>	<p>Знать системы стейкхолдеров компании, их влияния на компанию (на стратегию, коммуникацию и пр.); каналы коммуникации с различными целевыми аудиториями; технику сегментирования аудиторий; методы анализа стейкхолдеров и эффективности каналов коммуникации; специфику коммуникаций с различными типами целевых аудиторий; методы анализа среды для коммуникации; принципы и технологии взаимодействия со СМИ и другими каналами коммуникации;</p> <p>Уметь определять и анализировать систему стейкхолдеров компании, их влияния на компанию (на стратегию, коммуникацию и пр.) с учетом целей и задач ВКР; планировать и разрабатывать соцопросы, фокус-группы, мониторинг СМИ, анализ</p>

	<p>проводить соцопросы, фокус-группы, мониторинг СМИ, анализ конкурентной среды, экспертные интервью, контент-анализ, SWOT-анализ, анализ оценки посещаемости и характеристик аудитории сайта, обобщенных характеристик аудитории сайта; анализировать эффективность коммуникации со стейкхолдерами и каналов коммуникации с ними.</p> <p>ИД-3_{пко.з}. Владеет навыками анализа среды для коммуникации и работы с постоянно меняющейся средой; формирования коммуникационной среды организации; проведения соцопросов, фокус-групп, мониторинга СМИ, анализа конкурентной среды, экспертных интервью, контент-анализа, SWOT-анализа, анализа оценки посещаемости и характеристик аудитории сайта, обобщенных характеристик аудитории сайта; анализа эффективности коммуникации со стейкхолдерами и каналов коммуникации с ними.</p>	<p>конкурентной среды, экспертные интервью, контент-анализ, SWOT-анализ, анализ оценки посещаемости и характеристик аудитории сайта, обобщенных характеристик аудитории сайта с учетом целей и задач ВКР; анализировать эффективность коммуникации со стейкхолдерами и каналов коммуникации с ними с учетом целей и задач ВКР.</p> <p>Владеть навыками анализа среды для коммуникации и работы с постоянно меняющейся средой с учетом целей и задач ВКР; формирования коммуникационной среды организации; проведения соцопросов, фокус-групп, мониторинга СМИ, анализа конкурентной среды, экспертных интервью, контент-анализа, SWOT-анализа, анализа оценки посещаемости и характеристик аудитории сайта, обобщенных характеристик аудитории сайта с учетом целей и задач ВКР; анализа эффективности коммуникации со стейкхолдерами и каналов коммуникации с ними с учетом целей и задач ВКР.</p>
--	---	--

3. Содержание практики

3.1. Содержание видов работ обучающихся на практике

Основной целью производственной практики (НИР) является формирование первичных навыков в проведении исследований в сфере рекламы и связей с общественностью, сбор материалов и проведение исследований, необходимых для выполнения ВКР и написания научных статей по направлению подготовки 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью». Производственная практика (НИР) ориентирована на выполнение самостоятельной работы, которая структурируется по видам работ, относящихся к этапам практики.

Общая структура производственной практики (НИР) предусматривает 3 этапа:

Этап 1. Анализ проблемы, выбор направления исследования, составление плана исследования. Теоретические исследования:

- Практические занятия;
- проведение аналитического обзора российских и зарубежных информационных источников;
- исследование объекта и предмета НИР;
- разработка и анализ теоретического обоснования объекта НИР;
- выбор направления исследований, в том числе:
 - разработка возможных направлений исследований;
 - обоснование выбора оптимального варианта направления исследований;
 - формулирование целей, задач, объекта и предмета исследований;
- подведение итогов выполнения 1 этапа НИР.

Этап 2. Экспериментальные исследования: формирование экспериментальной базы

- Практические занятия;
- выбор методов и методик исследования;
- разработка экспериментальной базы исследования;
- составление плана исследования;
- подведение итогов выполнения 2 этапа НИР.

Этап 3. Экспериментальные исследования:

- Практические занятия;
- формирование экспериментальной базы (анкеты, фокус-группы, экспертные интервью и пр.);
- пилотажное исследование (при необходимости) (проверки обоснованности гипотез и задач, методической корректности инструментария и пр.);
- тестирование экспериментальной базы, ее корректировка (при необходимости);
- подведение итогов выполнения 3 этапа НИР;
- подготовка промежуточного отчета и его защита.

Выполнение производственной практики (НИР) проводится по этапам индивидуального задания.

Содержание практики по видам работ и результатам обучения при прохождении производственной практики (НИР) 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) ²
	2	3	4	5	6
	<p>Этап 1. Анализ проблемы, выбор направления исследования. Теоретическое исследование:</p> <ul style="list-style-type: none"> • проведение аналитического обзора российских и зарубежных информационных источников; • исследование объекта и предмета НИР; • разработка и анализ теоретического обоснования 	<p>ПКО-1.</p> <p>Способен разрабатывать контент в сфере рекламы и связей с общественностью, создавать информационные материалы для сайта) и редактировать информационные ресурсы</p>	<p>Знать законодательство Российской Федерации в области интеллектуальной собственности, СМИ, рекламы, связей с общественностью, стандарты и этические принципы, регулирующие коммуникационную политику организации; правила использования информационных материалов в Интернет; техники сегментирования аудиторий; базовые техники проведения соцопросов и интервью; принципы редактирования и корректуры текстов; принципы копирайтинга и рерайта: структуры текстов различных жанров в сфере рекламы и связей с общественностью; принципы визуализации данных; психологию и социологию восприятия контента.</p> <p>Уметь формулировать целевые параметры контента с учетом целей и задач ВКР; целевых аудиторий контента, их ценностей, ожиданий с учетом целей и задач ВКР; определять каналы передачи контента с учетом целей и задач ВКР.</p> <p>Владеть навыками поиска и анализа информации (анализ документов, поиск информации в открытых источниках); переработки текстов различной тематики (рерайт) с учетом целей и задач ВКР; написания статей, обзоров и других текстов (копирайтинг) с учетом целей и задач ВКР.</p>	<p>Письменный аналитический обзор информационных источников, библиографический список литературы по теме с учетом целей и задач ВКР.</p>	<p>Представлен аналитический обзор информационных источников (аналитический обзор литературы по теме, библиографический список литературы по теме, в том числе англоязычные и электронные базы данных). Проведено исследование объекта НИР, проведен выбор направления исследований (определение используемой в работе терминологии, анализ</p>

² Конкретные результаты обучения при прохождении практики и виды работ, выполняемые студентом на практике, обусловлены направленностью и тематикой НИР и ВКР, что обуславливает вариативность конкретных результатов работ.

