

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Астраханский государственный университет имени В. Н. Татищева»
(Астраханский государственный университет им. В. Н. Татищева)

СОГЛАСОВАНО
Руководитель ОПОП
Т.А. Тризно
«02» июня 2022 г.

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
международного права
Т.В. Говердовская
«02» июня 2022г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**

Тип практики	Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности
Составитель(и)	Усова Е.В., к.полит.н., доцент кафедры международного права
Направление подготовки / специальность	42.03.01. Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) ОПОП	
Квалификация (степень)	бакалавр
Форма обучения	заочная
Год приёма	2021
Курс	2
Семестр(ы)	4

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПРАКТИКИ

1.1. Целями прохождения производственной практики являются:

- закрепление теоретических знаний, полученных во время аудиторных занятий, учебных практик путем непосредственного участия студента в производственной деятельности;
- приобретение профессиональных умений и навыков;
- сбор необходимого материала для написания выпускной квалификационной работы;
- приобщение студента к социальной среде предприятия (организации) с целью приобретения социально-личностных компетенций, необходимых для работы в профессиональной сфере.

1.2. Задачи прохождения производственной практики:

- обучение практическим навыкам рекламы и PR;
- получение дополнительной мотивации на активную деятельность по развитию своего общего культурного и профессионального уровня;
- овладение видами будущей профессиональной деятельности как коммуникационная и проектная.
- коммуникационные процессы в межличностной, социокультурной, политической и прочих сферах;
- сбор и систематизация научно-практической информации по теме исследований в области журналистики, рекламы и связей с общественностью;
- разработка, подготовка к выпуску, производство и распространение журналистской, рекламной и PR продукции, включая текстовые и графические, аудиовизуальные, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств массовой информации и коммуникации.

2. МЕСТА ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Базами практики являются промышленные предприятия, банки, страховые, торговые и иные компании, органы государственной и муниципальной власти и управления, высшие учебные заведения и др. организации, независимо от их организационно-правовой формы и формы собственности, имеющие в своем составе отделы рекламы или подразделения, выполняющие функции по управлению общественными отношениями, связями с общественностью или human resources. Учебная и (или) производственная практики могут проводиться в структурных подразделениях организации.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ПРАКТИКЕ

Процесс прохождения практики направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по данному направлению подготовки:

УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

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

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

ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности

ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПК-4 Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций

ПК-7 Способен разрабатывать и продвигать коммуникационный проект в сфере рекламы и связей с общественностью на всех этапах его жизненного цикла

Таблица 1 – Декомпозиция результатов обучения

Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения по практике		
	Знать (1)	Уметь (2)	Владеть (3)
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	<p><i>ИУК-1.1.1</i> методику анализа и обработки различных данных, которые могут быть полезны при решении задачи.</p> <p><i>ИУК-1.1.2</i> методику поиска информации в различных источниках, включая научные статьи, книги, интернет-ресурсы, базы данных и др.</p> <p><i>ИУК-1.1.3</i> методы выявления альтернативных вариантов решения задачи.</p> <p><i>ИУК-1.1.4</i> основы логики и аргументации, чтобы правильно выстраивать свои рассуждения и доводы; различия между фактами (объективными данными), мнениями (субъективными убеждениями),</p>	<p><i>ИУК-1.2.1</i> разбираться в поставленной задаче, выделять основные ее аспекты и определять ключевые элементы, которые нужно решить; разбивать сложную задачу на более простые и понятные подзадачи, чтобы легче было приступить к их решению.</p> <p><i>ИУК-1.2.2</i> оценивать достоверность и надежность информации, учитывая авторитет источника, актуальность данных, наличие противоречий и прочие факторы; анализировать и критически оценивать полученные данные, выделяя основные аспекты и выводы,</p>	<p><i>ИУК-1.3.1</i> навыками анализа и обработки различных данных, которые могут быть полезны при решении задачи; построения логических цепочек рассуждений и выводов</p> <p><i>ИУК-1.3.2</i> методами и инструментами для обработки информации, включая статистические методы, программное обеспечение и др.</p> <p><i>ИУК-1.3.3</i> способами принятия обоснованных решений на основе проведенного анализа.</p> <p><i>ИУК-1.3.4</i> навыками обоснования своих суждений и оценок на основе фактических данных и логических</p>

Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения по практике		
	Знать (1)	Уметь (2)	Владеть (3)
	<p>интерпретациями (толкованиями) и оценками (суждениями) в контексте обсуждения.</p> <p><i>ИУК-1.1.5</i></p> <p>методы проведения анализа возможных решений задачи и определения их потенциальных последствий.</p>	<p>необходимые для решения поставленной задачи.</p> <p><i>ИУК-1.2.3</i></p> <p>проводить анализ достоинств и недостатков каждого варианта; учитывать различные факторы при оценке вариантов решения (эффективность, стоимость, сроки выполнения и т.д.).</p> <p><i>ИУК-1.2.4</i></p> <p>критически мыслить и анализировать информацию, чтобы различать достоверные факты от предвзятых мнений.</p> <p><i>ИУК-1.2.5</i></p> <p>прогнозировать возможные риски и негативные последствия принятого решения.</p>	<p>доводов; навыками коммуникации и дискуссии для эффективного обмена мнениями и аргументацией.</p> <p><i>ИУК-1.3.5</i></p> <p>навыками принятия взвешенных и обоснованных решений, учитывая все возможные последствия.</p>
<p>ОПК-1</p> <p>Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p>	<p><i>ИОПК-1.1.1</i></p> <p>основные типы медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов, такие как статьи, репортажи, видеоролики, реклама, социальные сети и др., характеристики и особенности различных медиасегментов, таких как телевидение, радио, печатные издания, интернет и другие.</p> <p><i>ИОПК-1.1.2</i></p> <p>специфику различных жанров и</p>	<p><i>ИОПК-1.2.1</i></p> <p>создавать и оценивать качества медиатекстов и медиапродуктов, включая понимание целевой аудитории, структуру, стиль и технические аспекты.</p> <p><i>ИОПК-1.2.2</i></p> <p>использовать технику и приемы работы с текстом, его структурирования и оформления.</p>	<p><i>ИОПК-1.3.1</i></p> <p>навыками создания медиапродуктов и коммуникационных продуктов</p> <p><i>ИОПК-1.3.2</i></p> <p>навыками анализа целевой аудитории и адаптации текстов под ее потребности и интересы, применения основных принципов эффективной коммуникации и воздействия на аудиторию через тексты.</p>

Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения по практике		
	Знать (1)	Уметь (2)	Владеть (3)
	форматов коммуникационных продуктов.		
ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	<i>ИОПК-2.1.1</i> Знать структуру и функции основных общественных и государственных институтов, таких как законодательная, исполнительная и судебная власти, политические партии, общественные организации и т.д. <i>ИОПК-2.1.2</i> основные тенденций развития общественных и государственных институтов.	<i>ИОПК-2.2.1</i> анализировать политические и общественные процессы, делать прогнозы о возможных изменениях в работе институтов и предлагать конструктивные решения для их улучшения. <i>ИОПК-2.2.2</i> адаптировать свои коммуникационные стратегии и методы работы в соответствии с изменяющимися требованиями общественных и государственных институтов.	<i>ИОПК-2.3.1</i> навыками работы с информационными ресурсами, чтобы быть в курсе последних событий и исследований в области общественно-политической деятельности. <i>ИОПК-2.3.2</i> навыками коммуникации и убеждения, чтобы эффективно взаимодействовать с представителями общественных и государственных институтов.
ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	<i>ИОПК-3.1.1</i> основные достижения и тенденции современной культуры, как отечественной, так и зарубежной. <i>ИОПК-3.1.2</i> отечественную и мировую культуру, историю и искусство.	<i>ИОПК-3.2.1</i> анализировать и интерпретировать культурные явления и произведения искусства. <i>ИОПК-3.2.2</i> анализировать и интерпретировать художественные произведения и применять их в создании текстов рекламы и PR-материалов.	<i>ИОПК-3.3.1</i> способностью межкультурного общения и понимания. <i>ИОПК-3.3.2</i> навыками адаптации культурных и художественных элементов для целевой аудитории и контекста коммуникации.
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной	<i>ИОПК-4.1.1</i> методологию анализа и интерпретации результатов социологических исследований. <i>ИОПК-4.1.2.</i>	<i>ИОПК-4.2.1</i> адаптировать социологическую информацию под конкретные запросы и потребности аудиторий.	<i>ИОПК-4.3.1</i> навыками работы с социологическими инструментами и методами сбора данных <i>ИОПК-4.3.2</i>

Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения по практике		
	Знать (1)	Уметь (2)	Владеть (3)
деятельности	основные принципы и методы анализа целевой аудитории, включая ее демографические характеристики, предпочтения, потребности и поведенческие особенности.	<i>ИОПК-4.2.2</i> адаптировать свои тексты и сообщения под интересы и потребности целевой аудитории, выбирая подходящий стиль, тон и формат коммуникации	навыками копирайтинга, редактирования и создания привлекательного и информативного контента, который будет привлекать внимание и вызывать реакцию у целевой аудитории.
ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	<i>ИОПК-5.1.1</i> последние тенденции и изменения в мировой и национальной политике, экономике и праве, которые могут повлиять на медиакоммуникационные системы. <i>ИОПК-5.1.2.</i> специфику коммуникационных процессов и механизмы функционирования медиакоммуникационных систем региона, страны и мира.	<i>ИОПК-5.2.1</i> анализировать и оценивать влияние политических, экономических и правовых решений на развитие медиакоммуникационных систем. <i>ИОПК-5.2.2</i> анализировать эффективность коммуникационных действий конкретных медиакоммуникационных систем.	<i>ИОПК-5.3.1</i> навыками прогнозирования и предсказания возможных изменений в медиакоммуникационных системах на глобальном, национальном и региональном уровнях. <i>ИОПК-5.3.2</i> навыками работы с различными медийными платформами.
ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	<i>ИОПК-6.1.1</i> основные виды технического оборудования, необходимого для работы в выбранной сфере деятельности, принципы выбора и подбора технического оборудования в соответствии с поставленными задачами. <i>ИОПК-6.1.2.</i> основы информационной культуры, виды информационно-	<i>ИОПК-6.2.1</i> применять в работе основные принципы работы и функции программного обеспечения, используемого в профессиональной деятельности. <i>ИОПК-6.2.2</i> производить качественный и количественный анализ публичной информации готовить аналитический отчет с выводами о коммуникационных	<i>ИОПК-6.3.1</i> навыками выбора программного обеспечения в зависимости от поставленных задач и требований. <i>ИОПК-6.3.2</i> на базовом уровне программами и средствами предоставления визуализации данных, технологиями работы с бесплатными и платными поисковыми сервисами поиска

Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения по практике		
	Знать (1)	Уметь (2)	Владеть (3)
	коммуникационных технологий методы аналитической работы с большими объемами информации методы работы с открытыми данными (гос.органов, коммерч.структур, отраслевых некоммерч. организаций).	угрозах, слабых сторонах, преимуществах и возможностях во взаимодействии с целевыми аудиториями объекта коммуникации.	информации и базами данных, технологиями работы со специализированным и базами СМИ и аналитическими системами.
ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	<i>ИОПК-7.1.1</i> цеховые принципы социальной ответственности, такие как этичность, устойчивость, прозрачность, уважение к правам человека и окружающей среде, типовые эффекты профессиональной деятельности, такие как экономические, социальные, экологические и культурные последствия. <i>ИОПК-7.1.2.</i> профессиональные средства и инструменты для работы в области рекламы и связей с общественностью, принципы социальной ответственности и этические нормы в сфере рекламы и связей с общественностью.	<i>ИОПК-7.2.1</i> применять принципы устойчивого развития в своей профессиональной деятельности. <i>ИОПК-7.2.2</i> анализировать информацию и делать выводы о ее достоверности и актуальности, работать с общественностью и уметь взаимодействовать с различными аудиториями.	<i>ИОПК-7.3.1</i> навыками анализировать и оценивать последствия своих решений и действий с точки зрения социальной ответственности. <i>ИОПК-7.3.2</i> навыками планирования и организации рекламных мероприятий, коммуникативными навыками для работы с клиентами и партнерами, умением адаптировать рекламные стратегии к социальным и этическим нормам.
ПК-1 Способен участвовать в реализации	<i>ИПК-1.1.1</i> основные понятия линейного менеджмента,	<i>ИПК-1.2.1</i> планировать и координировать работу отдела по	<i>ИПК-1.3.1</i> навыками построения коммуникационных стратегий и тактик,

Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения по практике		
	Знать (1)	Уметь (2)	Владеть (3)
коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	<p>процессы и процедуры управления в отделе по рекламе и связям с общественностью, технологии и инструменты для реализации коммуникационных проектов <i>ИПК-1.1.2.</i></p> <p>основы коммуникационной стратегии и ее цели, принципы организации мероприятий и их влияние на достижение целей коммуникационной стратегии. <i>ИПК-1.1.3.</i></p> <p>принципы и цели корпоративной идентичности и культуры.</p>	<p>рекламе и связям с общественностью, организовывать мероприятия и кампании по продвижению продукции или услуг, анализировать результаты рекламных и PR-кампаний. <i>ИПК-1.2.2</i></p> <p>разрабатывать планы мероприятий на основе поставленных целей коммуникационной стратегии, определять необходимые ресурсы для проведения мероприятий и управлять ими, оценивать эффективность мероприятий и корректировать планы в соответствии с полученными результатами. <i>ИПК-1.2.3</i></p> <p>проводить анализ потребностей сотрудников в области внутренних коммуникаций, создавать и поддерживать позитивный образ компании среди сотрудников.</p>	<p>умением работать с рекламными и PR-инструментами, навыками управления проектами. <i>ИПК-1.3.2</i></p> <p>навыками планирования и организации времени, навыками работы с информационными технологиями и социальными сетями для продвижения мероприятий, навыками анализа и оценки эффективности коммуникационных стратегий и мероприятий. <i>ИПК-1.3.3</i></p> <p>навыками работы с информацией и коммуникациями, навыками планирования и организации мероприятий.</p>
ПК-4 Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения,	<i>ИПК-4.1.1</i> основные технологии, применяемые медиарилейшнз, и основные принципы организации	<i>ИПК-4.2.1</i> использовать основные технологии копирайтинга в офлайн и онлайн среде <i>ИПК-4.2.2</i>	<i>ИПК-4.3.1</i> навыками применения технических средств и основных технологий онлайн и офлайн

Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения по практике		
	Знать (1)	Уметь (2)	Владеть (3)
технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	<p>медиапланирования в офлайн и онлайн среде <i>ИПК-4.1.2.</i></p> <p>основные технологии копирайтинга в офлайн и онлайн среде. <i>ИПК-4.1.3.</i></p> <p>основные технологии организации специальных мероприятий <i>ИПК-4.1.4.</i></p> <p>инструменты работы PR-специалиста по организации внутрикорпоративной коммуникации. <i>ИПК-4.1.5.</i></p> <p>способы создания текстов с помощью современных технических средств и основных технологий цифровых коммуникаций.</p>	<p>адаптировать тексты под разные коммуникационные площадки. <i>ИПК-4.2.3</i></p> <p>разрабатывать специальные мероприятия под различными целевыми группами. <i>ИПК-4.2.4</i></p> <p>планировать концепции рекламных и PR-коммуникаций <i>ИПК-4.2.5</i></p> <p>применять технологий цифровых коммуникаций для подготовки рекламы, PR, реализации коммуникационного продукта</p>	<p>коммуникаций <i>ИПК-4.3.2</i></p> <p>навыками применения технологий копирайтинга при подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью <i>ИПК-4.3.3</i></p> <p>навыками применения технологий планирования и реализации специальных мероприятий в PR-среде. <i>ИПК-4.3.4</i></p> <p>навыками разработки корпоративных средств информации и коммуникации. <i>ИПК-4.3.5</i></p> <p>навыками применения технологий при подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации рекламного продукта</p>
ПК-7 Способен разрабатывать и продвигать коммуникационный проект в сфере рекламы и связей с общественностью на всех этапах его жизненного цикла	<p><i>ИПК-7.1.1</i></p> <p>принципы создания алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью. <i>ИПК-7.1.2.</i></p> <p>типы и формы документационного обеспечения проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	<p><i>ИПК-7.2.1</i></p> <p>структурировать по приоритетам этапов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью <i>ИПК-7.2.2</i></p> <p>разрабатывать документы, обеспечивающие планирование отдельных этапов проектов и кампаний</p>	<p><i>ИПК-7.3.1</i></p> <p>навыками разработки проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью. <i>ИПК-7.3.2</i></p> <p>навыками подготовки документации, обеспечивающей осуществление проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью</p>

Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения по практике		
	Знать (1)	Уметь (2)	Владеть (3)
	<i>ИПК-7.1.3.</i> основные принципы и методы анализа результатов исследований подготовительного этапа планирования рекламной и PR-кампании.	в сфере рекламы и связей с общественностью <i>ИПК-7.2.3</i> интерпретировать результаты исследований подготовительного этапа планирования рекламной и PR-кампании	общественностью <i>ИПК-7.3.3</i> навыками разработки рекламной и PR-кампании данных, полученных в ходе проведения исследований

4. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

4.1. Производственная практика относится к обязательной части учебного плана ОПОП направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Содержание учебной практики соответствует дисциплинам ОП ВО и практикам (учебной и производственной).

4.2. Для прохождения данной практики необходимы следующие знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами и практиками: *проектирование в рекламе и связях с общественностью; теория и практика рекламы; основы теории коммуникации; теория и практика массовой информации; психология массовых коммуникаций; социология.*

Знания:

- принципы профессионального мышления современного PR-специалиста, основы профессиональной культуры;
- особенности профессиональной этики в PR-деятельности, возможные пути (способы) разрешения нравственных конфликтных ситуаций в профессиональной деятельности PR-специалиста;
- основные понятия, терминов и их определений в области рекламы и связей с общественностью;

Умения:

- готовность к решению комплексных задач в соответствии с направлением и профилем подготовки.

