

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
«04» апреля 2024 г.

УТВЕРЖДАЮ
Заведующая кафедрой журналистики и
медиакоммуникаций
Г.С. Белолипская
«04» апреля 2024 г.

ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Тип практики	Профессионально-творческая практика
Составитель (-и)	Белолипская Г.С., доцент, кандидат филологических наук, завкафедрой журналистики и медиакоммуникаций; Кадырова Г.Х., кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики и медиакоммуникаций Лазуткина Е.В., кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики и медиакоммуникаций
Согласовано с работодателями:	Ядыкин Р.Ю., первый заместитель министра государственного управления, информационных технологий и связи Астраханской области Линько М.О., директор маркетингового агентства «Микс»
Направление подготовки / специальность	42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
Направленность (профиль) / специализация ОПОП	
Квалификация (степень)	бакалавр
Форма обучения	очная, заочная
Год приема	2024
Курс	3
Семестр	6

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПРАКТИКИ

1.1. Цели прохождения производственной практики: формирование и развитие профессиональных знаний и навыков у обучающихся в сфере избранной специальности, обеспечение на всех этапах практики непрерывности и последовательности овладения ими профессиональной деятельностью в соответствии с требованиями к уровню подготовки выпускников.

1.2. Задачи прохождения производственной практики:

- приобретение опыта практической деятельности и формирование профессиональных организационных и аналитических компетенций;
- участие в организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы (организации);
- участие в формировании эффективных внутренних коммуникаций в организации;
- закрепление и углубление полученных теоретических знаний по общепрофессиональным и специальным дисциплинам;
- использование результатов практики для подготовки курсовых работ и выпускной квалификационной работы.

2. МЕСТА ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Перечень профильных организаций, предприятий, учреждений г. Астрахани, Астраханской области и других регионов, а также структурных подразделений университета, на базе которых проводится практика:

- ФГУП «Всероссийская государственная телевизионная и радиовещательная компания» «Лотос» (договор №63/20 от 16.11.2020 г.);
- ООО «Астраханский региональный канал» (договор №57/20 от 16.11.2020 г.);
- ЗАО «Астраханское цифровое телевидение» (договор №442/21 от 05.07.2021 г.);
- АНО «Издательский дом “Каспий”» (договор №59/20 от 16.11.2020 г.);
- ООО «Наримановский издательский центр» (договор №443/21 от 05.07.2021 г.);
- МАУ «Редакция газеты “Заря Каспия”» (договор №439/21 от 05.07.2021 г.);
- МАУ МО «Закрытое административно-территориальное образование Знаменск АО» «Информационно-издательский центр “Орбита”» (договор №162/20 от 09.12.2020 г.);
- МИПП «Лиманполиграф» (договор №434/21 от 28.06.2021 г.);
- СМИ сетевое издание информационно-новостной ресурс «Пункт-А» (договор №78/20 от 17.11.2020 г.);
- ООО «Рекламно-коммерческая фирма Камерон (Южная волна)» (договор №62/20 от 16.11.2020 г.);
- ООО «МФ “Эхо-Астрахань”» (договор №61/20 от 16.11.2020 г.);
- ООО «Радиосеть» (договор №60/20 от 16.11.2020 г.);
- Агентство по делам молодежи Астраханской области (договор №502/21 от 18.11.2021 г.);
- Администрация Губернатора Астраханской области (договор №178/20 от 10.12.2020 г.);
- ГАУК АО «Астраханский государственный театр оперы и балета» (договор №208/21 от 13.01.2021 г.);
- ГБУК АО «Астраханская областная научная библиотека имени Н.К. Крупской» (договор №176/20 от 10.12.2020 г.).

Деятельность данных организаций, предприятий, учреждений соответствует профессиональным компетенциям, осваиваемым в рамках ОПОП ВО.

Производственная практика может проводиться в структурном подразделении организации – выпускающей кафедре журналистики и медиакоммуникаций.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья выбор мест прохождения практик должен учитывать состояние здоровья и требования по доступности.

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:

а) *универсальных (УК)*:

УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.

УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде.

УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.