<p>объекта НИР;</p> <ul style="list-style-type: none"> • выбор направления исследований, в том числе: <ul style="list-style-type: none"> - разработка возможных направлений исследований; - обоснование выбора оптимального варианта направления исследований; - формулирование целей, задач, объекта и предмета исследований. 	<p>ПКО-2. Способен разрабатывать и реализовывать коммуникационные проекты</p>	<p>Знать принципы и этапы организации рекламных и PR проектов; основные методы проектного планирования; законодательство Российской Федерации в области рекламы, связей с общественностью и маркетинговой деятельности, стандарты и этические принципы, регулирующие коммуникационную политику организации; методы медиа-планирования; основы бюджетирования; инструменты маркетинговых коммуникаций (реклама, BTL, digital и пр.); технологии работы с контентом (определение целей-задач, стратегических фокусов, копирайтинг и пр.); процедуры, методики качественного и количественного анализа социологических, медийных и иных данных;</p> <p>Уметь разрабатывать внутренние и внешние коммуникационные кампании; продвигать товары (услуги) организации на рынок; проводить и интерпретировать социологические, маркетинговые, репутационные, медийные и прочие исследования (качественные и количественные); разрабатывать план мероприятий по реализации коммуникационного проекта; разрабатывать пакет информационных материалов (информация о компании, буклеты, справки, пресс-портреты, информация о проектах, Q&A и пр.), включая разработку контента, визуализацию; разрабатывать систему оценки эффективности коммуникационных программ с учетом целей и задач ВКР.</p> <p>Владеть навыками разработки коммуникационных кампаний в организации с учетом целей и задач ВКР; определения каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг организации с учетом целей и задач ВКР; разработки рекламных акций по стимулированию продаж с учетом целей и задач ВКР; бюджетирования проектов с учетом целей и задач ВКР; определения и анализа стейкхолдеров и среды для коммуникаций (медиа, экспертные площадки и пр.) с учетом целей и задач ВКР; разработки коммуникационного проекта, правил и гайдлайнов по работе с медиа, социальными сетями и пр. с учетом целей и задач ВКР; копирайтинга; медиа-планирования; деловых переговоров; ведения прямой коммуникации при помощи CRM- и интернет-систем (включая социальные сети, блоги и форумы и пр.) с учетом целей и задач ВКР; оценки эффективности коммуникационных продуктов с учетом целей и задач ВКР.</p>	<p>существующих типологий, классификаций, подходов к исследуемой проблеме). Проведено исследование объекта и предмета НИР, разработка и анализ теоретического обоснования объекта НИР (наличие приведенных классификаций, обобщений, сведений, наличие ссылок на отечественные и иностранные источники, в том числе на электронные ресурсы; сформулированные цель, задачи, объект и предмет исследований). Подготовлен текст обзора информационных источников по проблеме исследования.</p>
	<p>ПКО-3. Способен определять, анализировать и описывать целевые аудитории (стейкхолдеров), каналы коммуникации с ними и коммуникационную среду для реализации стратегии коммуникаций</p>	<p>Знать системы стейкхолдеров компании, их влияния на компанию (на стратегию, коммуникацию и пр.); каналы коммуникации с различными целевыми аудиториями; технику сегментирования аудиторий; методы анализа стейкхолдеров и эффективности каналов коммуникации; специфику коммуникаций с различными типами целевых аудиторий; методы анализа среды для коммуникации; принципы и технологии взаимодействия со СМИ и другими каналами коммуникации;</p> <p>Уметь определять и анализировать систему стейкхолдеров компании, их влияния на компанию (на стратегию, коммуникацию и пр.) с учетом целей и задач ВКР; планировать и разрабатывать соцопросы, фокус-группы, мониторинг СМИ, анализ конкурентной среды, экспертные интервью, контент-анализ, SWOT-анализ, анализ оценки посещаемости и характеристик аудитории сайта, обобщенных характеристик аудитории сайта с учетом целей и задач ВКР; анализировать</p>	

			<p>эффективность коммуникации со стейкхолдерами и каналов коммуникации с ними с учетом целей и задач ВКР.</p> <p>Владеть навыками анализа среды для коммуникации и работы с постоянно меняющейся средой с учетом целей и задач ВКР; формирования коммуникационной среды организации; проведения соцопросов, фокус-групп, мониторинга СМИ, анализа конкурентной среды, экспертных интервью, контент-анализа, SWOT-анализа, анализа оценки посещаемости и характеристик аудитории сайта, обобщенных характеристик аудитории сайта с учетом целей и задач ВКР; анализа эффективности коммуникации со стейкхолдерами и каналов коммуникации с ними с учетом целей и задач ВКР.</p>		
<p>Этап 2. Экспериментальные исследования:</p> <p>формирование экспериментальной базы</p> <ul style="list-style-type: none"> • выбор методов и методик исследования; • разработка экспериментальной базы исследования; • составление плана исследования. 	<p>ПКО-1.</p> <p>Способен разрабатывать контент в сфере рекламы и связей с общественностью, создавать (написание информационных материалов для сайта) и редактировать информационные ресурсы</p>	<p>Знать законодательство Российской Федерации в области интеллектуальной собственности, СМИ, рекламы, связей с общественностью, стандарты и этические принципы, регулирующие коммуникационную политику организации; правила использования информационных материалов в Интернет; техники сегментирования аудиторий; базовые техники проведения соцопросов и интервью; принципы редактирования и корректуры текстов; принципы копирайтинга и рерайта; структуры текстов различных жанров в сфере рекламы и связей с общественностью; принципы визуализации данных; психологию и социологию восприятия контента.</p> <p>Уметь формулировать целевые параметры контента с учетом целей и задач ВКР; целевых аудиторий контента, их ценностей, ожиданий с учетом целей и задач ВКР; определять каналы передачи контента с учетом целей и задач ВКР.</p> <p>Владеть навыками поиска и анализа информации (анализ документов, поиск информации в открытых источниках); переработки текстов различной тематики (рерайт) с учетом целей и задач ВКР; написания статей, обзоров и других текстов (копирайтинг) с учетом целей и задач ВКР; редактирования и корректуры текстов с учетом целей и задач ВКР.</p>	<p>Предтавлен план (программа) исследования с учетом целей и задач ВКР.</p>	<p>Проведен выбор методов и методик исследования (обоснование выбора методов экспериментальной работы согласно целям и задачам исследования; описание методов и методик проведения экспериментального исследования согласно теме ВКР). Определены целевые аудитории и каналы коммуникации с ними с учетом целей и задач ВКР. Проведена разработка экспериментальной базы исследования. Разработан план (программа) исследования с учетом целей и задач ВКР.</p>	
	<p>ПКО-2.</p> <p>Способен разрабатывать и реализовывать коммуникационные проекты</p>	<p>Знать принципы и этапы организации рекламных и PR проектов; основные методы проектного планирования; законодательство Российской Федерации в области рекламы, связей с общественностью и маркетинговой деятельности, стандарты и этические принципы, регулирующие коммуникационную политику организации; методы медиа-планирования; основы бюджетирования; инструменты маркетинговых коммуникаций (реклама, BTL, digital и пр.); технологии работы с контентом (определение целей-задач, стратегических фокусов, копирайтинг и пр.); процедуры, методики качественного и количественного анализа социологических, медийных и иных данных;</p> <p>Уметь проводить внутренние и внешние коммуникационные кампании; продвигать товары (услуги) организации на рынок; проводить и интерпретировать социологические, маркетинговые, репутационные, медийные и прочие исследования (качественные и количественные); разрабатывать план мероприятий по реализации коммуникационного проекта; разрабатывать пакет информационных материалов (информация о компании, буклеты, справки, пресс-портреты, информация о проектах, Q&A и пр.), включая разработку контента, визуализацию; разрабатывать систему оценки эффективности коммуникационных программ с учетом целей и</p>			

