



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ
КАФЕДРА ЭТИКИ, КУЛЬТУРОЛОГИИ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

СОГЛАСОВАНО
на заседании УМК факультета философии
и социологии, протокол № 8 от 29 апреля
2020 г.

Председатель УМК факультета

 / З.Н. Хабибуллина

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета философии и
социологии



/Р.М. Валиахметов

« 29 » апреля 2020 г.

ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ



Уровень высшего образования:
бакалавриат

Направление подготовки (специальность)
42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки
Коммуникационный менеджмент

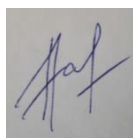
Форма обучения
Заочная

Уфа 2020 г.

| | |
|--|--|
| <p>Разработчики (составители):</p> <p>канд. филос. наук, доцент Гарипова Г.Р.</p> <p>канд. полит. наук, доцент Насырова Е.В.</p> | <p> /Г.Р. Гарипова</p> <p> / Е.В. Насырова</p> |
|--|--|

Дополнения и изменения, внесенные в программу практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (научно-исследовательская работа), утверждены на заседании Ученого совета факультета философии и социологии, протокол № 8 от 29.04.2020 г.

Декан ФФиС



/ Р.М. Валиахметов

СОДЕРЖАНИЕ

| | | |
|-----|---|----|
| 1. | Вид и тип практики, способ, формы, место и организация ее проведения | 4 |
| 2. | Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций | 4 |
| 3. | Место практики в структуре образовательной программы | 8 |
| 4. | Объем практики | 8 |
| 5. | Содержание практики | 8 |
| 6. | Форма отчетности по практике | 9 |
| 7. | Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике | 9 |
| 8. | Перечень учебной литературы и ресурсов сети «Интернет», необходимых для проведения практики | 19 |
| 9. | Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для прохождения практики, включая профессиональные базы данных и информационные справочные системы | 20 |
| 10. | Описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики | 21 |

1. Вид и тип практики, способ, формы, место и организация ее проведения

1.1. Вид и тип практики:

Вид практики: Производственная

1.2. Способы проведения практики:

стационарная;

выездная.

1.3. Практика проводится в следующих формах:

Дискретно по видам практик – путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения каждого вида (совокупности видов) практики.

1.4. Место проведения практики.

Организация проведения практики, предусмотренной настоящей программой, осуществляется БашГУ на основе договоров с профильными организациями, деятельность которых соответствует профессиональным компетенциям, осваиваемым в рамках образовательной программы.

Практика может быть проведена непосредственно в учебных и иных подразделениях БашГУ.

Студенты, совмещающие обучение с трудовой деятельностью, вправе проходить учебную, производственную, в том числе преддипломную практики, по месту трудовой деятельности в случаях, если профессиональная деятельность, осуществляемая ими, соответствует требованиям к содержанию практики.

1.5. Руководство практикой.

Для руководства практикой, проводимой в БашГУ, назначается руководитель (руководители) практики от университета из числа лиц, относящихся к профессорско-преподавательскому составу БашГУ.

Для руководства практикой, проводимой в профильной организации, назначаются руководитель (руководители) практики из числа лиц, относящихся к профессорско-преподавательскому составу БашГУ, и руководитель (руководители) практики из числа работников профильной организации.

1.6. Организация проведения практики.

Направление на практику оформляется приказом БашГУ с указанием вида и/ или типа, срока, места прохождения практики, а также данных о руководителях практики из числа лиц, относящихся к профессорско-преподавательскому составу БашГУ.

2. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций

2.1. Основной целью производственной практики является закрепление и развитие знаний, умений, владений в сфере профессиональной деятельности, полученных обучающимися в процессе обучения, применение теоретических положений в практике рекламы и связей с общественностью.

2.2. Основными задачами практики по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности обучающихся являются:

- изучение специфики деятельности организации-базы практики;

- знакомство с графиком работы организации, ее структурными подразделениями, осуществляющими рекламную и PR-деятельность;
- знакомство с инструкцией по технике безопасности;
- формирование профессиональных навыков в области рекламы и связей с общественностью;
- приобретение опыта работы по направлению реклама и связи с общественностью;
- приобретение опыта работы в коллективе;
- выполнение требований и действий, предусмотренных программой производственной практики и заданий руководителя;
- выявление недостатков в рекламной и PR-деятельности организации и перспектив ее функционирования;
- разработка предложений по устранению недостатков и совершенствованию рекламной и PR-деятельности организации.