б) *профессиональных (ПК)*:

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

ПК-4. Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью.

Таблица 1. Декомпозиция результатов обучения

Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по практике (модулю)		
		Знать (1)	Уметь (2)	Владеть (3)
УК-2.	УК-2.1. Знать правовые нормы, регламентирующие осуществление профессиональной деятельности.	- базовые правовые нормы, регламентирующие разработку и реализацию медиапроектов	- применять полученные знания в профессиональной деятельности, при разработке и реализации медиапроектов	- навыками разработки и реализации медиапроектов с учетом базовых правовых норм, регламентирующих осуществление профессиональной деятельности
	УК-2.2. Уметь определять круг задач в рамках профессиональной деятельности, планировать собственную профессиональную деятельность исходя из имеющихся ресурсов.	- знать круг задач и имеющиеся ресурсы в рамках профессиональной деятельности для разработки и реализации медиапроектов	- уметь определять круг задач в рамках профессиональной деятельности, планировать собственную профессиональную деятельность исходя из имеющихся ресурсов для разработки и реализации медиапроектов	- навыками оценивания задач и имеющихся ресурсов в рамках профессиональной деятельности для разработки и реализации медиапроектов
	УК-2.3. Демонстрирует	- особенности проек-	- проектировать	- навыками

Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по практике (модулю)		
		Знать (1)	Уметь (2)	Владеть (3)
	способность проектировать решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений.	тирования решений конкретных задач медиапроекта, выбирая оптимальный способ их решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений	решение конкретной задачи медиапроекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений	проектирования решений конкретных задач медиапроекта, выбирая оптимальный способ их решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений
УК-3	УК-3.1. Демонстрирует способность работать в команде, проявляет лидерские качества и умения	– принципы командной динамики, основные теории лидерства и ролевые модели в команде	– брать на себя инициативу, мотивировать команду и гибко выполнять различные роли для достижения общих целей	– навыками конструктивного разрешения конфликтов, организации командной работы и проявления ситуационного лидерства
	УК-3.2. Демонстрирует способность эффективного взаимодействия с другими членами команды, в т.ч. участвуя в обмене информацией, знаниями и опытом и презентации результатов команд	– принципы эффективной коммуникации (активное слушание, обратная связь) и инструменты для совместной работы	– четко аргументировать свою позицию, представлять результаты работы команды и активно участвовать в обмене идеями	– навыками публичных выступлений, визуализации информации и работы в коллаборативных цифровых средах
	УК-3.3. Понимает эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, определяет свою роль в команде	– преимущества и принципы стратегии сотрудничества, методы оценки личных возможностей и сильных сторон для определения своей роли	– анализировать задачи команды и осознанно выбирать собственную роль, максимизируя вклад в общий результат	– навыком рефлексии, гибкой смены ролевого поведения и управления групповыми процессами для повышения синергии команды
УК-6	УК-6.1. Оценивает личностные ресурсы и управляет своим временем для выстраивания траектории саморазвития	– методы самооценки личностных качеств и компетенций, а также принципы тайм-менеджмента и постановки личных целей	– анализировать свои сильные и слабые стороны, формулировать цели саморазвития и планировать личное время для их	– навыком составления и корректировки индивидуального плана развития с эффективным рас-

Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по практике (модулю)		
		Знать (1)	Уметь (2)	Владеть (3)
			достижения	пределением временных ресурсов
	УК-6.2. Эффективно использует время и другие ресурсы при реализации траектории саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	– основные принципы концепции образования в течение всей жизни и методы эффективного использования различных ресурсов (временных, информационных, образовательных)	– выбирать и использовать доступные ресурсы (онлайн-курсы, литература, профессиональные сообщества) для реализации своего плана развития в рамках выбранной траектории	– навыками применения техник тайм-менеджмента и инструментов планирования для постоянного профессионального и личностного роста
ПК-1.	ПК-1.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью.	– принципы организации работы отдела, основы управления проектами и функциональные обязанности линейного менеджера	– выполнять оперативное управление задачами, распределять ресурсы и контролировать исполнение поручений в рамках отдела или проекта	– навыками организации текущей деятельности рабочей группы, проведения планерок и применения базовых инструментов менеджмента
	ПК-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.	– принципы тактического планирования, методы декомпозиции стратегических целей на конкретные измеримые мероприятия.	– разрабатывать календарный план-график мероприятий, определять сроки, ответственных и необходимые ресурсы для их реализации.	– навыком оперативного планирования и управления по целям для достижения тактических результатов в установленные сроки.
	ПК-1.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.	– цели, инструменты и каналы внутренних коммуникаций, основы формирования корпоративной идентичности и культуры.	– участвовать в организации внутренних мероприятий и разработке коммуникационных материалов для донесения ценностей компании до сотрудников.	– навыками работы с внутренними каналами коммуникации.
ПК-4	ПК-4.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.	– ключевые этапы и стандартные модели жизненного цикла проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.	– выстраивать работу над проектом в соответствии с типовым алгоритмом: от анализа ситуации и планирования до реали-	– навыком практического применения этапов стандартного алгоритма для управления

Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по практике (модулю)		
		Знать (1)	Уметь (2)	Владеть (3)
			зации и оценки результатов.	проектом и достижения его целей.
	ПК-4.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью.	– перечень, назначение и стандартные требования к структуре основных проектных документов.	– самостоятельно разрабатывать и корректно оформлять пакет документов, необходимых для сопровождения проекта на разных его стадиях.	– навыками подготовки профессиональной проектной документации с использованием профильного программного обеспечения.
	ПК-4.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта.	– виды и методики прикладных исследований, используемых для обоснования коммуникационных решений.	– анализировать и интерпретировать данные исследований для формирования обоснованной стратегии, концепции и содержания коммуникационного продукта.	– навыком интеграции результатов аналитики и исследований в процесс создания и планирования рекламной или PR-кампании.

В результате прохождения производственной практики студент должен:

Знать: основы организации работы различных отделов рекламы и связей с общественностью, агентств, пресс-служб.

Уметь: создавать и редактировать рекламные и пиар-материалы; разрабатывать коммуникационный продукт.

Владеть: навыками работы на всех этапах подготовки рекламных продуктов и пиар-текстов для различных отделов рекламы и связей с общественностью, агентств, пресс-служб; применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта.

4. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

4.1. Производственная практика относится к обязательной части и реализуется в 6 семестре.

Производственная практика проводится после завершения изучения дисциплин 3 курса и нацелена на закрепление ряда универсальных, общепрофессиональных, профессиональных компетенций. Практика встраивается в структуру ОПОП как с точки зрения преемственности содержания, так и с точки зрения непрерывности процесса формирования компетенций выпускника.

4.2. Для прохождения данной практики необходимы следующие знания, умения, навыки, формируемые предшествующими учебными дисциплинами (модулями) и (или) практиками:

4.2. Для прохождения данной практики необходимы следующие знания, умения, навыки, формируемые предшествующими учебными дисциплинами (модулями) и (или) практиками:

– «Производственная практика»

Знания: основы организации работы различных отделов рекламы и связей с общественностью, агентств, пресс-служб, СМИ; особенности планирования и реализации проектов в рекламе и связях с общественностью

Умения: применять профессиональные знания для решения практических задач в области рекламы и PR; разрабатывать элементы коммуникационных кампаний и проектов проводить анализ и обработку информации для профессиональных целей. участвовать в организации и проведении мероприятий

Навыки: методы сбора и анализа отраслевой информации; технологиями подготовки профессиональной документации и отчетных материалов.

– «Теория и практика связей с общественностью»

Знания: понятия рекламы и PR, их функций, разновидностей и средств; роль и значение рекламы и PR в развитии журналистики;

Умения: обозначить особенности и основные направления взаимодействия служб рекламы и PR и прессы;

Навыки: выявить специфику создания рекламных и имиджевых материалов для СМИ и проанализировать критерии их эффективности.

– «Маркетинг в рекламе и связях с общественностью»

Знания: основы законов медиаэкономики, представление об основных видах медиапредприятий и моделях их развития, специфических особенностях медиаменеджмента.

