

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
медиакommunikаций

Г.С. Белолипская
«04» апреля 2024 г.

ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Тип практики
Составитель(-и)

Преддипломная практика
Белолипская Г.С., доцент, кандидат
филологических наук, завкафедрой
журналистики и медиакommunikаций;
Кадырова Г.Х., кандидат филологических
наук, доцент кафедры журналистики и
медиакommunikаций
Лазуткина Е.В., кандидат
филологических наук, доцент кафедры
журналистики и медиакommunikаций

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
Направленность (профиль) /
специализация ОПОП
Квалификация (степень)

42.03.01 РЕКЛАМА И
СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Форма обучения

бакалавр
очная, заочная

Год приема

2024

Курс

4 (очная форма)
5 (заочная форма)
8 (очная форма)
9 (заочная форма)

Семестр

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПРАКТИКИ

1.1. Цели прохождения производственной практики: формирование и развитие профессиональных знаний и навыков у обучающихся в сфере рекламы и связей с общественностью, 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:

- закрепление и углубление полученных теоретических знаний по пройденным дисциплинам;
- приобретение необходимых практических умений и навыков по избранной специальности;
- подготовка публикаций по теме бакалаврской работы;
- сбор и анализ эмпирического материала выпускной квалификационной работы; развитие навыков научно- исследовательской деятельности.

2. МЕСТА ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Производственная (по типу – преддипломная) практика проводится 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-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.

б) *общепрофессиональных (ОПК):*

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

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.

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)

Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по практике (модулю)		
		Знать (1)	Уметь (2)	Владеть (3)
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Выполняет поиск информации, определяет критерии системного анализа поставленных задач.	- технологию поиска информации в рамках своей профессиональной деятельности, критерии системного анализа поставленных задач	- выполнять поиск информации в рамках своей профессиональной деятельности, определять критерии системного анализа поставленных задач	- навыками поиска информации в рамках своей профессиональной деятельности, навыками определения критериев системного анализа поставленных задач
	УК-1.2. Использует критический анализ, систематизацию и обобщение информации для решения поставленных задач.	- методику критического анализа, особенности систематизации и обобщения информации в рамках своей профессиональной деятельности для решения поставленных задач	- использовать критический анализ, систематизировать и обобщать информацию в рамках своей профессиональной деятельности для решения поставленных задач	- методикой критического анализа, навыками систематизации и обобщения информации в рамках своей профессиональной деятельности для решения поставленных задач
ПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных	ОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса.	- продукты сферы отечественного и мирового культурного процесса, связанные с отечественной и зарубежной литературой и журналистикой	- демонстрировать кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса в рамках своей профессиональной деятельности	- навыками использования достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по практике (модулю)		
		Знать (1)	Уметь (2)	Владеть (3)
продуктов	ОПК-3.2. Применяет средства художественной выразительности в создаваемых журналистских текстах и (или) медиапродуктах, и (или) медиапроектах, и (или) текстах рекламы и связей с общественностью, и (или) иных коммуникационных продуктах	- средства художественной выразительности, используемые в медиатекстах и (или) продуктах.	- применять средства художественной выразительности в создаваемых медиатекстах и (или) продуктах.	- средствами художественной выразительности в создаваемых медиатекстах и (или) продуктах.
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-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.	- совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на региональном уровне	- применять полученные знания в профессиональной деятельности	- навыками системного восприятия разных медиакоммуникационных систем на региональном уровне
	ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сферах журналистики и (или) медиакоммуникаций, и (или) рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных	- механизмы функционирования конкретной медиакоммуникационной системы на региональном уровне	- осуществлять свои профессиональные действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы на региональном уровне	- навыками медиадеятельности и с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы на региональном уровне

Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по практике (модулю)		
		Знать (1)	Уметь (2)	Владеть (3)
	х процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.			
ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-6.1. Выбирает современные информационные технологии и программные средства для решения задач профессиональной деятельности	- специфику использования технического оборудования и программного обеспечения для осуществления своей профессиональной деятельности	- отбирать для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение	- навыками использования технического оборудования и программного обеспечения для осуществления своей профессиональной деятельности
	ОПК-6.2. Демонстрирует способность использовать цифровые ресурсы для решения задач профессиональной деятельности	- специфику использования современных стационарных и мобильных цифровых устройств на всех этапах создания медиатекста и (или) продукта.	- эксплуатировать современные стационарные и мобильные цифровые устройства на всех этапах создания медиатекста и (или) продукта.	- навыками использования современных стационарных и мобильных цифровых устройств на всех этапах создания медиатекста и (или) продукта
ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности.	- цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности.	- учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.	- навыками оценки и прогнозирования возможных эффектов в медиасфере на основе принципов социальной ответственности.
	ОПК-7.2. Осуществляет поиск корректных творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми профессиональными стандартами, принципами	- общепринятые стандарты и правила профессии медиаспециалиста	- осуществлять поиск корректных творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии медиаспециалиста	- навыками поиска корректных творческих приемов в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии медиаспециалиста

Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по практике (модулю)		
		Знать (1)	Уметь (2)	Владеть (3)
	социальной ответственности, этическими нормами и законами в области средств массовой информации и рекламы.			

В результате прохождения производственной (по типу – преддипломной) практики студент должен:

Знать: основы организации работы отделов рекламы и связей с общественностью, агентств, пресс-служб; основы проведения научно-исследовательской работы в области медиакоммуникаций.

Уметь: работать с медиаконтентом, рекламными публикациями или исследовательскими материалами в соответствии с типом и темой выпускной работы.

Владеть: навыками подготовки научно-исследовательской работы.

4. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

4.1. Производственная (по типу – преддипломная) практика относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, и реализуется в 8 семестре.

Данная практика проводится после завершения изучения дисциплин и прохождения учебной и производственных практик и нацелена на более углубленную выработку универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций.

4.2. Для прохождения данной практики необходимы следующие знания, умения, навыки, формируемые предшествующими учебными дисциплинами (модулями) и (или) практиками: учебная практика, производственные практики, «Основы научного исследования в медиакоммуникациях», «Академическое письмо», «Теория и практика рекламы», «Теория и практика связей с общественностью», «Теория и практика массмедиа» и др.

– «Основы научного исследования в медиакоммуникациях»

Знания: основные методологические подходы и парадигмы научных исследований в медиакоммуникациях; специфику применения качественных и количественных методов исследования в области рекламы и связей с общественностью; этические нормы и стандарты проведения научных исследований; основные отечественные и зарубежные научные школы в области медиакоммуникаций.

Умения: формулировать научную проблему, цель и задачи исследования в области медиакоммуникаций; разрабатывать программу и методику научного исследования; анализировать и систематизировать научную литературу по теме исследования; применять соответствующие методы сбора и анализа эмпирических данных; оценивать достоверность, надежность и валидность результатов исследования.

Навыков: навыками работы с научными базами данных и библиографическими системами; методами критического анализа научных публикаций; технологиями подготовки научных текстов (статьи, доклады, тезисы); навыками презентации результатов научного исследования; основами академического письма и оформления научных работ.

– «Академическое письмо»

Знания: основные принципы и жанры академического письма; структуру и композиционные особенности академических текстов; правила цитирования, оформления библиографических ссылок и списков литературы; нормы академической этики и правил антиплагиата.

Умения: формулировать исследовательскую проблему и академический тезис; логично выстраивать аргументацию и структурировать академический текст; анализировать и критически оценивать академические источники; использовать соответствующий академический стиль и терминологию; редактировать и совершенствовать собственные академические тексты.

Навыки: Навыками поиска, отбора и анализа академической литературы; техниками написания различных жанров академических текстов; методами аргументации и ведения академической дискуссии; навыками оформления академических работ согласно стандартам; приемами редактирования и корректуры академических текстов.

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

Знания, умения и навыки, формируемые в ходе производственной (по типу – преддипломной) практики, будут необходимы для написания выпускной квалификационной работы и подготовки к процедуре защиты и защите ВКР.

5. ОБЪЁМ И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Объем практики составляет 9 зачетных единиц, продолжительность – 6 недель или 324 академических часа.

Таблица 2 – Структура и содержание практики

Раздел (этап) практики	Содержание раздела (этапа)	Код компетенции	Трудоемкость (в академических часах)	Формы текущего контроля
Раздел 1. Подготовительный этап.	Ознакомление с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности. Заполнение совместно с руководителем рабочего графика (плана) преддипломной практики. Знакомство студента с программой прохождения преддипломной практики, с требованиями, предъявляемыми к содержанию и оформлению выпускной квалификационной работы и с требованиями, предъявляемыми к отчету о прохождении преддипломной практики. Во время консультаций с научным руководителем производится согласование окончательного плана выпускной	УК-1; ОПК-5	6	Утверждение руководителем рабочего графика (плана) производственной (по типу – преддипломной) практики, оглавления ВКР

	<p>квалификационной работы, состава приложений (при наличии), обсуждение возможностей публикации статьи по теме исследования. Научный руководитель назначает сроки представления итогового варианта ВКР.</p>			
<p>Раздел 2. Основной этап.</p>	<p>В ходе основного этапа преддипломной практики происходит основная подготовка текста выпускной квалификационной работы, ее проверка научным руководителем, устранение выявленных недочетов, подготовка приложений (при наличии). Студент должен сделать доклад и подготовить вариант научной статьи по теме своей выпускной квалификационной работы. К моменту окончания основного этапа практики у студентов должен быть подготовлен окончательный текст ВКР, оформленной по всем правилам. К процедуре предзащиты необходимо подготовить краткое сообщение о содержании выпускной квалификационной работы (тема, актуальность, цели и задачи, новизна исследования, краткие выводы) и степень ее готовности. На основании представленного доклада и комментариев научного руководителя принимается решение о допуске студента к государственной итоговой аттестации.</p>	<p>УК-1; ОПК-3; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7</p>	<p>310</p>	<p>Подготовка статьи в сборник научной конференции или научном журнале. Подготовка ВКР в предварительном варианте.</p>
<p>Раздел 3. Итоговый этап.</p>	<p>В ходе итогового этапа студент представляет законченный вариант бакалаврской работы и отзыв научного руководителя, а также отчет с результатами проверки выпускной квалификационной работы на определение объема заимствованного текста. На этом этапе проводится предзащита выпускной квалификационной работы. Главной целью предзащиты является первичная</p>	<p>УК-1; ОПК-7</p>	<p>8</p>	<p>Предзащита бакалаврской работы на заседании кафедры. Подготовка, представление отчета по практике и утверждение его научным руководителем.</p>

	<p>презентация содержания и результатов исследования, а также выявление недочетов в работе. Предзащита дает возможность бакалавру увидеть достоинства и недостатки своего текста, при необходимости исправить, дополнить его и привести работу в полное соответствие с установленными требованиями. К окончанию практики бакалавр должен предоставить отчет о прохождении производственной (по типу – преддипломной) практики.</p>			
--	--	--	--	--

6. ФОРМА ОТЧЁТНОСТИ ПО ПРАКТИКЕ

Итоговая форма контроля по практике – дифференцированный зачет.

По результатам прохождения практики студент представляет руководителю практики – научному руководителю ВКР – отчет по производственной (по типу – преддипломной) практике, включающий обоснование актуальности и практической значимости темы исследования, представление ключевых элементов введения, структуру работы, список используемой литературы. Объем отчета составляет 5–6 страниц текста, набранного на компьютере.

По окончании практики студенты должны предоставить отчет со следующими документами:

1. Оценка выполнения проведенной исследовательской работы производится научным руководителем выпускной квалификационной работы.
2. Общая оценка итогов производственной (по типу – преддипломной) практики с учетом оценки научного руководителя производится на заседании кафедры журналистики и медиакоммуникаций по итогам предзащиты.
3. Индивидуальное задание.
4. Рабочий график (план) проведения практики.
5. Дневник практики.

На основании защиты представленного отчета, а также устной характеристики научного руководителя выставляется дифференцированный зачет. Студенты, не защитившие отчет по данной практике, не могут быть допущены к государственной итоговой аттестации.

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
Раздел 1. Подготовительный этап.	УК-1; ОПК-5	Утверждение руководителем рабочего графика (плана) производственной (по типу – преддипломной) практики, оглавления ВКР
Раздел 2. Основной этап.	УК-1; ОПК-3; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7	Подготовка статьи в сборник научной конференции или научном журнале. Подготовка ВКР в предварительном варианте.
Раздел 3. Итоговый этап	УК-1; ОПК-7	Предзащита бакалаврской работы на заседании кафедры. Подготовка, представление отчета по практике и утверждение его научным руководителем.

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

Итогом прохождения производственной (по типу – преддипломной) практики является готовность студента к выполнению или освоение соответствующего вида профессиональной деятельности, а также допуск студента к государственной итоговой аттестации. Оценка по данной практике выставляется на основании:

- утвержденного плана-графика работы над ВКР и устного отзыва научного руководителя о проведенной студентом работе по итогам предзащиты;
- отчета о производственной (по типу – преддипломной) практике.

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

Шкала оценивания	Критерии оценивания
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

В начале практики студенты совместно с руководителем составляют рабочий график (план) проведения практики.

Отчет по производственной (по типу – преддипломной) практике является основным документом, представляемым студентом по итогам ее прохождения, т.к. он отражает основные результаты проведенной студентом работы.

Структура отчета:

– Основная часть отчета по данной практике должна включать обоснование актуальности и практической значимости темы исследования, представление ключевых элементов введения, структуру работы, список используемой литературы.

– Приложения. К отчету о производственной (по типу – преддипломной) практике могут быть добавлены приложения, в которых отражен конкретный результат выполненной работы: научная статья по теме исследования, отчет проверки на заимствования в системе «Антиплагиат», приложения к ВКР и т.п.

Текст отчета оформляется в соответствии со следующими требованиями:

- отчет оформляется 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, отступ – 1,25 см;
- нумерация страниц сквозная, начиная с №2 (титульный лист не нумеруется).

План анализа рекламного проекта в рамках работы с эмпирической базой ВКР

1. Историческая справка

Рассматривается история бренда и предпосылки запуска проекта. Анализу подлежат ключевые этапы развития компании, эволюция ее позиционирования на рынке и конкретные рыночные или внутренние причины, обусловившие инициацию рекламной кампании.

2. Структура управления

Определяются субъекты управления проектом: владелец бренда, ключевые стейкхолдеры и рекламные подрядчики. Устанавливается степень влияния каждого субъекта на формирование ключевого сообщения и общей стратегии кампании.

3. Позиционирование на рынке

Проводится анализ места проекта в конкурентной среде. Изучаются сильные и слабые стороны, уникальное торговое предложение и отличительные характеристики, выделяющие проект среди аналогов.

4. Исследование целевой аудитории

Детализируется портрет целевой аудитории. Анализируются социально-демографические параметры, психографические характеристики, модели потребительского поведения и медиапредпочтения. Рассматриваются используемые каналы и форматы коммуникации.

5. Финансовая и экономическая модель

Исследуется бюджет кампании с распределением по статьям расходов. Анализируются используемые модели монетизации, расчетная себестоимость привлечения клиента и прогнозируемый показатель возврата на инвестиции.

6. Тематический и контентный анализ

Выявляются ключевые проблемно-тематические линии кампании. Классифицируются виды и форматы создаваемого контента. Устанавливается соответствие контентной стратегии заявленным целям проекта и ожиданиям целевой аудитории.

7. Реализация коммуникационных функций

Определяется доминирующая функция коммуникации. Оценивается баланс между информационной, убеждающей, имиджевой и развлекательной составляющими сообщений.

8. Анализ креативной реализации

Изучаются заголовочные комплексы, визуальный ряд и общее качество рекламных материалов. Оценивается оригинальность, запоминаемость и соответствие материалов единой креативной концепции.

9. Место и роль рекламных интеграций

Анализируется стратегия размещения рекламных сообщений. Рассматривается соотношение прямых призывов к действию и мягких имиджевых материалов. Оценивается уместность и естественность интеграции коммерческих сообщений в контент.

10. Соответствие принципам современного маркетинга

Устанавливается степень реализации принципов целеориентированности, клиентоцентричности, прозрачности и измеримости. Оценивается соответствие кампании этическим нормам и стандартам отрасли.

11. Оценка эффективности и действенности

Определяются ключевые показатели эффективности для каждого канала коммуникации. Анализируются методы сбора и верификации данных. На основе доступных метрик делается вывод о достижении поставленных целей кампании.

План анализа проекта в области связей с общественностью в рамках работы с эмпирической базой ВКР

1. Историческая справка и контекст

Рассматривается история взаимоотношений организации с общественностью. Анализируются предпосылки инициации проекта, включая коммуникационные вызовы, кризисные ситуации или стратегические цели развития.

2. Структура управления

Определяются субъекты управления проектом: руководство организации, PR-отдел, привлеченные агентства и ключевые стейкхолдеры. Устанавливается распределение ответственности за реализацию коммуникационной стратегии.

3. Позиционирование в информационном поле

Проводится анализ текущего медиаимиджа организации. Изучается соотношение между желаемым и фактическим восприятием организации целевыми аудиториями.

4. Исследование целевых аудиторий

Детализируются группы общественности, на которые направлен проект. Анализируются их информационные потребности, каналы коммуникации и текущее отношение к организации.

5. Бюджетная и ресурсная модель

Исследуется смета проекта с распределением по статьям расходов. Анализируются источники финансирования, расчет стоимости одного контакта и прогнозируемая эффективность использования ресурсов.

6. Тематический анализ

Выявляются ключевые сообщения и нарративы, формируемые в рамках проекта. Классифицируются виды и форматы информационных поводов и контента.

7. Реализация функций связей с общественностью

Определяется доминирующая функция коммуникации: информирование, убеждение, формирование взаимопонимания или управление репутацией. Оценивается сбалансированность данных функций в проекте.

8. Анализ инструментария и креативной реализации

Изучается выбор конкретных PR-инструментов и технологий. Оценивается оригинальность и эффективность их применения для достижения поставленных целей.

9. Стратегия работы со СМИ

Анализируется стратегия работы со СМИ и другими каналами распространения информации. Рассматривается эффективность выбора медиаплощадок и форматов взаимодействия.

10. Соответствие профессиональным стандартам и этике

Устанавливается степень соответствия проекта принципам профессиональной этики в сфере связей с общественности. Оценивается прозрачность, достоверность и социальная ответственность коммуникаций.

11. Оценка эффективности и результативности

Определяются критерии оценки успешности проекта. Анализируются методы измерения изменений в информированности, восприятии и отношении целевых аудиторий. Делается вывод о достижении поставленных коммуникационных целей.

Примерные темы ВКР

1. Трансформация инструментария продвижения в условиях цифровой среды.
2. Коммуникационные модели формирования корпоративного имиджа.
3. Оптимизация интегрированных маркетинговых коммуникаций в условиях высокой рыночной конкуренции.
4. Особенности управления репутационными рисками в кризисных ситуациях.
5. Инструментарий измерения эффективности коммуникационных кампаний.
6. Специфика реализации социально-ориентированных проектов в коммуникационной практике.
7. Стратегии бренд-коммуникаций в условиях трансмедийного повествования.
8. Влияние цифровой трансформации на парадигмы общественных связей.
9. Особенности коммуникационного сопровождения проектов корпоративной социальной ответственности.
10. Моделирование системы взаимодействия со стейкхолдерами в современной организации.
11. Эволюция форматов рекламной коммуникации в контексте развития цифровых технологий.
12. Управление процессом позиционирования коммерческой организации на конкурентном рынке.
13. Коммуникационные аспекты формирования организационной культуры.