			<p>задач ВКР.</p> <p>Владеть навыками разработки коммуникационных кампаний в организации с учетом целей и задач ВКР; определения каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг организации с учетом целей и задач ВКР;</p> <p>разработки рекламных акций по стимулированию продаж с учетом целей и задач ВКР; бюджетирования проектов с учетом целей и задач ВКР; определения и анализа стейкхолдеров и среды для коммуникаций (медиа, экспертные площадки и пр.) с учетом целей и задач ВКР;</p> <p>разработки коммуникационного проекта, правил и гайдлайнов по работе с медиа, социальными сетями и пр. с учетом целей и задач ВКР;</p> <p>копирайтинга; медиа-планирования; деловых переговоров; ведения прямой коммуникации при помощи CRM- и интернет-систем (включая социальные сети, блоги и форумы и пр.) с учетом целей и задач ВКР;</p> <p>оценки эффективности коммуникационных продуктов с учетом целей и задач ВКР.</p>		
		<p>ПКО-3.</p> <p>Способен определять, анализировать и описывать целевые аудитории (стейкхолдеров), каналы коммуникации с ними и коммуникационную среду для реализации стратегии коммуникаций</p>	<p>Знать системы стейкхолдеров компании, их влияния на компанию (на стратегию, коммуникацию и пр.); каналы коммуникации с различными целевыми аудиториями; технику сегментирования аудиторий; методы анализа стейкхолдеров и эффективности каналов коммуникации; специфику коммуникаций с различными типами целевых аудиторий; методы анализа среды для коммуникации; принципы и технологии взаимодействия со СМИ и другими каналами коммуникации;</p> <p>Уметь определять и анализировать систему стейкхолдеров компании, их влияния на компанию (на стратегию, коммуникацию и пр.) с учетом целей и задач ВКР; планировать и разрабатывать соцопросы, фокус-группы, мониторинг СМИ, анализ конкурентной среды, экспертные интервью, контент-анализ, SWOT-анализ, анализ оценки посещаемости и характеристик аудитории сайта, обобщенных характеристик аудитории сайта с учетом целей и задач ВКР; анализировать эффективность коммуникации со стейкхолдерами и каналов коммуникации с ними с учетом целей и задач ВКР.</p> <p>Владеть навыками анализа среды для коммуникации и работы с постоянно меняющейся средой с учетом целей и задач ВКР; формирования коммуникационной среды организации; проведения соцопросов, фокус-групп, мониторинга СМИ, анализа конкурентной среды, экспертных интервью, контент-анализа, SWOT-анализа, анализа оценки посещаемости и характеристик аудитории сайта, обобщенных характеристик аудитории сайта с учетом целей и задач ВКР; анализа эффективности коммуникации со стейкхолдерами и каналов коммуникации с ними с учетом целей и задач ВКР.</p>		
	<p>Этап 3. Экспериментальные исследования:</p> <ul style="list-style-type: none"> • формирование экспериментальной базы (анкеты, фокус-группы, экспертные интервью и 	<p>ПКО-1.</p> <p>Способен разрабатывать контент в сфере рекламы и связей с общественностью, создавать информационные</p>	<p>Знать законодательство Российской Федерации в области интеллектуальной собственности, СМИ, рекламы, связей с общественностью, стандарты и этические принципы, регулирующие коммуникационную политику организации; правила использования информационных материалов в Интернет; техники сегментирования аудиторий; базовые техники проведения соцопросов и интервью; принципы редактирования и корректуры текстов, принципы копирайтинга и рерайта; структуры текстов различных жанров в сфере рекламы и связей с общественностью; принципы визуализации данных; психологию и</p>	<p>Диф. зачет</p>	<p>Сформирована экспериментальная база (анкеты, фокус-группы, экспертные интервью и пр.). Составлена программа анализа текущей коммуникационной деятельности организации. Разработана программа анализа</p>

	<p>пр.);</p> <ul style="list-style-type: none"> • пилотажно исследование (при необходимости) (проверки обоснованности и гипотез и задач, методической корректности инструментария и пр.); • тестирование экспериментальной базы, ее корректировка (при необходимости); • подведение итогов выполнения 3 этапа НИР; подготовка промежуточного отчета и его защита 	<p>материалов для сайта) и редактировать информационные ресурсы</p>	<p>социологию восприятия контента.</p> <p>Уметь формулировать целевые параметры контента с учетом целей и задач ВКР; целевых аудиторий контента, их ценностей, ожиданий с учетом целей и задач ВКР; определять жанр, основные месседжи, идеи контента, писать тексты литературным, техническим и рекламным языком, реферировать, аннотировать и модифицировать тексты с учетом целей и задач ВКР; определять каналы передачи контента с учетом целей и задач ВКР.</p> <p>Владеть навыками поиска и анализа информации (анализ документов, поиск информации в открытых источниках); переработки текстов различной тематики (рейтинг) с учетом целей и задач ВКР; написания статей, обзоров и других текстов (копирайтинг) с учетом целей и задач ВКР; редактирования и корректуры текстов с учетом целей и задач ВКР.</p>		<p>конкурентной среды организации. Определены цели и задачи коммуникационного аудита.</p> <p>- разработана программа анализа медиааудита (медиаанализа) внешних ИЛИ³ внутренних коммуникаций</p> <p>Разработана программа анализа аудита внешних ИЛИ внутренних коммуникаций.</p> <p>Разработан предварительный план и предварительный список литературы ВКР.</p> <p>Разработан предварительный обзор литературы по теме ВКР.</p> <p>Выполнены другие виды работ, необходимые для выполнения НИР.</p>
		<p>ПКО-2.</p> <p>Способен разрабатывать и реализовывать коммуникационные проекты</p>	<p>Знать принципы и этапы организации рекламных и PR проектов; основные методы проектного планирования: законодательство Российской Федерации в области рекламы, связей с общественностью и маркетинговой деятельности, стандарты и этические принципы, регулирующие коммуникационную политику организации; методы медиа-планирования; основы бюджетирования; инструменты маркетинговых коммуникаций (реклама, BTL, digital и пр.); технологии работы с контентом (определение целей-задач, стратегических фокусов, копирайтинг и пр.); процедуры, методики качественного и количественного анализа социологических, медийных и иных данных;</p> <p>Уметь проводить внутренние и внешние коммуникационные кампании; продвигать товары (услуги) организации на рынок; проводить и интерпретировать социологические, маркетинговые, репутационные, медийные и прочие исследования (качественные и количественные); разрабатывать план мероприятий по реализации коммуникационного проекта; разрабатывать пакет информационных материалов (информация о компании, буклеты, справки, пресс-портреты, информация о проектах, Q&A и пр.), включая разработку контента, визуализацию; разрабатывать систему оценки эффективности коммуникационных программ с учетом целей и задач ВКР.</p> <p>Владеть навыками разработки коммуникационных кампаний в организации с учетом целей и задач ВКР; определения каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг организации с учетом целей и задач ВКР; разработки рекламных акций по стимулированию продаж с учетом целей и задач ВКР; бюджетирования проектов с учетом целей и задач ВКР; определения и анализа стейкхолдеров и среды для коммуникаций (медиа, экспертные площадки и пр.) с учетом целей и задач ВКР; разработки коммуникационного проекта, правил и тайллайнов по работе с медиа, социальными сетями и пр. с учетом целей и задач ВКР; копирайтинга; медиа-планирования; деловых переговоров; ведения прямой коммуникации при помощи CRM- и интернет-систем (включая социальные сети, блоги и форумы и пр.) с учетом целей и задач ВКР; оценки эффективности</p>		

³ Коммуникационный аудит внутренних ИЛИ внешних коммуникаций обусловлен тематикой НИР и ВКР.