Навыки:

- навыками работы с нормативными документами: законами, техническими регламентами, стандартами;
- навыками по управлению процессами документооборота.

4.3. Последующие учебные дисциплины (модули) и (или) практики, для которых необходимы знания, умения, навыки, формируемые данной практикой: *практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности; социология массовых коммуникаций; маркетинговые исследования и ситуационный анализ; основы медиапланирования.*

5. ОБЪЁМ И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Объём практики составляет 6 зачётных единиц, продолжительность – 4 недели.

Таблица 2 – Структура и содержание практики

Раздел (этап) практики	Содержание раздела (этапа)	Код компетенции	Трудоёмкость (в академ. часах)	Форма текущего контроля
организационный	Ознакомление с программой практики, получение индивидуального задания, совместного графика (плана) проведения практики. Решение организационных вопросов. Прохождение инструктажа и ознакомление с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка.	УК-1 ОПК-1 ОПК-2 ОПК-3 ОПК-4 ОПК-5 ОПК-6 ОПК-7 ПК-1 ПК-4 ПК-7	10	Опрос
основной	Изучение современных информационно-коммуникационных технологии; под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия; под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы; организация подготовки к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы.	УК-1 ОПК-1 ОПК-2 ОПК-3 ОПК-4 ОПК-5 ОПК-6 ОПК-7 ПК-1 ПК-4 ПК-7	136	Опрос
заключительный	Анализ итогов работы в ходе прохождения практики.	УК-1 ОПК-1 ОПК-2 ОПК-3 ОПК-4 ОПК-5	68	Практическое задание

Раздел (этап) практики	Содержание раздела (этапа)	Код компетенции	Трудоёмкость (в академ. часах)	Форма текущего контроля
		ОПК-6 ОПК-7 ПК-1 ПК-4 ПК-7		
контрольно-отчетный	Подготовка отчета и защита его на итоговой конференции.	УК-1 ОПК-1 ОПК-2 ОПК-3 ОПК-4 ОПК-5 ОПК-6 ОПК-7 ПК-1 ПК-4 ПК-7	2	Итоговая отчетная конференция

6. ФОРМА ОТЧЁТНОСТИ ПО ПРАКТИКЕ

Итоговая форма контроля по практике – дифференцированный зачёт. Формой отчётности по итогам практики является составление и защита отчета.

Главной формой отчётности по итогам практики является отчёт, в котором отражаются все разделы практики. В каждом разделе представлены все материалы, полученные в ходе практики: таблицы, рисунки, карты, диаграммы, описательный материал, выводы, рекомендации и т. д. После принятия преподавателем письменного отчёта с каждым обучающимся проводится собеседование, где он должен показать удовлетворительные знания. На основании суммы показателей обучающийся получает дифференцированный зачёт по практике.

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ПРАКТИКЕ

7.1. Паспорт фонда оценочных средств

При проведении текущего контроля и промежуточной аттестации по производственной практике проверяется сформированность у обучающихся компетенций, указанных в разделе 3 настоящей программы. Этапность формирования данных компетенций в процессе освоения образовательной программы определяется последовательным освоением дисциплин (модулей) и прохождением практик, а в процессе прохождения практики – последовательным достижением результатов освоения содержательно связанных между собой разделов (этапов) практики.

Таблица 3 – Соответствие разделов (этапов) практики, результатов обучения по практике и оценочных средств

Контролируемый раздел (этап) практики	Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства
организационный	УК-1 ОПК-1 ОПК-2 ОПК-3	Предоставление плана и индивидуального задания

Контролируемый раздел (этап) практики	Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства
	ОПК-4 ОПК-5 ОПК-6 ОПК-7 ПК-1 ПК-4 ПК-7	
основной	УК-1 ОПК-1 ОПК-2 ОПК-3 ОПК-4 ОПК-5 ОПК-6 ОПК-7 ПК-1 ПК-4 ПК-7	Сбор документов, материалов, фото и видео- для отчета
заключительный	УК-1 ОПК-1 ОПК-2 ОПК-3 ОПК-4 ОПК-5 ОПК-6 ОПК-7 ПК-1 ПК-4 ПК-7	Представление отчета по практике
контрольно-отчетный	УК-1 ОПК-1 ОПК-2 ОПК-3 ОПК-4 ОПК-5 ОПК-6 ОПК-7 ПК-1 ПК-4 ПК-7	Оценка представленного письменного анализа и устной беседы

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

Итогом прохождения практики является готовность обучающихся к выполнению или освоение соответствующего вида профессиональной деятельности. Итогом проверки является однозначное решение (вид профессиональной деятельности освоен / не освоен) и оценка по 5-балльной системе.