2.3. Перечень индикаторов достижения компетенций с указанием планируемых результатов обучения по практике:

| Формируемая компетенция (с указанием кода) | Код и наименование индикатора достижения компетенции | Результаты обучения по практике |
|---|---|--|
| 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 | ИУК 2.1. Знает: правовые основания для представления и описания результатов деятельности; правовые нормы для оценки результатов решения задач | Знает правовые основы профессиональной деятельности |
| | ИУК 2.2. Умеет: проверять и анализировать нормативную документацию; формулировать в рамках поставленной цели проекта совокупность задач, обеспечивающих ее достижение; выбирать оптимальный способ решения задач, учитывая действующие правовые нормы и имеющиеся условия, ресурсы и ограничения | Умеет на основе знания правовых норм анализировать информацию, ставить профессиональные цели |
| | ИУК 2.3. Владеет: навыками постановки целей, выбора оптимальных способов решения поставленных целей и задач; навыками оценки имеющихся ресурсов и ограничений при разработке и реализации проекта; публичного представления результатов проекта; проведения профессионального обсуждения результатов проектной деятельности | Владеет навыками целеполагания, оценки результатов своей профессиональной деятельности, навыками демонстрации полученных результатов |

| | | |
|---|--|--|
| ПК-1. Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций | ПК-1.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде | Умеет использовать технологии медиарилейшенз и медиапланирования при реализации коммуникационных программ |
| | ПК-1.2. При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде. | Владеть навыками копирайтинга в онлайн и офлайн среде |
| | ПК-1.3. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами | Умеет использовать технологии организации специальных мероприятий |
| | ПК-1.4. Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций | Владеет инструментами организации внутренних корпоративных коммуникаций |
| | ПК-1.5. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта | Владеет навыками создания цифровых коммуникаций, использует технические средства создания и подготовки текстов при реализации коммуникационного продукта |
| ПК-2. Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности | ПК-2.1. Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы | Владеет навыками продвижения социально-значимых проектов средствами рекламы и связей с общественностью |
| | ПК-2.2. При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности | Умеет использовать принципы открытости и корпоративной социальной ответственности при разработке текстов рекламы и связей с общественностью |
| ПК-3. Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с | ПК-3.1. Осуществляет редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми | Владеет навыками редактирования текста рекламы и связей с общественностью на основе знания языковых норм, стандартов, форматов, технологических требований СМИ |

| | | |
|---|--|---|
| языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа | нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта | |
| | ПК-3.2. Контролирует соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала | Умеет готовить коммуникационный продукт в соответствии с форматом медиа-канала |
| ПК-4. Профессиональная компетенция | ПК-4.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью | Владеет навыками составления программ проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью |
| | ПК-4.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью | Умеет готовить документационную составляющую проектов в сфере рекламы и связей с общественностью |
| | ПК-4.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта | Владеет навыками проведения исследований для планирования рекламной или PR-кампании |
| ПК-5. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий | ПК-5.1. 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 | Уметь применять навыки менеджера при работе в отделе по связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта |
| | ПК-5.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии | Владеть навыками тактического планирования коммуникационных мероприятий |
| | ПК-5.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры | Владеет навыками инструментами формирования корпоративной идентичности и корпоративной культуры |

| | | |
|--|---|--|
| ПК 6. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта | ПК- 6.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта | Владеет навыками создания текста рекламы и связей с общественностью с учетом мирового и отечественного опыта |
| | ПК-6.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта | Умеет создавать информационные поводы применяя творческий подход с учетом мирового и отечественного опыта |
| | ПК-6.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании | Владеет навыками создания сценария и плана специальных мероприятий |
| | ПК-6.4. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде | Умеет продвигать миссию и видение организации в онлайн и онлайн среде |
| ПК-7. Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта | ПК-7.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта | Владеет маркетинговыми инструментами при планировании и реализации коммуникационных программ |
| | ПК-7.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта | Владеет навыками организации и проведения маркетинговых исследований |
| | ПК-7.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами | Умеет проводить мониторинг обратной связи при взаимодействии с целевыми группами |

3. Место практики в структуре образовательной программы

Профессионально-творческая практика входит в обязательную часть образовательной программы в соответствии с учебным планом бакалавриата 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью.

Практика проводится в соответствии с календарным учебным графиком и ориентирована на закрепление изученных и осваиваемых дисциплин (модулей).

4. Объем практики

Учебным планом по направлению подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью предусмотрено проведение практики: общая трудоемкость составляет для всех форм обучения 6 зачетных единиц (216 академических часов). В том числе: в форме контактной работы 216 часа, в форме самостоятельной работы 176 часов.

5. Содержание практики

| № | Разделы (этапы) практики | Виды и содержание работ, в т.ч. самостоятельная работа обучающегося | Форма текущего контроля и промежуточная аттестация |
|----|--------------------------|--|--|
| 1. | Подготовительный этап. | Ознакомительная лекция. - Посещение ознакомительной лекции, лекции по защите охраны труда, противопожарной безопасности на производстве. - Определение индивидуального теоретического задания. - Ознакомление с информационными сайтами. | Отчет по практике |
| 2. | Основной этап. | Производственный: Сбор, обработка и систематизация фактического и вспомогательного информационного материала. - Работа в ЭБС университета и в фондах организации; - Поиск необходимой информации на сайте организации. - Сбор эмпирического материала в организации (метод наблюдения, опроса, анализа документов и т.п.) | Отчет по практике |
| 3. | Заключительный этап. | Подготовка и защита отчета по практике. - Оформление отчета по практике. - Публичная защита отчета в назначенное кафедрой время. | Отчет по практике |
| | ИТОГО | | дифференцированный зачет с оценкой |

6. Форма отчетности по практике

В качестве основной формы и вида отчетности для всех форм обучения студентов устанавливается отчет по практике. По окончании практики студент в семидневный срок сдает корректно, полно и аккуратно заполненный отчет по практике руководителю практики от соответствующей кафедры.

Промежуточная аттестация по итогам практики по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности по направлению 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью включает в себя защиту отчета.

Итоговой формой контроля знаний, умений и навыков по практике является дифференцированный зачет с оценкой.

Зачет по практике служит для оценки работы студента в течение всего периода прохождения практики и призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения профессиональных умений и

навыков, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач. Вопросы предполагают контроль общих методических знаний и умений, способность студентов проиллюстрировать их примерами, индивидуальными материалами, составленными студентами в течение практики.

Случаи невыполнения программы практики, получения неудовлетворительной оценки при защите отчета, а также непрохождения практики признаются академической задолженностью.

Академическая задолженность подлежит ликвидации в установленные деканатом срок.

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике

7.1. Перечень компетенций и индикаторов достижения компетенций с указанием соотнесенных с ними запланированных результатов обучения по практике. Описание критериев и шкал оценивания результатов обучения по практике.

Код и формулировка компетенции: 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

| Код и наименование индикатора достижения компетенции | Результаты обучения по практике | Критерии оценивания | Шкала оценивания |
|---|---|---|---------------------|
| ИУК 2.1. Знает: правовые основания для представления и описания результатов деятельности; правовые нормы для оценки результатов решения задач | Знает правовые основы профессиональной деятельности | Не знает правовых основ профессиональной деятельности | Неудовлетворительно |
| | | Частично знает правовые основы профессиональной деятельности | Удовлетворительно |
| | | Знает правовые основы профессиональной деятельности | Хорошо |
| | | Знает правовые основы профессиональной деятельности, умеет применять их на практике | Отлично |
| ИУК 2.2. Умеет: проверять и анализировать нормативную документацию; формулировать в | Умеет на основе знания правовых норм анализировать информацию, ставить профессиональные | Не умеет анализировать информацию, ставить профессиональные цели | Неудовлетворительно |

| | | | |
|--|---|---|----------------------------|
| <p>рамках поставленной цели проекта совокупность задач, обеспечивающих ее достижение; выбирать оптимальный способ решения задач, учитывая действующие правовые нормы и имеющиеся условия, ресурсы и ограничения</p> | <p>цели</p> | <p>Умеет на элементарном уровне на основе знания правовых норм анализировать информацию, ставить профессиональные цели</p> | <p>Удовлетворительно</p> |
| | | <p>Умеет на основе знания правовых норм анализировать информацию, ставить профессиональные цели</p> | <p>Хорошо</p> |
| | | <p>Умеет на основе знания правовых норм анализировать информацию, ставить профессиональные. Адекватно оценивает последствия принятых решений при осуществлении профессиональной деятельности.</p> | <p>отлично</p> |
| <p>ИУК 2.3. Владеет: навыками постановки целей, выбора оптимальных способов решения поставленных целей и задач; навыками оценки имеющихся ресурсов и ограничений при разработке и реализации проекта; публичного представления результатов проекта; проведения</p> | <p>Владеет навыками целеполагания, оценки результатов своей профессиональной деятельности, навыками демонстрации полученных результатов</p> | <p>Не владеет навыками целеполагания, оценки результатов своей профессиональной деятельности</p> | <p>Неудовлетворительно</p> |
| | | <p>Владеет с определенными недостатками навыками целеполагания, оценки результатов своей профессиональной деятельности</p> | <p>Удовлетворительно</p> |

| | | |
|---|--|---------|
| профессионального обсуждения результатов проектной деятельности | Владеет навыками целеполагания, оценки результатов своей профессиональной деятельности, навыками демонстрации полученных результатов | Хорошо |
| | Владеет на высоком уровне навыками целеполагания, оценки результатов своей профессиональной деятельности, навыками демонстрации полученных результатов | Отлично |