Умения: учитывать в профессиональной деятельности экономические регуляторы деятельности СМИ.

Навыки: навыки экономического моделирования деятельности медиапредприятия.

4.3. Последующие учебные дисциплины (модули) и (или) практики, для которых необходимы знания, умения, навыки, формируемые данной практикой:

Прохождение производственной практики является необходимым для дальнейшего изучения профессиональных дисциплин 4 курса и прохождения преддипломной практики в 8 семестре, а также написания выпускной квалификационной работы.

5. ОБЪЁМ И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Объем практики составляет 6 зачетных единиц, продолжительность – 4 недели или 216 академических часов.

Таблица 2 – Структура и содержание практики

Раздел (этап) практики	Содержание раздела (этапа)	Код компетенции	Трудоемкость (в академ. часах)	Формы текущего контроля
Подготовительный этап. Установочная конференция.	Распределение на практику, выдача задания, консультирование по вопросам прохождения практики и подготовки итогового отчета	УК-2; УК-3; УК-6	6	Анализ работы отдела рекламы и связей с общественностью; проверка сопроводительной документации
Основной этап. Посещение редакций отделов рекламы и связей с обще-	Прохождение практики, посещение редакций, взаимодействие с редакционным составом, работа в отделах	УК-2; УК-6; ПК-4; УК-3; ПК-1;	204	Подготовка портфолио по итогам практики

ственность, агентств, пресс-служб.	рекламы и связей с общественностью, агентств, пресс-служб, подготовка рекламных и пиар-материалов, разработка программ мероприятий.			
Итоговый этап. Подготовка отчета о прохождении практики. Итоговая конференция.	Защита отчета о прохождении практики, дискуссия	УК-2; УК-6; ПК-1; ПК-4	6	Защита отчета о прохождении практики; презентация итогов практики

6. ФОРМА ОТЧЁТНОСТИ ПО ПРАКТИКЕ

Формой отчётности по итогам практики является составление и защита отчета о прохождении практики, а также выступление на конференции с презентацией отчета.

По окончании практики студенты должны предоставить отчет со следующими документами:

1. Отчет о прохождении практики в текстовом виде, в котором должны быть освещены следующие моменты: время прохождения практики; названия конкретных рекламных отделов, агентств, пресс-служб организаций, в которых проходила практика; конкретные виды труда медиаспециалиста.
2. Характеристика (на бланке организации за подписью ответственного лица и с печатью организации).
3. Авторские материалы, подготовленные студентом за период прохождения практики (печатный и электронный контент, разработка структуры и этапов реализации мероприятий и др.).
4. Индивидуальное задание.
5. Рабочий график (план) проведения практики.
6. Дневник практики.

На основании защиты данного отчета, а также работы студентов во время посещения отделов рекламы и связей с общественностью, агентств, пресс-служб выставляется дифференцированный зачет.

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
Подготовительный этап. Установочная конференция.	УК-2; УК-3; УК-6	Анализ деятельности отделов рекламы и связей с общественностью, агентств, пресс-служб
Посещение отделов рекламы и связей с общественностью, агентств, пресс-служб	УК-2; УК-3; УК-6; ПК-1; ПК-4	Портфолио с авторскими и фотоматериалами
Подготовка отчета о прохождении практики. Итоговая конференция.	УК-2; УК-6; ПК-1; ПК-4	Отчет о прохождении практики с анализом деятельности рекламных отделов, агентств, пресс-служб, на базе которого проходила практика

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 производственной практике выставляется на основании:

- подготовки и защиты отчёта по практике;
- отзыва-характеристики профессиональной деятельности обучающегося на практике (образец представлен в приложении №2);
- портфолио, включающего авторские материалы, подготовленные студентом за время прохождения практики.

Для оценки выполнения студентом заданий по практике используются следующие показатели.