Оценка по учебной / производственной практике выставляется на основании: подготовки и защиты отчёта по практике; характеристики профессиональной деятельности обучающегося на практике; дневника практики с указанием видов работ, выполненных

обучающимся во время практики, их объёма, качества выполнения в соответствии с технологией и (или) требованиями организации, в которой проходила практика. Для оценки выполнения обучающимся заданий по практике можно использовать следующие показатели (табл. 4).

Структура отчёта по практике:

- титульный лист
- содержание (с обозначением номеров страниц)
- введение
- основная часть
- заключение
- список используемых для подготовки отчета источников и Интернет-ресурсов
- приложения (документы, схемы, диаграммы, графики, аналитические справки и т.д.).

Введение.

Во введении указываются сроки прохождения практики, наименование профильной организации, где обучающийся проходил практику, подразделение, выполняемая работа, руководитель практики от профильной организации. Дается анализ фактических материалов, полученных в процессе прохождения практики, формулируются цель и задачи, которые практикант ставит и решает в ходе подготовки отчета.

Затем располагается индивидуальное задание обучающегося на практику, рабочий график (план) проведения практики/совместный рабочий график (план) проведения практики.

Основная часть отчета.

Основная часть отчета по практике может состоять из нескольких разделов в соответствии с поставленными задачами. Изложение материала должно быть последовательным.

Анализируются все собранные в ходе исследования материалы:

- содержание выполненной обучающимся работы при прохождении практики с указанием всех видов деятельности, которые выполнял студент, выводы о том, в какой мере практика способствовала закреплению и углублению теоретических знаний, приобретению практических навыков;
- какие трудности возникли при прохождении практики;
- недостатки и упущения, имевшие место при прохождении практики, в чем конкретно они выразились;
- другие сведения, отражающие прохождение практики обучающимся.

Заключение.

В заключении подводятся итоги практики, отражаются данные о месте и сроках практики, дается анализ наиболее сложных и характерных вопросов, изученных в этот период, необходимо последовательно сформулировать краткие выводы.

Затем располагается характеристика руководителя практики от профильной организации.

Список используемых источников, Интернет-ресурсов.

В этом разделе указываются источники, которые использовал обучающийся для подготовки отчета в ходе анализа содержания индивидуального задания и его выполнения. Список источников и Интернет-ресурсов должен быть оформлен в соответствии с нормативными требованиями.

Приложения

К отчету могут быть приложены документы (схемы, таблицы, диаграммы, графики, фотографии и другие), над которыми работал обучающийся.

Требования к оформлению отчета

Отчет оформляется в печатном виде, формата А4, шрифт 14 Times New Roman, 1,5 интервал. Поля: верхнее, нижнее - 20 мм, левое - 30 мм, правое -10 мм. Все страницы отчета,

за исключением титульного листа нумеруются арабскими цифрами по порядку. Номер страницы проставляется в центре нижней части листа без точки. Титульный лист является первой страницей отчета и не нумеруется. Ориентировочный объем отчета – не менее 5-7 страниц. На титульном листе должны быть проставлены все подписи.

Таблица 4 – Показатели оценивания результатов обучения по практике

Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 «отлично»	демонстрирует способность применять знание теоретического материала при выполнении заданий по практике, последовательно и правильно выполняет задания, умеет обоснованно излагать свои мысли и делать необходимые выводы
4 «хорошо»	демонстрирует способность применять знание теоретического материала при выполнении заданий по практике, последовательно и правильно выполняет задания, умеет обоснованно излагать свои мысли и делать необходимые выводы, допускает единичные ошибки, исправляемые после замечания преподавателя
3 «удовлетворительно»	демонстрирует отдельные, несистематизированные навыки, испытывает затруднения и допускает ошибки при выполнении заданий, выполняет задание по подсказке преподавателя, затрудняется в формулировке выводов
2 «неудовлетворительно»	не способен правильно выполнить задания по практике

7.3. Контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения по практике

За время практики студенту необходимо разработать проект, решающий задачи, связанные с деятельностью организации – базы практики, связанные с выполнением:

- функций пресс-секретаря, менеджера коммуникационной структуры в государственных, общественных и коммерческих организациях;
- заданий, направленных на анализ конкретных PR-задач, способов их решения и оценку ожидаемых результатов; приобретение опыта в анализе информационной среды, в работе со СМИ и отдельными журналистами, навыков в подготовке, написании и рассылке пресс-релизов и других жанровых разновидностей PR-текстов;
- планирования рекламных и/или PR-кампаний;
- организации работы по реализации рекламных и/или PR-мероприятий;
- работы с техническими, теле- и радиоэлектронными средствами массовой информации, фото-, видео- и компьютерной техникой.