			коммуникационных продуктов с учетом целей и задач ВКР.		
		ПКО-3. Способен определять, анализировать и описывать целевые аудитории (стейкхолдеров), каналы коммуникации с ними и коммуникационную среду для реализации стратегии коммуникаций	Знать системы стейкхолдеров компании, их влияния на компанию (на стратегию, коммуникацию и пр.); каналы коммуникации с различными целевыми аудиториями; технику сегментирования аудиторий; методы анализа стейкхолдеров и эффективности каналов коммуникации; специфику коммуникаций с различными типами целевых аудиторий; методы анализа среды для коммуникации; принципы и технологии взаимодействия со СМИ и другими каналами коммуникации; Уметь определять и анализировать систему стейкхолдеров компании, их влияния на компанию (на стратегию, коммуникацию и пр.) с учетом целей и задач ВКР; планировать и разрабатывать соцопросы, фокус-группы, мониторинг СМИ, анализ конкурентной среды, экспертные интервью, контент-анализ, SWOT-анализ, анализ оценки посещаемости и характеристик аудитории сайта, обобщенных характеристик аудитории сайта с учетом целей и задач ВКР; анализировать эффективность коммуникации со стейкхолдерами и каналов коммуникации с ними с учетом целей и задач ВКР. Владеть навыками анализа среды для коммуникации и работы с постоянно меняющейся средой с учетом целей и задач ВКР; формирования коммуникационной среды организации; проведения соцопросов, фокус-групп, мониторинга СМИ, анализа конкурентной среды, экспертных интервью, контент-анализа, SWOT-анализа, анализа оценки посещаемости и характеристик аудитории сайта, обобщенных характеристик аудитории сайта с учетом целей и задач ВКР; анализа эффективности коммуникации со стейкхолдерами и каналов коммуникации с ними с учетом целей и задач ВКР.		

Тематика НИР соотносится с профессиональными задачами, определенными СУОС ПНИПУ по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», научными направлениями кафедры «Иностранные языки и связи с общественностью», а также с приоритетными направлениями развития университета и Пермского края: урбанистика (Комплексное планирование устойчивого развития территорий и городской застройки) и профессиональные коммуникации.

На основании вышеперечисленных направлений исследования преподавателями выпускающей кафедры, осуществляющей научное руководство выполнением НИР, разрабатываются и формулируются конкретные темы НИР. Тематика НИР должна соответствовать определенным **требованиям**:

1. Относиться к актуальным направлениям развития науки и приоритетному направлению развития университета.

2. Соответствовать содержанию основных разделов профильных дисциплин и тематике выпускных квалификационных работ.

3. Содержание основных этапов выполнения НИР должно соответствовать основным этапам выполнения научно-исследовательских работ (НИР) в профессиональной сфере.

4. Соответствовать одному из научных направлений выпускающей кафедры.

5. Иметь практическую целесообразность и инновационную направленность.

6. Обуславливать творческий характер задач исследования;

7. Использовать современные информационные технологии.

Темы НИР должны обеспечивать следующие свойства выполняемой работы:

- актуальность;

- преемственность;
- фундаментальность;
- междисциплинарность;
- практикоориентированность;
- инновационность.

Соответствие тематики НИР задачам профессиональной деятельности бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» устанавливает табл. 3.

Таблица 3 – Соответствие тематики НИР задачам профессиональной деятельности

№ п	Тип задач профессиональной деятельности по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»	Предполагаемая тематика НИР Примерные темы ВКР
Проектная деятельность		
	<p>ПКО-1. Способен разрабатывать контент в сфере рекламы и связей с общественностью, создавать (написание информационных материалов для сайта) и редактировать информационные ресурсы</p> <p>ПКО-2. Способен разрабатывать и реализовывать коммуникационные проекты</p> <p>ПКО-3. Способен определять, анализировать и описывать целевые аудитории (стейкхолдеров), каналы коммуникации с ними и коммуникационную среду для реализации стратегии коммуникаций</p> <p>ПК-1.1. Способен организовывать маркетинговые исследования, в том числе в области СМИ</p> <p>ПК-1.2. Способен организовывать мероприятия, способствующие увеличению продаж, в том числе продукции СМИ, разрабатывать маркетинговую стратегию и контролировать и оценивать эффективность</p>	<p>Разработка и реализация / частичная реализация проектов, мероприятий, коммуникационных программ, направленных на:</p> <ul style="list-style-type: none"> • управление рекламной деятельностью и связями с общественностью конкретной организации с учетом их специфики как субъектов социального взаимодействия • стоимость репутации конкретной организации и механизмы ее измерения • интегрированные коммуникации (PR, реклама, salespromotion, directmarketing: marketing-mix и пр.) в коммуникационной деятельности конкретной организации • внутренний PR как инструмент менеджмента конкретной организации; повышение мотивации персонала средствами внутреннего PR • внутрикорпоративный PR в рамках создания и развития кадрового резерва компании • специфика корпоративного PR в крупных компаниях • формирование корпоративной культуры предприятия • разработка репутационной программы, корпоративного имиджа и корпоративной репутации • позиционирование новых товаров и услуг в рыночной среде • продвижение новых товаров и услуг в условиях конкуренции • пропаганда конкурентных свойств товаров, услуг, коммерческих компаний, некоммерческих и общественных организаций, государственных учреждений и органов • их репутация, имидж, продвижение, позиционирование и репозиционирование, брэнддинг, ребрэнддинг в рыночной среде; • формирование лояльности общественного мнения относительно промышленных предприятий, связанных с экологическими проблемами <p>Разработка и реализация / частичная реализация проектов, мероприятий, коммуникационных программ, направленных на:</p> <ul style="list-style-type: none"> • создание и поддержание здоровой социально-психологической и нравственной атмосферы в городе; культивирование у горожан социального оптимизма, солидарности, ответственности и патриотизма • создание локального бренда как способа повышения экономического потенциала территории • формирование лояльности жителей г. Перми и Пермского края по отношению к территории проживания, предприятию, местным торговым маркам и пр. • повышение эффективности взаимодействия исполнительных органов государственной власти Пермского края и гражданского общества • создание управляемого и устойчивого образа территории, привлекательного для туристов, инвесторов, бизнесменов, самих жителей и новых переселенцев • создание имиджевой и репутационной идентификации социокультурного портрета территории с целью привлечения внешних инвестиций, наращивания

	результатов продвижения, в том числе продукции СМИ	хозяйственного потенциала, укрепления интеграционных и кооперационных связей <ul style="list-style-type: none"> • продвижение конкурентных свойств муниципальных территорий, их позиционирование в рыночной среде • брендинг отдельных сегментов социально-экономической сферы региона: создание тур-брендов, бренд-товаров, бизнес-брендов, культурно-исторических брендов и пр.
Авторская деятельность		
	<p>ПКО-1. Способен разрабатывать контент в сфере рекламы и связей с общественностью, создавать (написание информационных материалов для сайта) и редактировать информационные ресурсы</p> <p>ПК-2.1. Способен создавать и редактировать информационные материалы для сайта, вести новостные ленты и представительства в социальных сетях</p>	<ul style="list-style-type: none"> • все вышеперечисленные темы: в рамках разработанных проектов, мероприятий и коммуникационных программ
Маркетинговая деятельность		
	<p>ПКО-3. Способен определять, анализировать и описывать целевые аудитории (стейкхолдеров), каналы коммуникации с ними и коммуникационную среду для реализации стратегии коммуникаций</p> <p>ПК-1.1. Способен организовывать маркетинговые исследования, в том числе в области СМИ</p> <p>ПК-2.2. Способен анализировать информационные потребности посетителей сайта</p>	все вышеперечисленные темы: в рамках разработанных проектов, мероприятий и коммуникационных программ

3.2. Структура практики, в т.ч. формы контактной работы обучающегося с педагогическими работниками

Структура практики и трудоемкость НИР представлена в таблице 4.