Код и формулировка компетенции: ПК-1. Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций

| Код и наименование индикатора достижения компетенции | Результаты обучения по практике | Критерии оценивания | Шкала оценивания |
|--|---|---|---------------------|
| ПК-1.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшенз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде | Умеет использовать технологии медиарилейшенз и медиапланирования при реализации коммуникационных программ | Не умеет использовать технологии медиарилейшенз и медиапланирования | Неудовлетворительно |
| | | Умеет частично использовать технологии медиарилейшенз и медиапланирования | Удовлетворительно |
| | | Умеет использовать технологии медиарилейшенз и медиапланирования при реализации коммуникационных программ | Хорошо |

| | | | |
|--|---|--|---------------------|
| | | Умеет в превосходной степени использовать технологии медиарилейшенз и медиапланирования при реализации коммуникационных программ | Отлично |
| ПК-1.2. При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде. | Владеть навыками копирайтинга в онлайн и офлайн среде | Не владеет навыками копирайтинга | Неудовлетворительно |
| | | Владеет, но с определенными недостатками навыками копирайтинга | Удовлетворительно |
| | | Владеет навыками копирайтинга в онлайн и офлайн среде | Хорошо |
| | | Отлично владеет навыками копирайтинга в онлайн и офлайн среде | Отлично |
| ПК-1.3. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами | Умеет использовать технологии организации специальных мероприятий | Не умеет использовать технологии организации специальных мероприятий | Неудовлетворительно |
| | | Умеет, но с пробелами в знаниях использовать технологии организации специальных мероприятий | Удовлетворительно |
| | | Умеет использовать технологии организации специальных мероприятий | Хорошо |
| | | Умеет на высоком уровне использовать технологии организации специальных мероприятий | Отлично |
| ПК-1.4. Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций | Владеет инструментами организации внутренних корпоративных коммуникаций | Не владеет инструментами формирования корпоративной культуры | Неудовлетворительно |
| | | Частично владеет инструментами формирования корпоративной культуры | Удовлетворительно |
| | | Владеет инструментами организации внутренних корпоративных коммуникаций | Хорошо |
| | | Владеет на высоком уровне инструментами организации внутренних корпоративных коммуникаций | Отлично |
| ПК-1.5. Использует современные | Владеет навыками создания цифровых коммуникаций, | Не владеет навыками создания цифровых коммуникаций | Неудовлетворительно |

| | | | |
|---|---|--|-------------------|
| технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта | использует технические средства создания и подготовки текстов при реализации коммуникационного продукта | Владеет, но с определенными недостатками навыками создания цифровых коммуникаций | Удовлетворительно |
| | | Владеет навыками создания цифровых коммуникаций, использует технические средства создания и подготовки текстов | Хорошо |
| | | Владеет на высоком уровне навыками создания цифровых коммуникаций, использует технические средства создания и подготовки текстов | Отлично |

Код и формулировка компетенции: ПК-2. Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности

| Код и наименование индикатора достижения компетенции | Результаты обучения по практике | Критерии оценивания | Шкала оценивания |
|--|--|--|---------------------|
| ПК-2.1. Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы | Владеет навыками продвижения социально-значимых проектов средствами рекламы и связей с общественностью | Не владеет навыками продвижения социально-значимых проектов | Неудовлетворительно |
| | | Владеет с определенными пробелами навыками продвижения социально-значимых проектов | Удовлетворительно |
| | | Владеет навыками продвижения социально-значимых проектов средствами рекламы и связей с общественностью | Хорошо |
| | | Превосходно владеет навыками продвижения социально-значимых проектов средствами рекламы и связей с общественностью | Отлично |
| ПК-2.2. При подготовке текстов рекламы и | Умеет использовать принципы открытости и корпоративной | Не умеет использовать принципы открытости и корпоративной социальной ответственности | Неудовлетворительно |

| | | | |
|--|--|--|-------------------|
| связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности | социальной ответственности при разработке текстов рекламы и связей с общественностью | Умеет с определенными недостатками использовать принципы открытости и корпоративной социальной ответственности | Удовлетворительно |
| | | Умеет использовать принципы открытости и корпоративной социальной ответственности при разработке текстов рекламы и связей с общественностью | Хорошо |
| | | Умеет в превосходной степени использовать принципы открытости и корпоративной социальной ответственности при разработке текстов рекламы и связей с общественностью | Отлично |

Код и формулировка компетенции: ПК-3. Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа

| Код и наименование индикатора достижения компетенции | Результаты обучения по практике | Критерии оценивания | Шкала оценивания |
|--|--|--|---------------------|
| ПК-3.1. Осуществляет редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов | Владеет навыками редактирования текста рекламы и связей с общественностью на основе знания языковых норм, стандартов, форматов, технологических требований СМИ | Не владеет навыками редактирования текста рекламы и связей с общественностью | Неудовлетворительно |
| | | Частично владеет навыками редактирования текста рекламы и связей с общественностью | Удовлетворительно |
| | | Владеет навыками редактирования текста рекламы и связей с общественностью на основе знания языковых норм, стандартов, форматов, технологических требований СМИ | Хорошо |

| | | | |
|---|--|--|---------------------|
| трансляции коммуникационного продукта | | Отлично владеет навыками редактирования текста рекламы и связей с общественностью на основе знания языковых норм, стандартов, форматов, технологических требований СМИ | Отлично |
| ПК-3.2. Контролирует соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции и канала | Умеет готовить коммуникационный продукт в соответствии с форматом медиа-канала | Не умеет готовить коммуникационный продукт в соответствии с форматом медиа-канала | Неудовлетворительно |
| | | Умеет с определенными недостатками готовить коммуникационный продукт в соответствии с форматом медиа-канала | Удовлетворительно |
| | | Умеет готовить коммуникационный продукт в соответствии с форматом медиа-канала | Хорошо |
| | | Отлично умеет готовить коммуникационный продукт в соответствии с форматом медиа-канала | Отлично |

Код и формулировка компетенции: ПК-4. Профессиональная компетенция

| Код и наименование индикатора достижения компетенции | Результаты обучения по практике | Критерии оценивания | Шкала оценивания |
|---|--|--|---------------------|
| ПК-4.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью | Владеет навыками составления программ проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью | Не сформированы умения составлять программы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью | Неудовлетворительно |
| | | Сформированы начальные умения составлять программы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью | Удовлетворительно |
| | | Сформированы, но содержатся отдельные пробелы в умении составлять программы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью | Хорошо |

| | | | |
|--|--|---|---------------------|
| | | Сформированы на высоком уровне умения составлять программы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью | Отлично |
| ПК-4.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью | Умеет готовить документационную составляющую проектов в сфере рекламы и связей с общественностью | Отсутствуют навыки подготовки документации для проектов в сфере рекламы и связей с общественностью | Неудовлетворительно |
| | | Сформированы простейшие навыки подготовки документации для проектов в сфере рекламы и связей с общественностью | Удовлетворительно |
| | | Сформированы на базовом уровне навыки подготовки документации для проектов в сфере рекламы и связей с общественностью | Хорошо |
| | | Сформированы на высоком уровне навыки подготовки документации для проектов в сфере рекламы и связей с общественностью | Отлично |
| ПК-4.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта | Владеет навыками проведения исследований для планирования рекламной или PR-кампании | Отсутствуют навыки проведения исследований для планирования рекламной или PR-кампании | Неудовлетворительно |
| | | Сформированы простейшие навыки проведения исследований для планирования рекламной или PR-кампании | Удовлетворительно |
| | | Сформированы на базовом уровне навыки проведения исследований для планирования рекламной или PR-кампании | Хорошо |
| | | Сформированы на высоком уровне навыки проведения исследований для планирования рекламной или PR-кампании | Отлично |

Код и формулировка компетенции: ПК-5. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

| Код и наименование индикатора достижения компетенции | Результаты обучения по практике | Критерии оценивания | Шкала оценивания |
|--|---|--|---------------------|
| ПК-5. 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 | Уметь применять навыки менеджера при работе в отделе по связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта | Не сформированы навыки менеджера при работе в отделе по связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта | Неудовлетворительно |
| | | Сформированы начальные навыки менеджера при работе в отделе по связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта | Удовлетворительно |
| | | Сформированы, но содержатся отдельные пробелы в навыках менеджера при работе в отделе по связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта | Хорошо |
| | | Сформированы на высоком уровне навыки менеджера при работе в отделе по связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта | Отлично |
| ПК-5.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии | Владеть навыками тактического планирования коммуникационных мероприятий | Отсутствуют навыки тактического планирования коммуникационных мероприятий | Неудовлетворительно |
| | | Сформированы простейшие навыки тактического планирования коммуникационных мероприятий | Удовлетворительно |

| | | | |
|--|--|---|---------------------|
| | | Сформированы на базовом уровне навыки тактического планирования коммуникационных мероприятий | Хорошо |
| | | Сформированы на высоком уровне навыки тактического планирования коммуникационных мероприятий | Отлично |
| ПК-5.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры | Владеет инструментами формирования корпоративной идентичности и корпоративной культуры и | Отсутствуют навыки использования инструментов формирования корпоративной идентичности и корпоративной культуры | Неудовлетворительно |
| | | Сформированы простейшие навыки использования инструментов формирования корпоративной идентичности и корпоративной культуры | Удовлетворительно |
| | | Сформированы на базовом уровне навыки использования инструментов формирования корпоративной идентичности и корпоративной культуры | Хорошо |
| | | Сформированы на высоком уровне навыки использования инструментов формирования корпоративной идентичности и корпоративной культуры | Отлично |

Код и формулировка компетенции: ПК 6. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

| Код и наименование индикатора достижения компетенции | Результаты обучения по практике | Критерии оценивания | Шкала оценивания |
|--|---------------------------------|---------------------|------------------|
|--|---------------------------------|---------------------|------------------|

| | | | |
|--|--|--|---------------------|
| ПК- 6.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта | Владеет навыками создания текста рекламы и связей с общественностью с учетом мирового и отечественного опыта | Не сформированы навыки создания текста рекламы и связей с общественностью | Неудовлетворительно |
| | | Сформированы начальные навыки создания текста рекламы и связей с общественностью | Удовлетворительно |
| | | Сформированы, но содержатся отдельные пробелы в навыках навыками создания текста рекламы и связей с общественностью с учетом мирового и отечественного опыта | Хорошо |
| | | Сформированы на высоком уровне навыки навыками создания текста рекламы и связей с общественностью с учетом мирового и отечественного опыта | Отлично |
| ПК-6.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта | Умеет создавать информационные поводы применяя творческий подход с учетом мирового и отечественного опыта | Отсутствуют навыки создания информационных поводов | Неудовлетворительно |
| | | Сформированы простейшие навыки создания информационных поводов | Удовлетворительно |
| | | Сформированы на базовом уровне навыки создания информационных поводов с учетом мирового и отечественного опыта | Хорошо |
| | | Сформированы на высоком уровне навыки создания информационных поводов с учетом мирового и отечественного опыта | Отлично |
| ПК-6.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании | Владеет навыками создания сценария и плана специальных мероприятий | Отсутствуют навыки создания сценария и плана специальных мероприятий | Неудовлетворительно |
| | | Сформированы простейшие навыки создания сценария и плана специальных мероприятий | Удовлетворительно |
| | | Сформированы на базовом уровне навыки создания сценария и плана специальных мероприятий | Хорошо |

| | | | |
|--|---|---|---------------------|
| | | Сформированы на высоком уровне навыки создания сценария и плана специальных мероприятий | Отлично |
| ПК-6.4. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности и в оффлайн и онлайн среде | Умеет продвигать миссию и видение организации в онлайн и онлайн среде | Не умеет продвигать миссию и видение организации | Неудовлетворительно |
| | | Умеет с определенными недостатками продвигать миссию и видение организации | Удовлетворительно |
| | | Умеет продвигать миссию и видение организации в онлайн и онлайн среде | Хорошо |
| | | Отлично умеет продвигать миссию и видение организации в онлайн и онлайн среде | Отлично |

Код и формулировка компетенции: ПК-7. Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

| Код и наименование индикатора достижения компетенции | Результаты обучения по практике | Критерии оценивания | Шкала оценивания |
|--|--|---|---------------------|
| ПК-7.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта | Владеет маркетинговыми инструментами при планировании и реализации коммуникационных программ | Не сформированы навыки владения маркетинговыми инструментами при планировании и реализации коммуникационных программ | Неудовлетворительно |
| | | Сформированы начальные навыки пользования маркетинговыми инструментами при планировании и реализации коммуникационных программ | Удовлетворительно |
| | | Сформированы, но содержатся отдельные пробелы в навыках владения маркетинговыми инструментами при планировании и реализации коммуникационных программ | Хорошо |

| | | | |
|--|--|---|---------------------|
| | | Сформированы на высоком уровне навыки владения маркетинговыми инструментами при планировании и реализации коммуникационных программ | Отлично |
| ПК-7.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта | Владеет навыками организации и проведения маркетинговых исследований | Отсутствуют навыки организации и проведения маркетинговых исследований | Неудовлетворительно |
| | | Сформированы простейшие навыки организации и проведения маркетинговых исследований | Удовлетворительно |
| | | Сформированы на базовом уровне навыки организации и проведения маркетинговых исследований | Хорошо |
| | | Сформированы на высоком уровне навыки организации и проведения маркетинговых исследований | Отлично |
| ПК-7.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами | Умеет проводить мониторинг обратной связи при взаимодействии с целевыми группами | Отсутствуют умения проводить мониторинг обратной связи при взаимодействии с целевыми группами | Неудовлетворительно |
| | | Сформированы простейшие умения проводить мониторинг обратной связи при взаимодействии с целевыми группами | Удовлетворительно |
| | | Сформированы на базовом уровне умения проводить мониторинг обратной связи при взаимодействии с целевыми группами | Хорошо |
| | | Сформированы на высоком уровне умения проводить мониторинг обратной связи при взаимодействии с целевыми группами | Отлично |

7.2. Типовые контрольные вопросы (задания) или иные материалы, необходимые для оценивания результатов обучения по практике. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по практике

Перечень контрольных вопросов на процедуре защиты отчета по практике:

1. PR-деятельность организации
2. Рекламная деятельность организации
3. Определение Миссии, Видения и стратегии организации
4. Корпоративная культура организации
5. Виды коммуникаций в организации
6. Формальные и неформальные коммуникации в организации
7. Способы управления коммуникациями в организации
8. Организация и управление рекламной деятельностью
9. Стратегия рекламной кампании
10. Стратегия PR-кампании
11. Взаимодействие организации со СМИ
12. Формирование имиджа организации
13. Имидж лидера организации
14. Фирменный стиль компании
15. Оценка эффективности рекламной деятельности
16. Оценка эффективности PR деятельности
17. Продвижение организации с помощью рекламы и PR
18. Интегрированные маркетинговые коммуникации в организации
19. Создание и продвижение сайта организации
20. Продвижение товаров и услуг организации с помощью рекламы и PR/

1.

Отчет о прохождении практики

Структура отчета о практике дана в Приложении (<http://www.bashedu.ru/node/2562>).

Шкала оценивания для промежуточной аттестации обучающихся по практике

Зачет с оценкой «отлично» выставляется, если компетенции освоены в полной мере и обучающийся в установленные сроки представил отчетную документацию по итогам прохождения практики, технически грамотно оформленную и четко структурированную, качественно оформленную с наличием информационного материала, индивидуальное задание выполнено верно, даны ясные выводы, подкрепленные теорией, защита отчета проведена с использованием мультимедийных средств, на заданные вопросы обучающихся представил четкие и полные ответы;

Зачет с оценкой «хорошо» выставляется, если компетенции вполне освоены и обучающийся в установленные сроки представил отчетную документацию по итогам прохождения практики, технически грамотно оформленную и структурированную, оформленную с наличием информационного материала, индивидуальное задание выполнено верно, даны четкие выводы, подкрепленные теорией, однако отмечены погрешности в отчете, скорректированные при защите, индивидуальное задание выполнено верно, даны выводы, неподкрепленные теорией, защита отчета проведена с использованием мультимедийных средств, на заданные вопросы обучающихся представил полные ответы, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании;

Зачет с оценкой «удовлетворительно» выставляется, если компетенции освоены и обучающийся в установленные сроки представил отчетную документацию по итогам прохождения практики, технически грамотно оформленную и структурированную, качественно оформленную без информационного материала, но индивидуальное задание выполнено не до конца, выводы

приведены с ошибками, не подкрепленные теорией, защита отчета проведена без использования мультимедийных средств, на заданные вопросы обучающихся представил не полные ответы;

Зачет с оценкой «неудовлетворительно» выставляется, если компетенции не освоены и обучающийся не представил отчетную документацию, индивидуальное задание не выполнено, аналитические выводы приведены с ошибками, не подкрепленные теорией, защита отчета не проведена, на заданные вопросы обучающихся не представил ответы.

8. Перечень учебной литературы и ресурсов сети «Интернет», необходимых для проведения практики

8.1. Основная литература

1. Чумиков А. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции : учебное пособие / А. Чумиков, М. Бочаров, С. Самойленко ; Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. - Москва : Издательский дом «Дело», 2016. - 521 с. : ил. - Библ. в кн. - ISBN 978-5-7749-1135-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=442983>
2. Синяева, И.М. Паблик рилейшнз в коммерческой деятельности / Синяева И.М.; Под ред. проф. Васильева Г.А. — М. : Юнити, 1998 .— 287с. — ISBN 5238000154 : 52.00.

8.2. Дополнительная литература

1. Шарков, Ф. И. Реклама и связи с общественностью : коммуникатив. и интегратив. сущность кампаний: учеб. пособие / Ф. И. Шарков, А. А. Родионов ; Академия труда и социал. отношений и др. — Екатеринбург; М. : Деловая книга: Академический Проект, 2007 .— 300 с. — (Gaudeamus) .— ISBN 5-8291-0788-0 : 140 р. 00 к. — ISBN 5-88687-175-6.
2. Асаул, А. Н. Культура организации: проблемы формирования и управления [Электронный ресурс] / А. Н. Асаул [и др.] .— СПб. : Гуманистика, 2006 .— Электрон. версия печ. публикации .— Доступ возможен через Электронную библиотеку БашГУ .— <URL:<https://elib.bashedu.ru/dl/read/AsaulKulturaOrganizaciiProblemyFormirovanie.iPravleniy.2006.pdf>>
3. Бердников, И. П. PR - коммуникации : практ. пособие / И. П. Бердников, А. Ф. Стрижова .— 2-е изд. — Москва : Дашков и К, 2013 .— 208 с. — Библиогр.: с. 203-208 .— ISBN 978-5-394-01545-8 :
4. Катлип, Скотт М. Паблик Рилейшнз: Теория и практика / Скотт М. Катлип, Аллен Х. Центр, Глен М. Брум .— 8-е изд. — М.; СПб; Киев : Вильямс, 2001 .— 624 с. — ISBN 5845901073 :
5. Китчен, Ф. Паблик рилейшнз [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ф. Китчен .— М. : Юнити-Дана, 2015 .— 454 с. — Доступ к тексту электронного издания возможен через Электронно-библиотечную систему "Университетская библиотека online" .— ISBN 978-5-394-02168-8 .— <URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114546&sr=1>>.
6. Михайлов, Ю.М. Связи с общественностью по-русски [Электронный ресурс] / Ю.М. Михайлов .— М. : Директ-Медиа, 2014 .— 306 с. — Доступ к тексту электронного издания возможен через Электронно-библиотечную систему «Университетская библиотека online» .— ISBN 978-5-211-05809-5 .— <URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=253694&sr=1>>.
7. Постовская, Я. А. PR фирмы. Внутренние мероприятия и корпоративная культура для формирования имиджа и повышения эффективности работы [Электронный ресурс] / Я. А. Постовская .— Москва : Лаборатория книги, 2010 .— 165 с. — Доступ к тексту электронного издания возможен через Электронно-библиотечную систему "Университетская библиотека online" .— ISBN 978-5-905815-47-8 .— <URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=97295>>.

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для прохождения практики, включая профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
2. ЭБС издательства «Лань»;
3. ЭБС «Электронный читальный зал»;
4. <http://pr.web-3.ru>
5. <http://www.e-xecutive.ru>
6. <http://www.piar.ru>
7. <http://pr-info.ru>
8. <http://pr-life.ru>
9. <http://www.raso.ru>
10. <http://www.soob.ru>
11. <http://www.rwr.ru>
12. <http://studlib.com/>

Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики:

Перечень программного обеспечения:

1. Windows 10. Предустановленная. Лицензия бессрочная. Договор №004 от 19.03.2019 г.
2. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. OLP NL Academic Edition. Бессрочная. №104 от 17.06.2013 г.
3. Microsoft Office Standard 2013 Russian. OLP NL Academic Edition. Бессрочная. №114 от 12.11.2014 г
4. Консультант Плюс. Договор № 28826 от 09.01.2019 г. Лицензии бессрочные.

Перечень информационных справочных систем:

Перечень информационных справочных систем:

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
- ЭБС издательства «Лань»;
- ЭБС «Электронный читальный зал»;
- справочно-правовая система Консультант Плюс;
- справочно-правовая система Гарант.

10. Описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики

Место прохождения практики должно соответствовать действующим санитарно-эпидемиологическим требованиям, противопожарным правилам и нормам охраны здоровья обучающихся.

Место практики должно быть оснащено техническими и программными средствами, необходимыми для выполнения целей и задач практики: портативными и/или стационарными компьютерами с необходимым программным обеспечением и выходом в сеть «Интернет», в том числе предоставляется возможность доступа к информации, размещенной в открытых и закрытых специализированных базах данных.

Конкретное материально-техническое обеспечение практики и права доступа студента к информационным ресурсам определяются руководителем конкретного студента, исходя из задания на практику.

| Наименование специализированных аудиторий, кабинетов, лабораторий | Вид занятий | Наименование оборудования, программного обеспечения |
|---|-------------|---|
|---|-------------|---|

| 1 | 2 | 3 |
|--|--|--|
| <p>учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций: аудитория № 421 Лаборатория ИТ (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4). 316 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4). учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации: аудитория № 316 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4).</p> | <p>Групповые и индивидуальные консультации</p> <p>Промежуточная аттестация</p> | <p>Аудитория № 316 Учебная мебель, доска. Учебная аудитория 421 Лаборатория ИТ Учебная мебель, доска, компьютер (системный блок Power Cool\ Core i3-8100 (3,6)\8Gb HDD 1 Tb\DVD-RW\450W\ Win 10 pro\ кл-ра USB\ Мышь USB\ LCD Монитор 21,5 (15 штук). ПО: 5. Windows 10. Предустановленная. Лицензия бессрочная. Договор №004 от 19.03.2019 г. 6. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. OLP NL Academic Edition. Бессрочная. №104 от 17.06.2013 г. 7. Microsoft Office Standard 2013 Russian. OLP NL Academic Edition. Бессрочная. №114 от 12.11.2014 г 8. Консультант Плюс. Договор № 28826 от 09.01.2019 г. Лицензии бессрочные.</p> |
| <p>помещения для самостоятельной работы: читальный зал № 5 (помещение, ул. Карла Маркса 3/4).</p> | <p>Самостоятельная работа</p> | <p>Читальный зал №5 Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, принтер KyoceraM130 – 1 шт., сканер EpsonV33 – 1 шт., моноблок Compaq Intel Atom, 20.0”, 2 GB, Моноблок IRu 502, 21.5”, Intel Pentium, 4 GB, огнетушитель – 1 шт., подставка автосенсорная на сканер – 1 шт.</p> |