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 «удовлетво-	демонстрирует отдельные, несистематизированные навыки, испытывает затруднения и допускает ошибки при выполнении заданий, выполняет за-

Шкала оценивания	Критерии оценивания
рительно»	дание 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

Анализ деятельности рекламных отделов, агентств, пресс-служб по предложенной схеме:

I. Паспорт организации

1. Адрес, телефон, официальный сайт, организационно-правовая форма.
2. Коллектив отдела/агентства (руководитель, заместители, специализации: менеджеры по работе с клиентами, арт-директора, копирайтеры, медиапланеры, PR-менеджеры, SMM-специалисты и т.д.).
3. Структура (внутренняя структура подразделения или агентства, схема подчинения).
4. Портфель клиентов (основные заказчики, количество проектов).
5. Рынок деятельности (география и отрасли, в которых работает организация).

II. Историческая справка

III. Юрисдикция: учредитель, генеральный директор. Анализ устава и внутренних регламентов.

IV. Исследование клиентской базы и аудитории

- а) социально-демографические и портретные сведения о целевых аудиториях клиентов;
- б) сведения об информационных и потребительских интересах аудитории, отношении к брендам клиентов;
- в) формы взаимоотношения отдела/агентства и клиентов, работа с обратной связью и отчетностью.

V. Финансовая база организации (доходы, расходы, коммерческая деятельность, виды гонораров и комиссий, стоимость услуг, прибыль и т.д.).

VI. Тематика (анализ ведущих направлений и проектов: рекламные кампании, PR-сопровождение, event-маркетинг, цифровые коммуникации и т.д.).

VII. Отношение к функциям рекламы и связей с общественностью (информационная, экономическая, имиджевая, социальная и др.) в деятельности организации.

VIII. Реализация профессиональных принципов (этика, конфиденциальность, клиентоориентированность, креативность) в работе.

IX. Действенность и эффективность проектов и кампаний (анализ выполненных кейсов, достижение KPI, отзывы клиентов).

X. Вывод. Предложения по корректировке деятельности и повышению эффективности работы организации.

Отчет о прохождении практики

Структура отчета:

- введение (цели, задачи практики)
- основная часть: сроки и место прохождения практики, анализ деятельности организации по предложенной схеме, содержание практики, анализ деятельности студента в соответствии с планом работы и содержанием практики и его выполнение.
- портфолио, включающее авторские материалы, подготовленные студентом за время прохождения практики.

Текст отчета оформляется в соответствии со следующими требованиями:

- отчеты оформляются в печатном виде на одной стороне стандартных листов формата А4;
- все поля 2 см, шрифт Times New Roman №12 или №14, выравнивание текста по ширине, междустрочный интервал – одинарный или полуторный, отступ – 1,25 см.
- нумерация страниц сквозная, начиная с №2 (титульный лист не нумеруется).

Портфолио

1. Пресс-релиз
2. Текст и иллюстрации для поста в социальных сетях
3. Креативная концепция для проекта
4. Сценарий мероприятия
5. Медиа-кит или карта медиаресурса
6. Кейс-стади по анализу рекламной кампании
7. Карта стейкхолдеров
8. Сценарий для рекламного ролика
9. Текст для рекламной рассылки
10. Визуальные работы и др.

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

Форма проведения практики. Организация проведения практики осуществляется дискретно: по их видам и по периодам проведения практик – путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения каждого вида (совокупности видов) практики и путем чередования в календарном учебном графике периодов учебного времени для проведения практик с периодами учебного времени для проведения теоретических занятий.

В ФГБОУ ВО «Астраханский государственный университет им. В.Н. Татищева» действует балльно-рейтинговая система оценки учебных достижений студентов (БАРС).

Итоговая оценка по учебной практике складывается из следующих составляющих:

- подготовка и защита отчета по практике;
- характеристика профессиональной деятельности студента на практике с указанием видов работ, выполненных обучающимся во время практики, их объема, качества выполнения в соответствии с технологией и (или) требованиями организации, в которой проходила практика;
- творческое портфолио, собранное в процессе прохождения учебной практики.