Таблица 4 – Структура практики и трудоемкость НИР

п/п	Виды учебных работ	Трудоемкость в АЧ				Всего
		По семестрам				
		1	2	3	4	
	Аудиторная контактная работа				20	20

- практические занятия				18	18
- лабораторные работы					
Контроль самостоятельной работы (КСР)				2	2
Иная работа студента на практике:				88	88
– выполнение исследований по этапам задания				38	38
– подготовка статей в сборники научных трудов;				20	20
– написание тезисов на студенческие и другие научные конференции;				20	20
– подготовка отчета				10	10
Трудоёмкость Всего: в академич. часах (АЧ) в зачетных единицах (ЗЕТ)				108 3	108 3

3.3. Содержание организационных мероприятий при проведении практики. Методические указания для обучающихся по проведению практики

3.3.1. Этапы организации НИР

Процесс организации научно-исследовательской работы состоит из трех этапов:

- подготовительный;
- основной;
- заключительный.

Подготовительный этап, как правило, включает следующие мероприятия:

1. Закрепление за обучающимися руководителей НИР.
2. Проведение собеседований научных руководителей со студентами для их ознакомления:
 - с тематикой научно-исследовательских работ;
 - с целями и задачами НИР;
 - с этапами проведения НИР;
 - с требованиями, которые предъявляются к документации по НИР;
 - с требованиями, которые предъявляются к используемой научной и нормативно-правовой документации;
 для формулирования:
 - исследуемой проблемы;
 - для уточнения информационной базы исследования;
 - для формирования индивидуального задания студента.

Научная специализация студента реализуется посредством выбора темы НИР и темы ВКР.

Основной этап

Оперативное руководство научно-исследовательской работой обучающихся осуществляют руководители НИР.

На данном этапе студенты выполняют задания по НИР. Перед выполнением каждого вида работ они могут получать дополнительные пояснения от руководителя НИР.

Научно-исследовательскую работу студента, направленную на выполнение будущей ВКР, рекомендуется осуществлять в соответствии с индивидуальным заданием на практику. Индивидуальные задания конкретизируют содержание НИР с учётом его профессиональной и научной специализации, предусматривают проведение исследований, направленных на решение приоритетных задач науки, практики, профессионального образования.

Обучающиеся самостоятельно выполняют комплекс работ. Руководитель НИР контролирует качество выполняемых работ. Основной формой планирования и корректировки индивидуальных заданий научно-исследовательской работы студентов является обоснование темы, обсуждение плана и промежуточных результатов исследования в рамках практических занятий.

Заключительный этап завершает каждый этап НИР и проводится в период соответствующей сессии.

За неделю до назначенной даты зачета по НИР обучающиеся представляют на отчеты по НИР в 8 семестре. Отчеты рассматриваются руководителями НИР, предварительно оцениваются и допускаются к защите после проверки их соответствия установленным требованиям. Дифференцированный зачет по НИР проводится в 8 семестре в форме защиты результатов заключительного этапа НИР.

3.3.2. Руководители НИР

Руководство НИР может осуществляться как штатными преподавателями, так и преподавателями-совместителями, осуществляющими научное руководство выпускными квалификационными работами студентов.

Руководители НИР:

- обеспечивают проведение всех организационных мероприятий (проведение собеседований, консультирование по составлению индивидуального задания, оформлению промежуточных отчетов по НИР и т.д.);

- осуществляют контроль за выполнением индивидуального задания и соблюдением установленных сроков выполнения НИР;

- оказывают методическую помощь обучающимся при выполнении ими НИР;

- проверяют отчеты по НИР, дают отзывы о работе студентов;

- в установленные сроки совместно с руководителем ВКР принимают зачеты по НИР с выставлением оценки за НИР и оформлением зачетной ведомости по НИР.

3.3.3. Обязанности обучающихся

Обучающийся при выполнении НИР обязан:

- добросовестно выполнять задания, предусмотренные индивидуальным заданием;

- строго соблюдать правила охраны труда, техники безопасности;

- соблюдать правила внутреннего трудового распорядка;

- нести ответственность за выполняемую работу и ее результаты;

- выполнять распоряжения руководителя НИР в соответствии с индивидуальным заданием;

- своевременно представить руководителю НИР отчеты по НИР, сдавать зачеты по НИР.

3.3.4. Тематика индивидуальных заданий на практику

При прохождении практики 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

Критерии оценивания сформированности компетенций и шкала оценивания промежуточной аттестации по практике представлены в таблице 5.

Таблица 5. Критерии оценки уровней освоения компетенций при прохождении практики

Вид деятельности, средство контроля		Оценочные средства и количество баллов		
		пороговый	продвинутый	высокий
Организационный этап	Организационное собрание	Присутствие	Присутствие и наличие вопросов	Присутствие, предложение темы исследования
Количество баллов		1	2	3
Этап I. Анализ проблемы, выбор направления исследования, составление плана исследования. Теоретические исследования				
проведение аналитического обзора информационных источников	Текст обзора, отчет НИР	Представлен аналитический обзор основной научно-практической литературы по теме исследования	Представлен детальный аналитический обзор научно-практической литературы по теме исследования	Представлен детальный и глубокий аналитический обзор научно-практической литературы по теме исследования
		Новизна и актуальность выбранных источников информации и использованных инструментов поиска информации: учтены базовые разработки, использованы отдельные инструменты поиска информации	Новизна и актуальность выбранных источников информации и использованных инструментов поиска информации: учтены последние разработки, использованы отдельные инструменты поиска информации	Новизна и актуальность выбранных источников информации и использованных инструментов поиска информации: учтены последние разработки, использованы многочисленные инструменты поиска информации
Количество баллов		5	5	7
исследование объекта НИР, выбор направления исследований	Текст обзора, список литературы, отчет НИР	Есть определённость с предметной областью собственного исследования.	Есть глубокое понимание природы объекта и предмета исследования	Есть глубокое понимание природы объекта и предмета исследования
		Наличие в аналитическом обзоре одной-двух классификаций	Наличие в аналитическом обзоре максимально возможного числа классификаций	Наличие в аналитическом обзоре максимально возможного числа классификаций; представлена их

			Наличие в аналитическом обзоре ссылок на отечественные и иностранные источники на русском языке. в том числе на электронные ресурсы	Наличие в аналитическом обзоре ссылок на отечественные и иностранные источники на языке оригинала. в том числе на электронные ресурсы	интерпретация Наличие в аналитическом обзоре ссылок на отечественные и иностранные источники на языке оригинала. в том числе на электронные ресурсы
	Количество баллов		4	5	7
	исследование объекта и предмета НИР, разработка и анализ теоретического обоснования объекта НИР	Отчет НИР	Достаточное научное обоснование достоверности и верифицируемости результатов теоретических и экспериментальных исследований	Глубокое научное обоснование достоверности и верифицируемости результатов теоретических и экспериментальных исследований	Глубокое и самостоятельное научное обоснование достоверности и верифицируемости результатов теоретических и экспериментальных исследований
	Количество баллов		5	6	8
	выбор направления исследований. в том числе: - разработка возможных направлений исследований; - обоснование выбора оптимального варианта направления исследований; - формулирование целей, задач, объекта и предмета исследований.	Отчет НИР	Представлена типовая модель исследуемого объекта, типовые предмет, цели и задачи исследования.	Представлена типовая модель исследуемого объекта, типовые предмет, цели и задачи исследования с самостоятельной корректировкой.	Представлена самостоятельно созданная модель исследуемого объекта, оригинальные предмет, цели и задачи исследования
	Количество баллов		5	5	8
	Всего баллов по организационному и 1 этапу		20	23	33
Этап 2. Экспериментальные исследования: формирование экспериментальной базы					
	выбор методов и методик исследования	Отчет НИР	Представлен обоснованный выбор методов анализа коммуникационной среды	Представлен обоснованный выбор методов анализа коммуникационной среды Представлена самостоятельная адаптация методов анализа коммуникационной среды	Представлен обоснованный выбор методов анализа коммуникационной среды Представлены собственные методики анализа коммуникационной среды
	Количество баллов		6	7	10
	разработка экспериментальной базы исследования	Отчет НИР	Представлена типовая экспериментальная база исследования	Представлена самостоятельно адаптированная экспериментальная база исследования	Представлена самостоятельная экспериментальная база исследования
	Количество баллов		7	8	12
	составление плана исследования	Отчет НИР, план исследования	Представлен типовой план (программа) исследований.	Представлен типовой план (программа) исследований с самостоятельной корректировкой.	Представлен оригинальный план (программа) исследований.
	Количество баллов		7	8	11
	Всего баллов по 2 этапу		20	23	33
Этап 3. Экспериментальные исследования					
	формирование экспериментальной базы (анкеты, фокус-группы, экспертные интервью и пр.)	Отчет НИР, образцы экспериментальной базы			
	Количество баллов		3	7	11

	пилотажное исследование (при необходимости) (проверки обоснованности гипотез и задач. методической корректности инструментария и пр.); тестирование экспериментальной базы, ее корректировка (при необходимости)	Отчет НИР	Проведена корректировка экспериментальной базы.	Представлены результаты пилотажного исследования. Проведена корректировка экспериментальной базы.	Представлены результаты пилотажного исследования. Проведена корректировка экспериментальной базы.
	Количество баллов		3	7	12
	подведение итогов выполнения 3 этапа НИР; подготовка промежуточного отчета и его защита	Отчет НИР, список литературы, текст обзора литературы, образцы экспериментальной базы.	Разработан общий предварительный план ВКР, подготовлен предварительный список основной литературы ВКР. Представлен предварительный обзор основной литературы по теме ВКР. Представлен отчет по НИР.	Разработан детальный предварительный план ВКР, подготовлен предварительный список литературы ВКР, в т.ч. на английском языке. Представлен достаточный обзор отечественной и зарубежной литературы по теме ВКР. Представлен отчет по НИР.	Разработан детальный предварительный план ВКР, подготовлен предварительный список литературы ВКР, в т.ч. на английском языке. Представлен полный обзор отечественной и зарубежной литературы по теме ВКР. Представлен отчет по НИР.
	Количество баллов		4	8	11
	Всего баллов по 3 этапу		10	22	34
	Всего баллов		50	70	100

Оценка результатов НИР в 4 семестре производится по 100-балльной шкале с учётом следующих положений:

- «неудовлетворительной» считается НИР, результаты которой оценены 49 баллами и ниже;
- отметка «удовлетворительно» выставляется, если НИР оценивается в пределах 50-69 баллов;
- отметка «хорошо» выставляется при наличии от 70 до 85 баллов;
- отметка «отлично» - при наличии от 86 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
1. Основная литература		
	Кузьмина, О. Г. Социологическое обеспечение рекламы и маркетинга : учебное пособие / О. Г. Кузьмина. — Москва : Наука-Спектр, 2012, 2015. — 187 с. Кузьмина О.Г. Социологическое обеспечение рекламы и маркетинга : учебное пособие / О.Г. Кузьмина. - М.: Дашков и К, 2009,	3+3+1 http://elib.pstu.ru/Record/RUPSTUbooks13275 8
	К. А. Джафаров Исследования в рекламе : Учебное пособие / К. А. Джафаров. - Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2010.	Электронный ресурс http://elib.pstu.ru/Record/iprbooks84857

№ п/п	Библиографическое описание (автор, заглавие, вид издания, место, издательство, год издания, количество страниц)	Количество экземпляров в библиотеке
	Комаров С. В. Маркетинговые исследования : учебное пособие / С. В. Комаров. - Пермь: Изд-во ПГТУ, 2009.	53 http://elib.pstu.ru/Record/RUPSTUbooks135755
	Шарков Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, публик рилейшнз, брендинг : учебное пособие для вузов / Ф. И. Шарков. - Москва: Дашков и К, Изд-во Шаркова, 2018.	25
2. Дополнительная литература		
	Новиков Ю. Н. Подготовка и защита бакалаврской работы, магистерской диссертации, дипломного проекта / Новиков Ю. Н. - Санкт-Петербург: Лань, 2018.	электронный ресурс http://elib.pstu.ru/Record/lanRU-LAN-BOOK-103143
	Е. Г. Порсев Магистерская диссертация : Учебно-методическое пособие / Е. Г. Порсев. - Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2013.	электронный ресурс http://elib.pstu.ru/Record/iprbooks84749
	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 http://elib.pstu.ru/Record/iprbooks85987
	Выпускная квалификационная работа. Структура, содержание, оформление : Учебно-методическое пособие / сост. В. П. Морозов. - Воронеж: Воронежский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2015.	электронный ресурс http://elib.pstu.ru/Record/iprbooks85665
	Богданов Е. Н. Психологические основы "Публик рилейшнз" : учебное пособие для вузов / Е. Н. Богданов, В. Г. Зыбкин. - Санкт-Петербург: Питер, 2003.	6
	Кондратьев Э. В. Связи с общественностью : учебное пособие для вузов / Э. В. Кондратьев, Р. Н. Абрамов. - Москва: Акад. проект, 2004.	электронный ресурс http://elib.pstu.ru/Record/RUPSTUbooks68622
	Т. Л. Чернышева Связи с общественностью (PR) : Учебное пособие / Т. Л. Чернышева. - Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2012.	электронный ресурс http://elib.pstu.ru/Record/iprbooks84930
	Годин А. М. Брендинг : учебное пособие / А. М. Годин, А. А. Дмитриев, И. Б. Бабленков. - Москва: Дашков и К, 2004.	7 http://elib.pstu.ru/Record/RUPSTUbooks68493

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

Наименование разработки	Ссылка на информационный ресурс	Доступность ЭБС (сеть Интернет / локальная сеть; авторизованный / 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-	http://elibrary.ru/	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-	http://apps.webofknowledge.com/	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-	http://e.lanbook.com/	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.	http://elib.pstu.ru/ .	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.	http://www.sciencemag.org/magazine	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	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;

6.2. Перечень информационных справочных систем

Вид баз данных (БД)	Наименование БД
Электронный ресурс	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

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 ²	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		15

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	

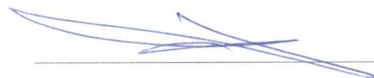
Зав. кафедрой ИЯиСО д-р филол. наук, проф.