Задания:

1. изучение современных информационно-коммуникационных технологий;
2. под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия;
3. под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы;
4. организация подготовки к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы.

7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по практике

Таблица 5 – Технологическая карта рейтинговых баллов по практике

№ п/п	Контролируемые мероприятия	Количество мероприятий / баллы	Максимальное количество баллов	Срок представления
Текущая работа				
1.	степень выполнения программы практики	1	25	по расписанию
2.	объем и полнота собранных на практике материалов и другие показатели с учетом специфики базы и вида практики	1	25	По расписанию
Всего			50	-
Качество отчёта и его защита				
3.	соблюдение требований к структуре отчета, качество написания введения, заключения, соответствие основной части целям и задачам практики; наличие анализа выполнения индивидуального задания; язык и стиль изложения; оформление отчета	1	25	по расписанию
4.	качество выполнения и оформления отчета, уровень владения докладываемым материалом, творческий подход к анализу материалов практики и другие показатели с учетом специфики базы и вида практики	1	25	по расписанию
Всего			50	-
ИТОГО			100	-

Таблица 6 – Система штрафов

Показатель	Балл
<i>Опоздание</i>	-1
<i>Нарушение учебной дисциплины</i>	-1
<i>Неготовность к выполнению задания на практике</i>	-2
<i>Пропуск одного дня практики без уважительной причины</i>	-1

Таблица 7 – Шкала перевода рейтинговых баллов в итоговую оценку по практике

Сумма баллов	Оценка по 4-балльной шкале	
90–100	5 (отлично)	Зачтено
85–89	4 (хорошо)	
75–84		
70–74		
65–69	3 (удовлетворительно)	
60–64		
Ниже 60	2 (неудовлетворительно)	Не зачтено

В зависимости от уровня подготовленности обучающихся могут быть использованы иные формы, методы контроля и оценочные средства, исходя из конкретной ситуации.

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

8.1. Основная литература

1. Марков, А.А. Теория и практика массовой информации: учебник / Под ред. А.А. Маркова. М.: Инфра-М, 2021. 252с. [Электронный ресурс]: <https://znanium.com/read?id=398518>

2. Связи с общественностью: Теория, практика, коммуникативные стратегии [Электронный ресурс]: Учеб. пособие для студентов вузов / Горохов В.М., Гринберг Т.Э. - М. : Аспект Пресс, 2018. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756708967.html>.

8.2. Дополнительная литература

1. Основы интегрированных коммуникаций [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Сергеева З.Н. - Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2016. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785778228795.html>

2. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд : доп. УМО вузов РФ по образованию в области междунар. отношений в качестве учеб. пособия для студентов, обуч. по направлению подготовки (спец.) "Реклама и связи с общественностью". - 2-е изд. ; испр. и доп. - М. : Аспект Пресс, 2014. - 159 с. - (Учебник нового поколения. [Для бакалавров]). - ISBN 978-5-7567-0717-5: 231-00, 299-20 : 231-00, 299-20.

8.3. Интернет-ресурсы, необходимые для освоения дисциплины (модуля)

Учебный год	Наименование ЭБС
2022/2023	Электронная библиотека «Астраханский государственный университет» собственной генерации на платформе ЭБС «Электронный Читальный зал – БиблиоТех». https://biblio.asu.edu.ru <i>Учетная запись образовательного портала АГУ</i>
	Электронно-библиотечная система (ЭБС) ООО «Политехресурс» «Консультант студента». Многопрофильный образовательный ресурс «Консультант студента» является электронной библиотечной системой, предоставляющей доступ через сеть Интернет к учебной литературе и дополнительным материалам, приобретенным на основании прямых договоров с правообладателями. Каталог содержит более 15 000 наименований изданий. www.studentlibrary.ru . <i>Регистрация с компьютеров АГУ</i>
	Электронная библиотечная система издательства ЮРАЙТ, раздел «Легендарные книги». www.biblio-online.ru , https://urait.ru/
	Электронная библиотечная система IPRbooks. www.iprbookshop.ru
	Электронно-образовательный ресурс для иностранных студентов «РУССКИЙ ЯЗЫК КАК ИНОСТРАННЫЙ». www.ros-edu.ru
	Электронно-библиотечная система ВООК.ru

9. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ПРАКТИКИ

9.1. Информационные технологии

При реализации различных видов учебной и внеучебной работы по дисциплине используются:

- использование возможностей Интернета в учебном процессе (рассылка заданий, предоставление выполненных работ, ответы на вопросы, ознакомление учащихся с оценками и т.д.);
- использование электронных учебников и различных сайтов (например, электронные библиотеки, журналы и т.д.) как источников информации;
- использование возможностей электронной почты преподавателя;
- использование средств представления учебной информации (электронных учебных пособий и практикумов, применение новых технологий для проведения очных (традиционных) семинаров с использованием презентаций и т.д.);
- использование интегрированных образовательных сред, где главной составляющей являются не только применяемые технологии, но и содержательная часть, т.е. информационные ресурсы (доступ к мировым информационным ресурсам, на базе которых строится учебный процесс);
- использование виртуальной обучающей среды (или системы управления обучением LMS Moodle «Цифровое обучение») или иных информационных систем, сервисов и мессенджеров]

9.2. Программное обеспечение, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

9.2.1. Программное обеспечение

Перечень программного обеспечения на 2022–2023 учебный год

Наименование программного обеспечения	Назначение
Adobe Reader	Программа для просмотра электронных документов
Платформа дистанционного обучения LMS Moodle	Виртуальная обучающая среда
Mozilla FireFox	Браузер
Microsoft Office 2013, Microsoft Office Project 2013, Microsoft Office Visio 2013	Пакет офисных программ
7-zip	Архиватор
Microsoft Windows 7 Professional	Операционная система
Kaspersky Endpoint Security	Средство антивирусной защиты
Google Chrome	Браузер
Notepad++	Текстовый редактор
OpenOffice	Пакет офисных программ
Opera	Браузер
VLC Player	Медиапроигрыватель
WinDjView	Программа для просмотра файлов в формате DJV и DjVu

9.2.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

**Перечень современных профессиональных баз данных, информационных справочных систем
на 2022–2023 учебный год**

<i>Наименование современных профессиональных баз данных, информационных справочных систем</i>
<p>Универсальная справочно-информационная полнотекстовая база данных периодических изданий ООО «ИВИС» http://dlib.eastview.com Имя пользователя: AstrGU Пароль: AstrGU</p>
<p>Электронные версии периодических изданий, размещённые на сайте информационных ресурсов www.polpred.com</p>
<p>Электронный каталог Научной библиотеки АГУ на базе MARK SQL НПО «Информ-систем» https://library.asu.edu.ru/catalog/</p>
<p>Электронный каталог «Научные журналы АГУ» https://journal.asu.edu.ru/</p>
<p>Корпоративный проект Ассоциации региональных библиотечных консорциумов (АРБИКОН) «Межрегиональная аналитическая роспись статей» (МАРС) – сводная база данных, содержащая полную аналитическую роспись 1800 названий журналов по разным отраслям знаний. Участники проекта предоставляют друг другу электронные копии отсканированных статей из книг, сборников, журналов, содержащихся в фондах их библиотек. http://mars.arbicon.ru</p>
<p>Справочная правовая система КонсультантПлюс. Содержится огромный массив справочной правовой информации, российское и региональное законодательство, судебную практику, финансовые и кадровые консультации, консультации для бюджетных организаций, комментарии законодательства, формы документов, проекты нормативных правовых актов, международные правовые акты, правовые акты, технические нормы и правила. http://www.consultant.ru</p>

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Учебные аудитории, библиотеки АГУ, компьютерные классы, мультимедийные аудитории.

Программное обеспечение: Microsoft Office.

При реализации различных видов учебной работы по дисциплине могут использоваться электронное обучение и дистанционные образовательные технологии. При реализации различных видов учебной и внеучебной работы используются следующие информационные технологии: виртуальная обучающая среда (или система управления обучением LMS Moodle) или иные информационные системы, сервисы и мессенджеры.

Рабочая программа дисциплины (модуля) при необходимости может быть адаптирована для обучения (в том числе с применением дистанционных образовательных технологий) лиц с ограниченными возможностями здоровья, инвалидов. Для этого требуется заявление обучающихся, являющихся лицами с ограниченными возможностями здоровья, инвалидами, или их законных представителей и рекомендации психолого-медико-педагогической комиссии. Для инвалидов содержание рабочей программы дисциплины (модуля) может определяться также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии).