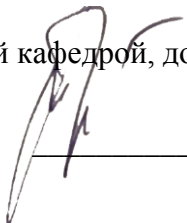




**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО  
ОБРАЗОВАНИЯ «МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГИЙ И  
УПРАВЛЕНИЯ ИМЕНИ К.Г.РАЗУМОВСКОГО (ПЕРВЫЙ КАЗАЧИЙ УНИВЕРСИТЕТ)»  
(ФГБОУ ВО «МГУТУ ИМ. К.Г.РАЗУМОВСКОГО (ПКУ)»)**

**Институт (филиал) СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

**Кафедра ОБЩЕСТВЕННЫХ ПРОЦЕССОВ, СМИ И РЕКЛАМНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

  
«УТВЕРЖДАЮ»  
Заведующий кафедрой, доктор философских наук,  
профессор,  
\_\_\_\_\_ М. Ю.Чернавский

### **ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ**

**Тип практики** Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности

<b>Способ проведения практики</b>	<b>СТАЦИОНАРНАЯ, ВЫЕЗДНАЯ</b>
<b>Форма проведения практики</b>	<b>ДИСКРЕТНАЯ</b>
<b>Направление подготовки</b>	<b>42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ</b>
<b>Тип образовательной программы</b>	<b>ПРИКЛАДНОЙ БАКАЛАВРИАТ</b>
<b>Профиль подготовки</b>	<b>РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В ПИЩЕВОЙ ИНДУСТРИИ</b>
<b>Квалификация выпускника</b>	<b>БАКАЛАВР</b>
<b>Форма обучения</b>	<b>ОЧНАЯ, ОЧНО-ЗАОЧНАЯ</b>

Москва 2018г.

Программа учебной практики «**Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности**» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки **42.03.01 Реклама и связи с общественностью (бакалавриат)**, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 11 августа 2016 г. N 997, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе **высшего образования «Реклама и связи с общественностью в пищевой индустрии»**.

Программа учебной практики разработана рабочей группой в составе:

Виноградова Н. С. – к. пол. наук, доцент, доцент, кафедры «Общественные процессы, средства массовой информации и рекламные технологии»,

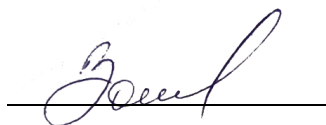
Зотова А.С. – к. филолог.н., доцент кафедры «Общественные процессы, средства массовой информации и рекламные технологии»,

Моисеева О.А. – к. пед. н., доцент кафедры «Общественные процессы, средства массовой информации и рекламные технологии»,

Чернавский М. Ю.– доктор философских наук, профессор кафедры «Общественные процессы, средства массовой информации и рекламные технологии»

Руководитель основной профессиональной образовательной программы

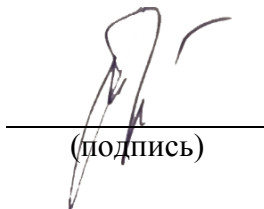
к. филолог.н., доцент кафедры «Общественные процессы, средства массовой информации и рекламные технологии»,



А.С Зотова

Программа учебной практики обсуждена и утверждена на заседании кафедры «Общественные процессы, средства массовой информации и рекламные технологии»,  
Протокол № 6 от «27» февраля 2018 года

Заведующий кафедрой д.фил.н.,



(подпись)

М.Ю. Чернавский

Программа учебной практики рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей:

ПАО Сбербанк  
Руководитель ДО 8609/00119



Н. В. Добровольская

ООО «Лучидо»  
Руководитель службы маркетинга и  
коммерции



П.А.  
Хрисанов

## Оглавление

1. Тип учебной практики .....	4
2. Цель учебной практики .....	4
4. Место учебной практики в структуре ОПОП ВО .....	5
5. Способ и формы проведения учебной практики .....	5
6. Место и время проведения учебной практики .....	6
7. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения учебной практики.....	6
8. Структура и содержание учебной практики .....	7
9. Образовательные, научно-исследовательские и научно-производственные технологии, используемые на учебной практике .....	7
10. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов на практике.....	7
11. Формы промежуточной аттестации по итогам практики .....	8
12. Оценочные средства для проведения текущей и промежуточной аттестации обучающихся по учебной практике .....	8
13. Учебно-методическое и информационное обеспечение учебной практики .....	11
14. Материально-техническое обеспечение учебной практики .....	12
16. Лист регистрации изменений.....	14

## **1. Тип учебной практики**

### **ПРАКТИКА ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПЕРВИЧНЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ, В ТОМ ЧИСЛЕ ПЕРВИЧНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

## **2. Цель учебной практики**

Целью учебной практики по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности является ознакомление студентов с особенностями их будущей практической деятельности в рекламных агентствах, отделах рекламы и связях с общественностью различных компаний, коммуникационных агентствах, пресс-службах, на предприятиях пищевой индустрии. Цель прохождения студентами учебной практики подготовка студентов к осознанному и углубленному изучению общепрофессиональных дисциплин, закрепление теоретических знаний, формирование первичных профессиональных навыков по выбранному направлению. В результате прохождения учебной практики студент должен освоить профессиональную терминологию специалиста по рекламе и связям с общественностью, получить представления о сфере работы специалиста.

## **3. Задачи учебной практики**

Задачами учебной практики по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности являются:

- 1) приобрести знания в области практической реализации рекламы и связей с общественностью в современной организации;
- 2) собрать практические материалы по темам практики и представить их в отчете;
- 3) обобщить полученные данные и дать оценку организации работы специалиста на объекте прохождения практики, сформулировать грамотные выводы для принятия и реализации управленческих решений.

Данные задачи учебной практики, соотносятся со следующими видами профессиональной деятельности:

- коммуникационная деятельность;
- рекламно-информационная деятельность;
- информационно-технологическая деятельность и задачами профессиональной деятельности:

в коммуникационной деятельности:

- участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными службами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; участие в формировании и поддержании корпоративной культуры на предприятиях пищевой индустрии;

- участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований на предприятиях пищевой индустрии;

в рекламно-информационной деятельности:

- разработка, подготовка к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы на предприятиях пищевой индустрии;

информационно-технологическая деятельность:

- осуществление под контролем профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;
- способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия;
- способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы

профессиональной деятельности;

- владением навыками работы в отделе рекламы на предприятиях пищевой индустрии, маркетинговом отделе, рекламном агентстве;
- способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы;

#### **4. Место учебной практики в структуре ОПОП ВО**

В соответствии с ФГОС практика является обязательным разделом основной профессиональной образовательной программы «Реклама и связи с общественностью в пищевой индустрии» по направлению подготовки 42.03.01 Рекламы и связи с общественностью (бакалавриат) и входит в Вариативную часть Блока 2. Практики. Учебная практика является обязательным этапом обучения бакалавра рекламы и связей с общественностью и предусматривается учебным планом соответствующих подразделений вузов; ей предшествуют курсы «Ведение в профессию», «Основы теории коммуникации», «Основы интегрированных коммуникаций», «Теория и практика рекламы», Мастер-класс "Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью" на 1 курсе, и «Основы интегрированных коммуникаций», «Теория и практика рекламы», «Брендинг в пищевой индустрии», «Социология массовых коммуникаций», «Психология массовых коммуникаций» на 2 курсе, предполагающие проведение лекционных и семинарских занятий с обязательным итоговым контролем в форме зачета и экзамена. Требования к входным знаниям, умениям и готовности студентов, приобретенных в результате освоения предшествующих частей ООП: студент должен знать теоретические основы работы специалиста по рекламе и связям с общественностью в различных организациях и предприятиях, требования к продуктам профессиональной деятельности, быть готовым к работе в творческом коллективе. В учебной практике принимают участие студенты первого и второго курса, обучающиеся по указанному направлению. Практика проводится после прослушивания основного курса в сроки, определяемые подразделением, отвечающим за ее организацию и проведение. Прохождение данной практики необходимо в качестве предшествующей формы учебной работы для освоения учебных практической направленности «Технология рекламы и связей с общественностью», «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью», «Теория и практика массовой информации», «Политическое консультирование», «Связи с общественностью в кризисных ситуациях».

#### **5. Способ и формы проведения учебной практики**

Способ проведения практики: *стационарная; выездная.*

Формы проведения практики: *дискретная.*

Практика проводится в форме контактной работы (4 ч – индивидуальные консультации с преподавателями) и в форме самостоятельной работы обучающихся.

#### **6. Место и время проведения учебной практики**

Место проведения учебной практики **по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности** предполагает работу в качестве сотрудника рекламных агентств, отделов рекламы и связей с общественностью различных компаний, коммуникационных агентств, пресс-служб, предприятий пищевой индустрии. Практика проходит непосредственно на предприятии или в организации под руководством сотрудника предприятия. Студенты могут самостоятельно выбрать объекты для прохождения практики, для чего представляют на кафедру заявление с письменным согласием руководства организации о приеме студента на практику и Договор. Студенты могут проходить учебную практику индивидуально или группами по несколько человек в зависимости от заявки организации. Объектами прохождения учебной практики могут быть: коммуникационные агентства, пресс-структуры различных государственных, коммерческих и общественных организаций, предприятия пищевой

индустрии. Продолжительность практики: 2-й семестр – 4 недели, 3-й семестр – 4 недели. Всего 8 недель.

Организация практики для лиц с ОВЗ осуществляется с учетом психофизического развития, индивидуальных возможностей, состояния здоровья обучающихся с ОВЗ и Индивидуальным планом реабилитации инвалидов, определяется исходя из рационально-необходимых процедур обеспечения доступности образовательной услуги обучающимся с ОВЗ с учетом содержания обучения, уровня профессиональной подготовки научно-педагогических работников, методического и материально-технического обеспечения, особенностей восприятия учебной информации обучающимися с ОВЗ и т.д. Порядок организации учебной практики для обучающихся с ОВЗ, в том числе требования, установленные к оснащенности образовательного процесса по образовательной программе определены утвержденным Положением об организации образовательного процесса для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидностью в ФГБОУ ВО «МГУТУ им. К.Г.Разумовского (ПКУ)».

#### Базы практик:

1. АО «Росагролизинг»
2. ООО "Бритарев Мануфактура"
3. ООО «ФРОНЕРИ РУС»
4. ПАО «Группа «Черкизово»»
5. ГРК «Бережки-Холл»
6. «Союз художников Подмосковья»
7. «Стрелковый Союз России»
8. ИП «Намазов»
9. Туркомпания «Альтернатива»
10. ФГБОУ ВО «МГУТУ им. К.Г.Разумовского (ПКУ)»
11. ФГБНУ ВНИИ пивоваренной безалкогольной и винодельной промышленности
12. ОАО «Рот Фронт»
13. ООО «Фабрика шоколадных масс»
14. Ассоциация межрегионального социального-экономического взаимодействия «Центральный Федеральный Округ»
15. Фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере
16. ИП «Свит Спейс»
17. ООО «Лаборатория ГОСКАНИ»
18. ОАО «Стат-климат»
19. ОАО «Ожерельевский комбикормовый завод»
20. «Росинтер Ресторантс» TGIF Fridays
21. «Департамент информационной политики Минобрнауки России»
22. Редакция газеты «Частный интерес»
23. ООО «Юкомпани»
24. Фитнес клуб «Зебра»
25. ООО «Интерпортфолию»
26. ИП «Исакова Н.А.»
27. ООО «Progression»
28. ООО «Бизнес право»
29. Медийное агенство «Оптимум медиа»
30. ТД «Фокус»
31. Кафе «Брусника»
32. ООО «Свобода путешествий»
33. ООО «Доктор Море»
34. ИП «Ненюкова О.В.»

35. ООО «Мегасервис»
36. АО «Росагролизинг»
37. Центр «Развитие»
38. ООО «Стереотактик»
39. Центр «Развитие»
40. Избирательный штаб Собянина С.С.
41. ООО «САНРАЙЗ-ПРО»
42. Информационное агентство «Sport Media News»
43. Министерство Промышленности и торговли РФ
44. ООО «Гудбай офис»
45. «МОСГОРТУР»
46. ФГБОУ ВО «МГУТУ им К.Г. Разумовского (ПКУ)», Кафедра «Общественные процессы СМИ и рекламные технологии»

## **7. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения учебной практики**

В результате прохождения данной учебной практики обучающийся должен приобрести следующие практические навыки, умения, компетенции: ОК-6; ОК-7; ОПК-1; ПК-6; ПК-7; ПК-12; ПК-13; ПК-14; ПК-15; ПК-16:

### **общекультурными компетенциями (ОК):**

- способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
- способность к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);

### **общепрофессиональными компетенциями (ОПК):**

- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);

**профессиональные компетенции (ПК), соответствующие виду/видам деятельности в соответствии с ФГОС, на которые ориентирована ОПОП:**

### **коммуникационная деятельность:**

- способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);
- способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);

### **информационно-технологическая деятельность:**

- способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (ПК-12);

- способность под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия (ПК-13);

- способность реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности (ПК-14);

- владение навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве (ПК-15);

- способность под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы (ПК-16).

## **8. Структура и содержание учебной практики**

Общая трудоемкость учебной практики составляет во 2 семестре - 6 зачетных единиц, 216 ч.

№ п/п	Раздел (этап) учебной практики	Формы текущего контроля
1.	Подготовительный этап, включающий инструктаж по технике безопасности	Инструктаж по технике безопасности, получение индивидуальных и групповых заданий
2.	Экспериментальный этап	Дневник практики
3.	Обработка и анализ полученной информации, подготовка отчета по практике, зачет с оценкой	Отчет по практике

Общая трудоемкость учебной практики составляет во 3 семестре - 6 зачетных единиц, 216 ч.

№ п/п	Раздел (этап) учебной практики	Формы текущего контроля
4.	Подготовительный этап, включающий инструктаж по технике безопасности	Инструктаж по технике безопасности, получение индивидуальных и групповых заданий
5.	Экспериментальный этап	Дневник практики
6.	Обработка и анализ полученной информации, подготовка отчета по практике, зачет с оценкой	Отчет по практике

## **9. Образовательные, научно-исследовательские и научно-производственные технологии, используемые на учебной практике**

Экспериментальная работа (сбор и информации материалов, подготовка материалов различных отчетных документов, проведение рекламных и пиаркампаний, планирование собственной деятельности и т.п.).

## **10. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов на практике**

Задание на практику:

- ознакомиться с нормативно-правовой базой, определяющей деятельность данной организации; - ознакомиться и описать организационную и управленческую структуры рекламного или пиар отдела данной организации;

- ознакомиться и описать формы, методы и инструменты работы данной организации с пресс-службами, PR-отделами других организаций (пресс-релиз, пресс-кит, пресс-конференции, брифинги, презентации, «аккредитация журналистов», «информационное обслуживание», телефонный диалог, личные контакты журналистов с отдельными компаниями);

- описать специализации сотрудников отдела (с указанием должностных обязанностей каждого);

- принять участие в планирование отдела;

- принять участие в наполнении сайта организации;

- подготовить самостоятельный печатный или видеоматериал.

По результатам практики составляется отчет в формах, предусмотренных рабочими программами.



## 11. Формы промежуточной аттестации по итогам практики

Форма промежуточной аттестации по итогам практики – зачет с оценкой по итогам защиты Отчета в течение первой половины третьего семестра для 1 курса, в течение первой половины четвертого семестра для 2 курса.

## 12. Оценочные средства для проведения текущей и промежуточной аттестации обучающихся по учебной практике

Код компетенции Содержание	Показатели оценивания компетенции	Этап формирования
<b>ОК-6</b> / способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	<b>Знать:</b> - особенности внутренней и внешней коммуникации, информационно-коммуникационные технологии в сфере профессиональной деятельности, включая технологии манипулирования, способы защиты от манипулятивного воздействия, создания благоприятного психологического климата в коллективе; <b>Уметь:</b> - в работе с внешней и внутренней аудиторией формировать эффективные коммуникации, создавая благоприятный психологический климат, толерантно воспринимая социальные, конфессиональные и культурные различия в коллективе; - использовать знания об особенностях социальных явлений и процессов при социальном взаимодействии в коллективе; - <b>Владеть:</b> - методами эффективных коммуникаций в работе с внутренней и внешней аудиторией, направленных на создание соответствующего психологического климата в отношениях людей, психологических особенностей личности партнера по общению; способов достижения эффективной коммуникации;	2-3 этап
<b>ОК-7</b> / способность к самоорганизации и самообразованию	<b>Знать:</b> - важнейшие достижения культуры и системы ценностей, сформировавшиеся в ходе исторического развития - базовые научные положения в области теории и практики современной психологии, необходимые для личностного, общекультурного и профессионального развития; <b>Уметь:</b> - осуществлять эффективный поиск информации и критики источников; формировать и аргументировано отстаивать собственную позицию по различным проблемам культуры; <b>Владеть:</b> способностью критически оценивать свои достоинства и недостатки, наметить пути и выбрать средства развития достоинств и устранения недостатков; - навыками системного анализа и прогнозирования социальных явлений и процессов; - навыками выявления и анализа ключевых проблем современных международных отношений; - навыками работы с лингвистическими словарями; - навыками разработки стратегии личностного и профессионального развития в соответствии с результатами самооценки процесса самообразования и собственной профессиональной деятельности;	2-3 этап

<p><b>ОПК-1/</b> способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных</p>	<p><b>Знать:</b> - базовые понятия дисциплины; природу закономерностей деятельности в системе управления; структуру и особенности управления в различных сферах управленческой деятельности; формы социальных коммуникаций; - виды, средства, формы и методы коммуникаций в политической, коммерческой и социальной сфере, особенности интегрированного подхода к коммуникации; основы правового и этического регулирования рекламно-коммуникационной деятельности; принципы организации работы отделов интегрированных коммуникаций, их функции;</p> <p><b>Уметь:</b> - творчески подходить к решению проблем управления структурами пресс-служб; - выполнять профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в соответствии с теоретическими знаниями и особенностями осуществления рекламной и коммуникационной деятельности в политической, коммерческой и социальной сфере;</p> <p><b>Владеть:</b> - навыками анализа практики управления пресс-службой как в государственном, так и коммерческом секторе; - традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью;</p>	<p>2-3 этап</p>
<p><b>ПК-6/</b> способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации</p>	<p><b>Знать:</b> основные правила создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации. <b>Уметь:</b> участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечивать внутреннюю и внешнюю коммуникацию.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками создания и проведения эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечения внутренней и внешней коммуникации</p>	<p>2-3 этап</p>
<p><b>ПК-7/</b> способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий</p>	<p><b>Знать:</b> - основные правила планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий; - виды и особенности планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий в сфере рекламной работы и деятельности по связям с общественностью; - основные понятия, используемые в теории и практике рекламы и PR в интернете;</p> <p><b>Уметь:</b> - участвовать в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий; - выполнять профессиональные функции планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий, с учетом знания их особенностей, в области рекламы и связей с общественностью; - анализировать количественно/качественный состав интернет-аудиторий;</p> <p><b>Владеть:</b> - навыками планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий; - тремя составляющими интерактивного PR Web-PR, Net-PR и Online-PR.</p>	<p>2-3 этап</p>

<p><b>ПК-12/</b> способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации</p>	<p><b>Знать:</b> особенности профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью, осуществляемых в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации; основы информационно-технологической деятельности в области рекламы и связей с общественностью, иметь знания о технологиях и системе взаимодействия со СМИ в реализации коммуникационных программ</p> <p><b>Уметь:</b> осуществлять профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в соответствии с теоретическими и практическими знаниями особенностей информационно-технологической деятельности в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации.</p>	<p>2-3 этап</p>
<p><b>ПК-13/</b> способность под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия</p>	<p><b>Знать:</b> особенности и технологии реализации рекламных проектов и мероприятий.</p> <p><b>Уметь:</b> осуществлять рекламные кампании и мероприятия, применяя соответствующие технологии.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками применения соответствующих технологий при осуществлении рекламных кампаний и мероприятий.</p>	<p>2-3 этап</p>
<p><b>ПК-14/</b> способность реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности</p>	<p><b>Знать:</b> параметры и вычислять показатели медиапланирования;</p> <p><b>Уметь:</b> составлять медиаплан;</p> <p><b>Владеть:</b> технологией выбора рекламного носителя;</p>	<p>2-3 этап</p>
<p><b>ПК-15/</b> владение навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве</p>	<p><b>Знать:</b> - функции, задачи, принципы работы, статус и структуру отделов рекламы и связей с общественностью, освоение основ документирования работы отдела по рекламе и связям с общественностью; - основные теоретические понятия сферы маркетинговых исследований;</p> <p><b>Уметь:</b> - выполнять функции по планированию и программированию в деятельности структурных подразделений по рекламе и связям с общественностью в организациях; проводить сравнительный анализ роли и функций отделов рекламы и связей с общественностью в коммерческих структурах, государственных учреждениях и общественных организациях; - ориентироваться в содержании этапов процесса маркетинговых исследований, грамотно формулировать цели и задачи маркетинговых исследований, разрабатывать план маркетинговых исследований, разрабатывать анкеты для опроса респондентов, проектировать формы для сбора данных; выбирать методы маркетинговых исследований, определять объем выборки; <b>Владеть:</b> - основными приемами, методами и принципами современных связей с общественностью и рекламных коммуникаций, организационно-структурного построения деятельности по рекламе и связям с общественностью; - навыками проведения маркетинговых исследований</p>	<p>2-3 этап</p>

<p><b>ПК-16/</b> способность осуществлять под контролем подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы</p>	<p><b>Знать:</b> - историю и современное состояние технических средств массовой коммуникации; - особенности языка рекламы; - методики оценки эффективности рекламной кампании на различных каналах СМИ; - основополагающие положения ораторского искусства, требования, предъявляемые к устному выступлению, методике подготовки и 23 произнесения публичной речи, облику оратора; <b>Уметь:</b> - осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта; - составлять тексты рекламы и связей с общественностью; - методически правильно с использованием различных средств выразительности и наглядности выступать с устной речью перед различными аудиториями; <b>Владеть:</b> - основами производства СМИ и техническими средствами массовой коммуникации. - всеми видами речевой деятельности и основами культуры устной и письменной речи; - базовыми навыками медиапланирования;</p>	<p>2-3 этап</p>
--	--	-----------------

### Шкала оценивания, в зависимости от уровня сформированности компетенций

Уровень сформированности компетенций			
«недостаточный»	«пороговый»	«продвинутый»	«высокий»
<p>Компетенции не сформированы. Знания отсутствуют, умения и навыки не сформированы</p>	<p>Компетенции сформированы. Сформированы базовые структуры знаний. Умения фрагментарны и носят репродуктивный характер. Демонстрируется низкий уровень самостоятельности практического навыка.</p>	<p>Компетенции сформированы. Знания обширные, системные. Умения носят репродуктивный характер применяются к решению типовых заданий. Демонстрируется достаточный уровень самостоятельности устойчивого практического навыка.</p>	<p>Компетенции сформированы. Знания твердые, аргументированные, всесторонние. Умения успешно применяются к решению как типовых так и нестандартных творческих заданий. Демонстрируется высокий уровень самостоятельности, высокая адаптивность практического навыка</p>
Описание критериев оценивания			
<p>– выполнено <b>менее 60%</b> заданий, предусмотренных в индивидуальном задании на производственную практику; – не подготовлен отчет по производственной практике или структура отчета не соответствует рекомендуемой; – в процессе защиты отчета обучающийся демонстрирует низкий уровень коммуникативности, неверно интерпретирует результаты выполненных заданий. – в характеристике профессиональной деятельности</p>	<p>– выполнено <b>60%-69%</b> заданий, предусмотренных в индивидуальном задании на производственную практику; – структура отчета не в полной мере соответствует рекомендуемой; – обучающийся в процессе защиты испытывает затруднения при ответах на вопросы руководителя практики от Университета, не способен ясно и четко изложить суть выполненных заданий и обосновать полученные результаты. – в характеристике</p>	<p>– выполнено <b>70–89%</b> заданий, предусмотренных в индивидуальном задании на производственную практику; задания выполнены с отдельными погрешностями, что повлияло на качество анализа полученных результатов; – структура отчета соответствует рекомендуемой; – в процессе защиты отчета последовательно, достаточно четко изложил основные его положения, но допустил отдельные неточности в ответах на вопросы руководителя практики от Университета. – в характеристике профессиональной</p>	<p>– выполнено <b>90–100%</b> заданий, предусмотренных в индивидуальном задании на производственную практику; – структура отчета соответствует рекомендуемой, все положения отчета сформулированы правильно, использованы корректные обозначения используемых в расчетах показателей. В результате анализа выполненных заданий, сделаны правильные выводы; – в процессе защиты отчета последовательно, четко и логично обучающийся изложил его основные положения и</p>

обучающегося в период прохождения практики отмечена несформированность знаний, умений и навыков, предусмотренных программой практики	профессиональной деятельности обучающегося в период прохождения практики отмечена сформированность не менее 50% знаний, умений и навыков, предусмотренных программой практики	деятельности обучающегося в период прохождения практики отмечена сформированность основных знаний, умений и навыков, предусмотренных программой практики	грамотно ответил на вопросы руководителя практики от Университета – в характеристике профессиональной деятельности обучающегося в период прохождения практики отмечена сформированность всех знаний, умений и навыков, предусмотренных программой практики.
<b>оценка</b> «неудовлетворительно»	«зачтено» с оценкой «удовлетворительно»	«зачтено» с оценкой «хорошо»	«зачтено» с оценкой «отлично»

<b>Уровень сформированности компетенции</b>	<b>Шкала оценивания (в баллах)</b>
<b>Недостаточный:</b> Компетенции не сформированы. Знания отсутствуют, умения и навыки не сформированы	Менее 59
<b>Пороговый :</b> Компетенции сформированы. Сформированы базовые структуры знаний. Умения фрагментарны и носят репродуктивный характер. Демонстрируется низкий уровень самостоятельности практического навыка	60-69
<b>Базовый:</b> Компетенции сформированы. Знания обширные, системные. Умения носят репродуктивный характер применяются к решению типовых заданий. Демонстрируется достаточный уровень самостоятельности устойчивого практического навыка.	70-84
<b>Высокий:</b> Компетенции сформированы. Знания твердые, аргументированные, всесторонние. Умения успешно применяются к решению как типовых, так и нестандартных творческих заданий. Демонстрируется высокий уровень самостоятельности, высокая адаптивность практического навыка	85-100

### **13. Учебно-методическое и информационное обеспечение учебной практики**

#### *Основная литература*

1. Актуальные проблемы организации самостоятельной работы студентов высшей школы. Коллективная монография./Под редакцией С.Е. Шишова - М.: ФГБОУ ВО "МГУТУ им К.Г. Разумовского (ПКУ)", Москва: Типография "Ваш формат", 2015 - 316с.
2. Инновации и традиции: современные вызовы развития педагогического образования / Материалы Международной научно-практической конференции (05-06 апреля 2016 года) / Под ред. д-ра пед. наук С.Е. Шишова. – М.: ООО «Ваш формат» – 2016. – 530 с.
3. Перспективные механизмы государственно-общественного управления образованием в процессе синхронизации стратегии и стандартов образования в субъектах российской федерации. /Под ред. Шишова С.Е./ Коллектив авторов: Артемьева С.И., Бакурадзе А.Б., Бычков М.А., Кальней В.А., Положенцева И.В., Рабаданова Р.С., Чернавский М.Ю., Шишов С.Е., Юлина Г.Н. Монография – Калуга: ИП Стрельцов (Издательство «Эйдос»), 2015 – 332 с.

#### *Дополнительная литература*

1. ГОСТ Р7.32-2001 Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления [Электронный ресурс]: Межгосударственный стандарт. - Введ. 2002 - 07 – 01: ред. от 2005 – 09 - 07. – М.: Стандартинформ, 2012. – 20 с. - URL: <http://protect.gost.ru/document.aspx?control=7&id=130946>
2. Методические рекомендации для вузов и институтов повышения квалификации / Артемьева С.И., Бычков М.А., Рабаданова Р.С. и др. // М.: МГУТУ им. К.Г. Разумовского (ПКУ), 2015. – 230 с.
3. Виноградова Н.С.. Моисеева О.А. Оформление выпускной квалификационной работы / Виноградова Н.С.. Моисеева О.А.// М.: МГУТУ им. К.Г. Разумовского, 2015 г. – 78 с.
4. Исследовательская деятельность: русско-английский словарь / Рабаданова Р.С., Гереева М.Ш. // Учебное пособие. М.: МГПУ, 2018. – 90 с.
5. Кондратьева О.В., Рабаданова Р.С. Психология и педагогика. Учебное пособие, М.: Калуга: ИП Стрельцов И.А. (Изд. «Эйдос»), 2015.- 216 с.
6. Педагогическое образование на стыке эпох: инновации и традиции в сфере образовательных технологий. Сборник научных трудов Международной научно-практической конференции 05 – 06 апреля 2017 г.; «МГУТУ имени К.Г Разумовского (ПКУ)». – М., 2017. – 550 с.
7. Рабаданова Р.С. Пути и средства индивидуализации развития педагога в образовании. [Электронный ресурс] ЭНИ № 8. 2014 г., ЧАСТЬ II [http://www.mgut.ru/jurnal/tehnologii\\_21veka/](http://www.mgut.ru/jurnal/tehnologii_21veka/) (Дата обращения 02.09.2017 г.)
8. Рабаданова Р.С. Стратегическая деятельность высшей школы по организации образовательного процесса. / Рабаданова Р.С., Бикбулатова В.П. // «НИР. Социально-гуманитарные исследования и технологии» № 1(10) - 2015, - С. 14-20.
9. Сергеева С.В. Обучение в высшей школе: формы и технологии: учебное пособие / С.В. Сергеева, О.А. Воскресенко, О.А. Вагаева; Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Пензенский государственный техноло-гический университет», Минобрнауки России. - Пенза: ПензГТУ, 2013. - 172с.: табл., схем. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-98903-197-9; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=437164> (23.05.2016).
10. Теоретические и методические проблемы современного образования / Материалы международной научно-практической конференции 20-21 января 2016 г.; /Под ред. Шишова С.Е./ «МГУТУ имени К.Г Разумовского (ПКУ)». – М., 2016. – 360 с.
11. Шишов С.Е., Юлина Г.Н., Рабаданова Р.С. Организация интерактивного обучения в университете (учебно-практическое пособие для студентов вузов) М.: МГУТУ им. К.Г. Разумовского (ПКУ), 2015. – 144 с.

### **Перечень программного обеспечения и информационно-коммуникационной сети «Интернет»**

1. Microsoft Office Word
2. Microsoft Office PowerPoint
3. Электронные библиотечные системы «Рукопт», «Знаниум»».
4. Научная электронная библиотека (<http://elibrary.ru>).
5. [www.nazaykin.ru](http://www.nazaykin.ru). Узнай о рекламе больше.
6. [www.advi.ru](http://www.advi.ru). Рекламные идеи - электронный журнал для практиков рекламы и маркетинга

#### **14. Материально-техническое обеспечение учебной практики**

Каждый обучающийся в течение всего периода прохождения практики обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечной системе (электронным библиотекам) и к электронной информационно-образовательной среде Университета, к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), практик, к изданиям электронных библиотечных систем и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах; к портфолио обучающегося, также может взаимодействовать между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействие посредством сети «Интернет».

Аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы. Занятия проводятся на базе аудиторий ФГБОУ ВО «МГУТУ им. К.Г.Разумовского (ПКУ)», оснащенных необходимым для организации образовательного процесса оборудованием. Бытовые помещения, соответствующие действующим санитарным и противопожарным нормам, а также требованиям техники безопасности при проведении учебных и научно-производственных работ.

#### **15. Организация образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями.**

Организация образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями осуществляется в соответствии с «Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащённости образовательного процесса» Министерства образования и науки РФ от 08.04.2014г. № АК-44/05вн.

В образовательном процессе используются социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе.

Студенты с ограниченными возможностями здоровья, в отличие от остальных студентов, имеют свои специфические особенности восприятия, переработки материала. Подбор и разработка учебных материалов производится с учетом индивидуальных особенностей.

Предусмотрена возможность обучения по индивидуальному графику, при составлении которого возможны различные варианты проведения занятий: в академической группе и индивидуально, на дому с использованием дистанционных образовательных технологий.

Основной формой в дистанционном обучении является индивидуальная форма обучения. Главным достоинством индивидуального обучения для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья является то, что оно позволяет полностью индивидуализировать содержание, методы и темпы учебной деятельности инвалида, следить за каждым его действием и операцией при решении конкретных задач; вносить вовремя необходимые коррекции как в деятельность студента-инвалида, так и в деятельность преподавателя. Дистанционное обучение также обеспечивает возможности коммуникаций не только с

преподавателем, но и с другими обучаемыми, сотрудничество в процессе познавательной деятельности.

При изучении дисциплины используются следующие организационные мероприятия:

- использование возможностей сети «Интернет» для обеспечения связи с обучающимися, предоставления им необходимых материалов для самостоятельного изучения, контроля текущей успеваемости и проведения тестирования.

- проведение видеоконференций, лекций, консультаций, и т.д. с использованием программ, обеспечивающих дистанционный контакт с обучающимся в режиме реального времени.

- предоставление электронных учебных пособий, включающих в себя основной материал по дисциплинам включенным в ОП.

- проведение занятий, консультаций и т.д. на базе консультационных пунктов, обеспечивающих условия для доступа туда лицам с ограниченными возможностями.

- предоставление видеолекций, позволяющих изучать материал курса дистанционно.

- использование программного обеспечения и технических средств, имеющих функции адаптации для использования лицами с ограниченными возможностями.

## 16. Лист регистрации изменений

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением кафедры Общественные процессы, СМИ и рекламные технологии на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (бакалавриат) Наименование направления подготовки (уровень образования), утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 11 августа 2016 г. N 997.	Протокол заседания кафедры № ____ от « ____ » сентября 20 ____ года	____.____.____
2.	Актуализирована в соответствии пунктами 13, 18, 19, 21, 22 Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, утвержденного приказом Минобрнауки России от 19.12.2013 № 1367 (зарегистрирован Минюстом России 24.02.2014, регистрационный № 31402)	Протокол заседания кафедры № 1 от «07» сентября 2017 года	07 сентября 2017 г.
3.	Актуализирована и обновлена решением Ученого совета Института СГТ МГУТУ им.К.Г. Разумовского (ПКУ) с учетом развития науки, техники, культуры, экономики, технологий и социальной сферы.	Протокол заседания Ученого совета № 6 от «20» февраля 2018 года	20.02.2018 г.
4.	*	Протокол заседания кафедры № ____ от « ____ » сентября 20 ____ года	____.____.____



5.	*	Протокол заседания кафедры № _____ от « _____ » сентября 20____ года	_____
----	---	--	-------

\* Типовые примеры содержание изменений в программу учебной практики:

Причины, повлекшие изменения	Примерная формулировка
Программа учебной практики не изменялась	Утверждено экспертное заключение об актуальности программы учебной практики «тип практики» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (бакалавриат)
Вступил в силу новый нормативно-правовой акт, вносящий принципиальные изменения в образовательную деятельность. <i>Например, 01.09.2013 г. вступил в силу новый Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации»</i>	Внесены изменения в связи с вступлением в силу с дд.мм.20гг наименование нормативно-правового акта с указанием его реквизитов
Переход на новые стандарты, если приказом Минобрнауки России отменены ранее действовавшие. <i>Например, переход с ФГОС ВПО на ФГОС ВО (ФГОС 3+), но не переход с ГОС ВПО на ФГОС ВПО</i>	Актуализирована в соответствии с вступлением в силу Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки Ши.фр.НП Наименование направления подготовки (уровень образования), утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от ДД.ММ.ГГГГ г. № _____
Внесены изменения под влиянием требований реального рынка труда, требований работодателей и проч.	Актуализирована с учетом развития науки, техники, культуры, экономики, техники, технологий и социально сферы