С.С. Шляхова

СОГЛАСОВАНО

Начальник управления образовательных программ, канд. техн. наук



Д.С. Репецкий

Приложение 1
Форма титульного листа отчета по практике

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: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

О Т Ч Е Т
по производственной практике,
научно-исследовательская работа (НИР)
8 семестр

Тема исследования

Выполнил студент гр. _____

(Фамилия, имя, отчество)

(подпись)

Проверил:

(должность, Ф.И.О. руководителя НИР)

(оценка)

(подпись)

(дата)

Пермь 201_

1. Введение

Цели и задачи производственной практики (НИР)

Цель: Формирование способности разрабатывать контент в сфере рекламы и связей с общественностью, создавать (написание информационных материалов для сайта) и редактировать информационные ресурсы (ПКО-1); разрабатывать и реализовывать коммуникационные проекты (ПКО-2); определять, анализировать и описывать целевые аудитории (стейкхолдеров), каналы коммуникации с ними и коммуникационную среду для реализации стратегии коммуникаций (ПКО-3).

Задачи:

- выполнение работ, определенных индивидуальным заданием на практику (НИР), обеспечивающих достижение планируемых в компетентностном формате результатов обучения и сбора материала для подготовки ВКР;

- оформление отчета, содержащего материалы этапов работы в рамках НИР, раскрывающих уровень освоения заданного перечня компетенций, и материалы для подготовки ВКР;

- подготовка и проведение защиты полученных результатов.

2. Основная часть

включает разделы (задания),
обозначенные в рабочем плане (графике) НИР (п. 3)

3. Заключение

4. Список использованной литературы

5. Приложения (при необходимости)

Приложение 2

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

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: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

УТВЕРЖДАЮ
 Зав. кафедрой ИЯиСО
 д-р филол. наук,
 профессор
 _____ С.С. Шляхова
 «__» _____ 201__ г.

**Рабочий график (план)
 проведения практики (НИР)**

Вид практики: производственная практика

Тип практики: научно-исследовательская работа (НИР)

Место проведения: кафедра иностранных языков и связей с общественностью
 ПНИПУ

Сроки и продолжительность практики: 8 семестр

Учебная группа: _____

СОСТАВИТЕЛЬ:

 (должность, Ф.И.О. руководителя НИР)

_____ (подпись) _____ (дата)

Пермь 201__

Индивидуальное задание на практику (НИР) студента группы _____

(Фамилия, Имя, Отчество)

1. Тема исследования: _____

Виды работ:**Этап 1. Анализ проблемы, выбор направления исследования. Теоретические исследования:**

- проведение аналитического обзора российских и зарубежных информационных источников;

- исследование объекта и предмета НИР;

- разработка и анализ теоретического обоснования объекта НИР;

- выбор направления исследований, в том числе:

- разработка возможных направлений исследований;

- обоснование выбора оптимального варианта направления исследований;

Этап 2. Экспериментальные исследования: формирование экспериментальной базы

- выбор методов и методик исследования;

- разработка экспериментальной базы исследования;

- составление плана исследования.

Этап 3. Экспериментальные исследования:

- формирование экспериментальной базы (анкеты, фокус-группы, экспертные интервью и пр.);

- пилотажное исследование (при необходимости) (проверки обоснованности гипотез и задач, методической корректности инструментария и пр.);

- тестирование экспериментальной базы, ее корректировка (при необходимости);

- подведение итогов выполнения 3 этапа НИР;

- подготовка промежуточного отчета и его защита

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

Формирование способности разрабатывать контент в сфере рекламы и связей с общественностью, создавать (написание информационных материалов для сайта) и редактировать информационные ресурсы (ПКО-1); разрабатывать и реализовывать коммуникационные проекты (ПКО-2); определять, анализировать и описывать целевые аудитории (стейкхолдеров), каналы коммуникации с ними и коммуникационную среду для реализации стратегии коммуникаций (ПКО-3).

3. Рабочий график (план) проведения практики

Наименование этапа	Наименование работ	Сроки		Отметка о выполнении работы (оценка и подпись руководителя практики)
		начало	окончание	
Этап 1. Анализ проблемы и выбор направления исследования. Теоретические исследования	<p>- Проведение аналитического обзора информационных источников (аналитический обзор литературы по теме, библиографический список литературы по теме, в том числе англоязычные и электронные базы данных).</p> <p>- Исследование объекта НИР, выбор направления исследований (определение используемой в работе терминологии, анализ существующих типологий, классификаций, подходов к исследуемой проблеме).</p>			

ния	<ul style="list-style-type: none"> - Исследование объекта и предмета НИР, разработка и анализ теоретического обоснования объекта НИР (наличие приведенных классификаций, обобщений, сведений; наличие ссылок на отечественные и иностранные источники, в том числе на электронные ресурсы; сформулированные цель, задачи, объект и предмет исследований). - Другие виды работ, необходимые для выполнения НИР. 			
Этап 2. Экспериментальное исследование формирования экспериментальной базы	<ul style="list-style-type: none"> - Выбор методов и методик исследования (обоснование выбора методов экспериментальной работы согласно целям и задачам исследования; описание методов и методик проведения экспериментального исследования согласно теме ВКР). - Определение целевых аудиторий. - Определение каналов коммуникации с целевыми аудиториями. - Разработка экспериментальной базы исследования. - План (программа) исследования. - Другие виды работ, необходимые для выполнения НИР. 			
Этап 3. Экспериментальное исследование	<ul style="list-style-type: none"> - Сформированная экспериментальная база (анкеты, фокус-группы, экспертные интервью и пр.). - Программа анализа текущей коммуникационной деятельности организации. - Программа анализа конкурентной среды организации. - Определение целей и задач коммуникационного аудита. - Программа анализа медиааудита (медиаанализа) внешних ИЛИ⁴ внутренних коммуникаций. - Программа анализа аудита внешних ИЛИ внутренних коммуникаций. - Предварительный план ВКР. - Предварительный список литературы ВКР. - Предварительный обзор литературы по теме ВКР. - Другие виды работ, необходимые для выполнения НИР. 			

⁴ Коммуникационный аудит внутренних ИЛИ внешних коммуникаций обусловлен тематикой НИР и ВКР.

4. Место прохождения практики: кафедра ИЯСО ПНИПУ

(официальное наименование организации и подразделения)

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

6. Содержание отчета:

- Аналитический обзор информационных источников (аналитический обзор литературы по теме, библиографический список литературы по теме, в том числе англоязычные и электронные базы данных).
- Исследование объекта НИР, выбор направления исследований (определение используемой в работе терминологии, анализ существующих типологий, классификаций, подходов к исследуемой проблеме).
- Исследование объекта и предмета НИР, разработка и анализ теоретического обоснования объекта НИР (наличие приведенных классификаций, обобщений, сведений; наличие ссылок на отечественные и иностранные источники, в том числе на электронные ресурсы; сформулированные цель, задачи, объект и предмет исследований).
- Выбор методов и методик исследования (обоснование выбора методов экспериментальной работы согласно целям и задачам исследования; описание методов и методик проведения экспериментального исследования согласно теме ВКР).
 - Определение целевых аудиторий.
 - Определение каналов коммуникации с целевыми аудиториями.
 - План (программа) исследования.
 - Сформированная экспериментальная база (анкеты, фокус-группы, экспертные интервью и пр.).
 - Программа анализа текущей коммуникационной деятельности организации.
 - Программа анализа конкурентной среды организации.
 - Программа анализа медиааудита (медиаанализа) внешних ИЛИ⁵ внутренних коммуникаций
 - Программа анализа аудита внешних ИЛИ внутренних коммуникаций.
 - Предварительный список литературы ВКР.
 - Предварительный обзор литературы по теме ВКР.
 - Другие виды работ, необходимые для выполнения НИР.

7. Требования к разрабатываемой отчетной документации

Результаты работ должны быть представлены в форме отчета о выполнении работ, оформленного в соответствии с требованиями ГОСТ 7.32-2017. Отчет о НИР. Структура и правила оформления.

Отчет о НИР должен содержать:

- титульный лист,
- оглавление,
- рабочий график (план) проведения практики (НИР),
- введение,
- основную часть,
- заключение,
- список литературы,
- приложения (при необходимости).

Основные требования к отчету:

- Введение должно содержать общую характеристику проблемы, ее место в общем процессе исследования, а также сформулированные исходные данные, цели работы и задачи.
- Заключение должно включать выводы, касающиеся полученных результатов; методы и процедуры исследования.
- Основная часть отчета должна включать подробное представление указанных в п. 3 видов работ. Полнота освещения должна обеспечивать оценивание уровня освоения соответствующих элементов компетенций.
 - Отчет должен быть отпечатан на формате А4 и подшит в папку.
 - Объем отчета до 15 страниц машинописного текста (шрифт 14пт, Times New Roman, через 1,5 интервал).

⁵ Коммуникационный аудит внутренних ИЛИ внешних коммуникаций обусловлен тематикой НИР и ВКР.

- В заключительный отчет должны войти аннотированные промежуточные отчеты.

Страницы не обводятся в рамках, поля не отделяются чертой. Размеры полей: 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.

Титульный лист является первым листом отчета, после которого помещается индивидуальное задание на практику, содержащее рабочий график (план) выполнения НИР. 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 разбивку на параграфы (см. Содержание отчета). К основному разделу отчета прикладываются отзыв руководителя НИР.

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 _____ (_____)
(подпись) (Ф.И.О.)

« ____ » _____ 20__ г.

ОТЗЫВ

руководителя производственной практики (НИР)

Студентом (кой) _____

Группа _____

Гуманитарный факультет, кафедра «Иностранные языки и связи с общественностью»

Направление подготовки: 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью»

Профиль программы: «Связи с общественностью и реклама»

Квалификация: бакалавр

Место прохождения практики: Кафедра «Иностранные языки и связи с общественностью»

Время прохождения практики: 8 семестр

Наименование темы _____

Руководитель НИР _____

(Ф.И.О., место работы, должность, ученое звание, степень)

п/п	Критерии оценки учебной практики	отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно
	Исследовательская активность и самостоятельность студента	В полной мере	В достаточной степени	Частично	Отсутствует
	Новизна и актуальность выбранных источников информации и использованных инструментов поиска информации	Учтены последние разработки. использованы многочисленные инструменты поиска информации	Учтены последние разработки. использовано достаточно инструментов поиска информации	Учтены базовые разработки. использованы отдельные инструменты поиска информации	Не учтены базовые разработки. использованы отдельные инструменты поиска информации
	Аналитический обзор	Представлен детальный и глубокий аналитический обзор научно-практической литературы по теме исследования	Представлен детальный аналитический обзор научно-практической литературы по теме исследования	Представлен аналитический обзор основной научно-практической литературы по теме исследования	Аналитический обзор основной научно-практической литературы по теме исследования не представлен
	Выбор методов и методик исследования	Представлен обоснованный выбор методов анализа коммуникационной среды. Представлены собственные методики анализа.	Представлен обоснованный выбор методов анализа коммуникационной среды. Представлена самостоятельная адаптация методов анализа.	Представлен обоснованный выбор основных методов анализа коммуникационной среды.	Представлен не обоснованный выбор методов анализа коммуникационной среды.
	Исследование объекта и предмета НИР, разработка и анализ теоретического обоснования объекта НИР	Глубокое и самостоятельное научное обоснование достоверности и верифицируемости результатов теоретических и экспериментальных исследований	Глубокое научное обоснование достоверности и верифицируемости результатов теоретических и экспериментальных исследований	Достаточное научное обоснование достоверности и верифицируемости результатов теоретических и экспериментальных исследований	Не достаточное научное обоснование достоверности и верифицируемости результатов теоретических и экспериментальных исследований
	Разработка экспериментальной базы исследования	Представлена типовая экспериментальная база исследования. Представлена самостоятельная экспериментальная база исследования.	Представлена типовая экспериментальная база исследования. Представлена самостоятельно адаптированная экспериментальная база исследования.	Представлена типовая экспериментальная база исследования.	Типовая экспериментальная база исследования представлена фрагментарно и несистемно.

	План исследования	Представлен оригинальный план (программа) исследований.	Представлен типовой план (программа) исследований с самостоятельной корректировкой.	Представлен типовой план (программа) исследований.	План (программа) исследований не представлены.
	Защита отчета по НИР	Разработан детальный предварительный план ВКР, подготовлен предварительный список литературы ВКР, в т.ч. на английском языке. Представлен полный и системный обзор отечественной и зарубежной литературы по теме ВКР. Представлен отчет по НИР.	Разработан детальный предварительный план ВКР, подготовлен предварительный список литературы ВКР, в т.ч. на английском языке. Представлен достаточный обзор отечественной и зарубежной литературы по теме ВКР. Представлен отчет по НИР.	Разработан общий предварительный план ВКР, подготовлен предварительный список основной литературы ВКР. Представлен предварительный обзор основной литературы по теме ВКР. Представлен отчет по НИР.	Заданные цели и задачи практики решены частично. Отчет по НИР не представлен.
	Общая оценка за НИР 8 семестр				

Выполненные виды работ направлены на формирование способности разрабатывать контент в сфере рекламы и связей с общественностью, создавать (написание информационных материалов для сайта) и редактировать информационные ресурсы (ПКО-1); разрабатывать и реализовывать коммуникационные проекты (ПКО-2); определять, анализировать и описывать целевые аудитории (стейкхолдеров), каналы коммуникации с ними и коммуникационную среду для реализации стратегии коммуникаций (ПКО-3).

Полученные научные результаты и выводы рекомендуем к использованию в ВКР.

«__» _____ 20__ г.

Руководитель практики (НИР)
_____ (подпись)