Таблица 5 – Технологическая карта рейтинговых баллов по практике

№ п/п	Контролируемые мероприятия	Количество мероприятий / баллы	Максимальное количество баллов	Срок представления
Текущая работа				
1.	Регулярное посещение места практики	–	20	В период практики
2.	Подготовка заданий в рамках практики	–	30	В период практики
Всего			50	-
Качество отчёта и его защита				
3.	Подготовка и представление аналитиче-	–	20	На зачете

№ п/п	Контролируемые мероприятия	Количество мероприятий / баллы	Максимальное количество баллов	Срок представления
	ской части отчета по практике			
4.	Подготовка и представление творческой части отчета по практике	–	30	На зачете
Всего			50	-
ИТОГО			100	-

Таблица 6 – Система штрафов

Показатель	Балл
Опоздание	-5
Нарушение учебной дисциплины	-5
Неготовность к выполнению задания на практике	-5
Пропуск одного дня практики без уважительной причины	-2

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)	Не зачтено
60–64		
Ниже 60	2 (неудовлетворительно)	

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. Зверинцев А. Б. Коммуникационный менеджмент PR / А. Б. Зверинцев. — Москва : Юрайт, 2021. — 427 с. — (Серия «Бакалавр и магистр. Академический курс»). — ISBN 978-5-534-10244-9.

2. Кара М. Н. Цифровой маркетинг: стратегии продвижения в социальных медиа / М. Н. Кара. — Москва : Альпина Паблишер, 2021. — 342 с. — ISBN 978-5-9614-7256-3.

3. Комаровский В. С. Государственная коммуникация : учебное пособие / В. С. Комаровский. — Москва : Аспект Пресс, 2019. — 320 с. — ISBN 978-5-7567-1024-1.

4. Котлер Ф., Келлер К. Л. Маркетинг менеджмент : пер. с англ. – СПб. : Питер, 2023. — 800 с. : табл. — (Серия «Классика МВА»). — ISBN 978-5-4461-1702-7.

5. Антипов К. В. Основы рекламы [Электронный ресурс] / Антипов К. В. – Москва : Дашков и К, 2015. Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394023941.html> (ЭБС «Консультант студента»).

6. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд [Электронный ресурс]: Учеб. пособие для студентов вузов / А. Н. Чумиков. – Москва : Аспект Пресс, 2014. – (Серия «Учебник нового поколения»). Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756707175.html> (ЭБС «Консультант студента»).

7. Скотт Д. М. Маркетинг в социальных сетях / Д. М. Скотт ; пер. с англ. А. В. Богдановой. — Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2020. — 416 с. — ISBN 978-5-00169-456-2.

8. Соломатина Е. Б. Digital PR: Стратегии продвижения в социальных медиа : монография / Е. Б. Соломатина. — Санкт-Петербург : Питер, 2021. — 320 с. : ил. — (Серия «Маркетинг и реклама»). — ISBN 978-5-4461-1345-6.

9. Сальникова Л. С. Управление репутацией [Электронный ресурс]: учебно-методич. комплекс / Л. С. Сальникова — Москва : МГИМО, 2012. — Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785922808576.html> (ЭБС «Консультант студента»).

10. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Связи с общественностью: теория и практика : учеб. пособие для вузов. — Москва : Дело, 2022. — 543 с. — ISBN 978-5-7749-1623-8.

11. Шарков Ф. И. Интегрированные коммуникации: PR, реклама, брендинг : учебник [Электронный ресурс] / Ф. И. Шарков, В. Н. Кириллов. — Москва : Дашков и К°, 2021. — 380 с. ISBN 978-5-394-04289-7 Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394011856.html> (ЭБС «Консультант студента»)

8.2. Дополнительная литература

1. Балахонская, Л. В. PR-текст: структура, содержание, оформление: учебное пособие / Л. В. Балахонская; Санкт-Петербургский гос. ун-т, Ин-т «Высш. шк. журналистики и массовых коммуникаций». — Санкт-Петербург : Ин-т «Высш. шк. журналистики и массовых коммуникаций», 2015. — 196 с. ISBN 978-5-8041-03559

2. Беспалова Ю.М., Деловая этика, профессиональная культура и этикет [Электронный ресурс] / Беспалова Ю.М. — Москва: ФЛИНТА, 2016. — 386 с. — ISBN 978-5-9765-2778-2 — Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785976527782.html> (ЭБС «Консультант студента»).