14. Стратегическое планирование в системе комплексных коммуникаций.
15. Интеграция медийных каналов в реализации коммуникационных стратегий.

**Вопросы для подготовки к защите отчета о производственной
(по типу – преддипломной) практике**

1. Какими методами Вы пользовались при подготовке ВКР?
2. Что вошло в методологическую базу исследования?
3. Чем мотивирован выбор темы?
4. В чем заключается актуальность темы Вашего исследования?
5. Какова гипотеза исследования?
6. Ключевые положения ВКР.
7. В чем заключается научная новизна Вашего исследования?
8. В чем выражена теоретическая значимость научных результатов ВКР?
9. Что вошло в эмпирическую базу исследования?
10. Перечислите актуальные, последние научные исследования по Вашей теме?
11. В чем Вы видите перспективы дальнейшего изучения темы?
12. Что выступает в качестве приложений к ВКР?
13. Перечислите ключевые понятия, связанные с темой исследования?
14. В чем выражается научная актуальность ВКР?
15. Каким образом учитывался региональный аспект в исследовании?

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). Успешность прохождения данной практики оценивается, исходя из 100 максимальных возможных баллов, в том числе 50 баллов за текущую работу и 50 баллов за качество отчета и выступление на предзащите. В итоге суммарный рейтинговый балл освоения производственной (по типу – преддипломной) практики переводится в 5-бальную оценку, которая считается итоговой по учебному курсу в течение семестра и заносится в зачетную книжку студента.

Таблица 5 – Технологическая карта рейтинговых баллов по практике

№ п/п	Контролируемые мероприятия	Количество мероприятий / баллы	Максимальное количество баллов	Срок представления
Текущая работа				
1.	Подготовительный этап	–	10	В период практики
2.	Основной этап	–	40	В период практики
Всего			50	-

№ п/п	Контролируемые мероприятия	Количество мероприятий / баллы	Максимальное количество баллов	Срок представления
Качество отчёта и его защита				
3.	Итоговый этап	–	20	В период практики
4.	Подготовка и защита 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)	
60–64	2 (неудовлетворительно)	Не зачтено
Ниже 60		

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. Лебедев С.А. Методология научного познания. М.: Проспект, 2016. Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785392201327.html> (ЭБС «Консультант студента»).
2. Сафронова Т.Н. Основы научных исследований. Красноярск: СФУ, 2016. 168 с. Режим доступа: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785763834284.html> (ЭБС «Консультант студента»).
3. Степин В.С. Философия науки. Общие проблемы. М.: Гардарики, 2008.
4. 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»).

5. 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.
6. 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.
7. Сальникова Л. С. Управление репутацией [Электронный ресурс]: учебно-методич. комплекс / Л. С. Сальникова — Москва : МГИМО, 2012. — Режим доступа: http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN978592_2808576.html (ЭБС «Консультант студента»).
8. 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.
9. 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. Ворожбитова А.А. Методы и технология выпускного квалификационного исследования (язык, литература). М.: ФЛИНТА, 2021. Режим доступа: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN97859765260131021.html> (ЭБС «Консультант студента»).
2. 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
3. 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»).
4. Годин А. М. Брендинг /А. М. Годин. — Москва : Дашков и К°, 2016. — 184 с. ISBN 978-5-9765-2788-5.
5. 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»).
6. 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. информационные 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 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.).

Для проведения консультаций в ходе практики имеются лекционные аудитории, оборудованные мультимедийной техникой с возможностью презентации обучающих материалов, фрагментов фильмов; библиотека с местами, оборудованными компьютерами, имеющими доступ к сети Интернет.

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).