3. Годин А. М. Брендинг /А. М. Годин. — Москва : Дашков и К°, 2016. — 184 с. ISBN 978-5-9765-2788-5.

4. Мирошниченко А. А. Бизнес-коммуникации. Мастерство делового общения. Практическое руководство [Электронный ресурс] / А. А. Мирошниченко. — Москва : Книжный мир, 2008. — 384 с. — ISBN 978-5-8041-0307-2 Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785804103072.html> (ЭБС «Консультант студента»)..

5. Рахманин Л. В. Стилистика деловой речи и редактирование служебных документов [Электронный ресурс] / Л. В. Рахманин. — Москва : ФЛИНТА, 2015. 256 с. Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785976510241.html> (ЭБС «Консультант студента»).

8.3. Интернет-ресурсы, необходимые в процессе прохождения практики

1. Многопрофильный образовательный ресурс «Консультант студента» — www.studentlibrary.ru

9. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ПРАКТИКИ

9.1. Информационные технологии

– использование возможностей интернета в учебном процессе (рассылка заданий, предоставление выполненных работ, ответы на вопросы, ознакомление обучающихся с оценками и т.д.);

– использование электронных учебников и различных сайтов (например, электронных библиотек, журналов и т.д.) как источников информации;

– использование возможностей электронной почты преподавателя;

– использование средств представления учебной информации (электронных учебных пособий и практикумов, презентаций и т.д.);

– использование интегрированных образовательных сред, где главной составляющей являются не только применяемые технологии, но и содержательная часть, т.е. инфор-

мационные ресурсы (доступ к мировым информационным ресурсам, на базе которых строится учебный процесс);

– использование виртуальной обучающей среды (LMS Moodle «Электронное образование») или иных информационных систем, сервисов и мессенджеров.

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

9.2.1. Программное обеспечение

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
Paint .NET	Растровый графический редактор
WinDjView	Программа для просмотра файлов в формате DJV и DjVu

9.2.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Универсальная справочно-информационная полнотекстовая база данных периодических изданий ООО «ИВИС» <http://dlib.eastview.com>
2. Электронные версии периодических изданий, размещённые на сайте информационных ресурсов www.polpred.com
3. Электронный каталог Научной библиотеки АГУ на базе MARK SQL НПО «Информ-систем» <https://library.asu.edu.ru/catalog/>
4. Электронный каталог «Научные журналы АГУ» <https://journal.asu.edu.ru/>
5. Корпоративный проект Ассоциации региональных библиотечных консорциумов (АРБИКОН) «Межрегиональная аналитическая роспись статей» (МАРС) <http://mars.arbicon.ru>
6. Справочная правовая система КонсультантПлюс <http://www.consultant.ru>
7. Электронная библиотечная система IPRbooks www.iprbookshop.ru
8. Электронно-библиотечная система BOOK.ru <https://book.ru>
9. Электронная библиотечная система издательства ЮРАЙТ, раздел «Легендарные книги». www.biblio-online.ru, <https://urait.ru/>
10. Электронная библиотека «Астраханский государственный университет» собственной генерации на платформе ЭБС «Электронный Читальный зал – БиблиоТех» <https://biblio.asu.edu.ru>

11. Электронно-библиотечная система (ЭБС) ООО «Политехресурс» «Консультант студента» www.studentlibrary.ru

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

Согласно договорам по практикам студентам обеспечен доступ к профессиональному редакционному оборудованию в период прохождения практики и во время учебного процесса. Реализация практики на начальном этапе обеспечивается аудиторным фондом, имеющейся в наличии в читальном зале и на абонементе научной библиотеки университета научной и учебной литературой, а также наличием учебных аудиторий, оборудованных специальными техническими средствами: мультимедийным проектором, экраном, ноутбуком, каналом Интернет, компьютерами для самостоятельной работы студентов. Кроме этого, в период прохождения практики на базе вуза используется материально-техническое обеспечение Лаборатории медиапроектов (главный корпус АГУ, 402 ауд.).

Программа практики 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 программы практики может определяться также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии).