

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ПОВОЛЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ



УТВЕРЖДАЮ
Декан ФСТ

УТВЕРЖДАЮ /В.П. Шалаев/
(Ф.И.О. декана (директора института))

11.03.2024 г.

ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

Б.2.1.2.2 Преддипломная практика

(указывается код, вид и тип практики по учебному плану)

Направление подготовки
(специальность)

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Квалификация выпускника

Бакалавр

(бакалавр/магистр/специалист)

Направленность

Реклама и связи с общественностью в государственных,
коммерческих и некоммерческих организациях

Курс 5
Семестр 9

Распределение учебного времени

Трудоемкость по учебному плану	12	зачетных единиц
Продолжительность	8 / 432	недель / часов
Практические занятия	-	часов
Иная контактная работа	-	часов
Всего контактной работы	0	часов
Иные формы организации ОД	432	часов
Дифференцированный зачет	-	семестр

(год)

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО направления подготовки (специальности) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Программу составили:

доцент с ученой степенью кандидата наук	СНиТ	СОГЛАСОВАНО	В.П. Комисар
(должность)	(кафедра)		(И.О. Фамилия)

РАССМОТРЕНА и ОДОБРЕНА на заседании кафедры, за которой закреплена практика (раздел практики)

Кафедра социальных наук и технологий

	(наименование кафедры)
16.02.2024	протокол № 4
(дата)	

Заведующий кафедрой	СОГЛАСОВАНО	К.Э. Бурнашев
		(И.О. Фамилия)

Рабочая программа СОГЛАСОВАНА с факультетом (институтом), выпускающей(ими) кафедрой(ами).

СООТВЕТСТВУЕТ действующей ОП.

Заведующий кафедрой	СОГЛАСОВАНО	К.Э. Бурнашев
		(И.О. Фамилия)

Председатель методической комиссии факультета (института), в который входит выпускающая кафедра

СОГЛАСОВАНО	В.П. Комисар
	(И.О. Фамилия)

Эксперт: Михаил Ананьевич Винокуров, главный редактор газеты "Ваш новый день"

Рабочая программа проверена и зарегистрирована в УМЦ 12.03.2024 г.

Специалист учебно-методического центра СОГЛАСОВАНО /Т.А. Смирнова/

Раздел 1. ЦЕЛИ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Целью прохождения практики является достижение планируемых результатов обучения, соответствующих установленным в ОПОП компетенциям:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
1. ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ	знания: знает отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ умения: Умеет выявлять отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ навыки: владеет навыками поиска отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ
	ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	знания: знает жанры и форматы текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем умения: умеет осуществлять подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем навыки: Владеет навыками подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
2. ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития	знания: Знает основные тенденции развития общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования умения: умеет анализировать различные аспекты функционирования общественных и государственных институтов навыки: владеет навыками анализа различных аспектов функционирования общественных и государственных институтов
	ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при со-здании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.	знания: Понимает многообразие достижений отечественной и мировой культуры умения: Умеет анализировать различные аспекты современной культуры навыки: владеет навыками анализа различных аспектов современной культуры
3. ОПК-3 Способен использовать	ОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и	знания: Понимает многообразие отечественного и мирового культурного процесса умения: Умеет анализировать различные аспекты

многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	мирового культурного процесса	отечественного и мирового культурного процесса навыки: владеет навыками анализа отечественного и мирового культурного процесса
	ОПК-3.2. Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.	знания: Понимает многообразие достижений отечественной и мировой культуры, а также средств художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов умения: Умеет анализировать различные аспекты достижений отечественной и мировой культуры, а также средств художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов навыки: владеет навыками анализа достижений отечественной и мировой культуры, а также средств художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
4. ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	знания: знает способы определения запросов и потребностей общества и отдельных аудиторных групп умения: Уметь собирать социологические данные о запросах и потребностях общества и отдельных аудиторных групп навыки: Владеть навыками соотнесения социологических данных с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп
	ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	знания: знает основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий умения: Уметь использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий навыки: Владеть навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом основных характеристик целевой аудитории
5. ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования	ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	знания: Знает политические, экономические факторы, правовые и этические нормы, регулирующие развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях умения: Умеет использовать политические, экономические факторы, правовые и этические нормы, регулирующие развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях навыки: Владеет навыками применения правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
	ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные	знания: Знает специфику коммуникационных процессов и механизмов функционирования

ия, правовых и этических норм регулирования	действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	конкретной медиакоммуникационной системы умения: Умеет использовать специфику коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы навыки: Владеет навыками анализа специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
6. УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1 Выполняет поиск необходимой для решения поставленной задачи информации, её критический анализ, обобщение и представление на основе знаний естественно-научных дисциплин и современных информационных технологий	знания: знает методы анализа задач, выделяя ее базовые составляющие умения: Уметь анализировать задачу, выделяя ее базовые составляющие навыки: владеет навыками анализа задач, выделяя ее базовые составляющие
	УК-1.2 Систематизирует обнаруженную информацию, полученную из разных источников, в соответствии с требованиями и условиями задачи	знания: знает методы определения, интерпретации и ранжирования информации, требуемой для решения поставленной задачи; умения: умеет определять, интерпретировать и ранжировать информацию, требуемую для решения поставленной задачи; навыки: Владеть навыками определения, интерпретации и ранжирования информации, требуемой для решения поставленной задачи;
	УК-1.3 Выбирает оптимальный вариант решения задачи, аргументируя свой выбор	знания: знает способы ведения поиска информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов умения: Уметь вести поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов навыки: владеет навыками ведения поиска информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов
	УК-1.4 Разрабатывает варианты решения проблемной ситуации на основе системного подхода и критического анализа доступных источников информации	знания: знает критерии, отличающие факты от мнений, интерпретаций, оценок, формирует собственные мнения и суждения, аргументирует свои выводы и точку зрения, умения: Уметь отличать факты от мнений, интерпретаций, оценок навыки: Владеть навыками формирования собственного мнения и суждений, навыками аргументации собственных точки зрения и выводов
	УК-1.5 Формулирует и аргументирует выводы и суждения, в том числе с применением философского понятийного аппарата	знания: знает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки умения: Уметь оценивать достоинства и недостатки возможных вариантов решения поставленной задачи навыки: владеет навыками решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки
7. ОПК-6 Способен	ОПК-6.1. Отбирает для осуществления	знания: знает функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и

<p>понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности</p>	<p>профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение</p>	<p>(или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью</p> <p>умения: умеет использовать 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</p> <p>навыки: Владеть навыками выполнения функционала 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</p>
	<p>ОПК-6.2. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p>	<p>знания: знает методы тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии</p> <p>умения: умеет Применять современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p> <p>навыки: владеет навыками Применения современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p>
<p>8. ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности</p>	<p>ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности</p>	<p>знания: Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности</p> <p>умения:</p> <p>навыки:</p>
	<p>ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом</p>	<p>знания: знает, как осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом</p> <p>умения: умеет осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом</p> <p>навыки: владеет навыками отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом</p>

Раздел 2. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Проведение практики осуществляется непрерывно, стационарно

Практика направлена на формирование расширенных представлений о функционировании и развитии коммуникационных структур, получение разностороннего опыта работы в коллективе или в конкретном коммуникационном проекте.

Для продолжения формирования заявленных компетенций необходимы знания: Копирайтинг: работа с рекламными текстами (ОПК-1); Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации (ОПК-2); Интегрированные коммуникации (ОПК-2); Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы (ОПК-2); Социология рекламы и связей с общественностью (ОПК-2); Мировая художественная культура и искусство (ОПК-3); Социология рекламы и связей с общественностью (ОПК-4); Теория и практика рекламы и связей с общественностью (ОПК-5); Организация и проведение коммуникационных компаний (ОПК-5); Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы (ОПК-5); Философия (УК-1); Математика (УК-1); Информационные технологии (УК-1); Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью (УК-1); Производственная практика. Профессионально-творческая практика (УК-1); Учебная практика. Профессионально-ознакомительная практика (УК-1); Основы технологического предпринимательства (УК-1); Анализ целевых аудиторий в рекламе и связях с общественностью (УК-1); Информационные технологии (ОПК-6); Цифровые коммуникации в рекламе и связях с общественностью (ОПК-6); Теория и практика рекламы и связей с общественностью (ОПК-6); Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации (ОПК-7); Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы (ОПК-7); Менеджмент в рекламе и связях с общественностью (ОПК-7); Социология рекламы и связей с общественностью (ОПК-7); Организация и проведение коммуникационных компаний (ОПК-7); Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы (ОПК-7)

Данная практика является основой для продолжения формирования указанных компетенций в: Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы (ОПК-1); Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы (ОПК-2); Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы (ОПК-3); Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы (ОПК-4); Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы (ОПК-5); Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы (УК-1); Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы (ОПК-6); Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы (ОПК-7)

Раздел 3. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

№ п/п	Виды работ	
	Контактная работа	иные формы организации образовательной деятельности
1		Работа в конкретном коммуникационном проекте. Работа по формированию расширенных представлений о функционировании и развитии коммуникационных структур, получение разностороннего опыта работы в коллективе. (420 часа)
2		Дневник практики, отчет студента, отзыв работодателя о практике студента. (6 часов)
3		Анализ необходимого технического оборудования и программного обеспечения (6 часов)
Итого		432

Раздел 4. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

4.1. Учебно-методическое обеспечение

№№ п/п	Список используемой литературы	Количество экземпляров печатных изданий, имеющихся в библиотеке, или электронный адрес издания (ресурса) в сети Интернет
УЧЕБНЫЕ, УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ И НАУЧНЫЕ ИЗДАНИЯ		
1	Торопова, Евгения Васильевна. Маркетинг отраслевых рынков [Текст] : [учебное пособие для студентов вузов по направлению подготовки 080100.68 "Экономика" (квалификация/степень "магистр")] / Е. В. Торопова, Е. В. Родионова; М-во образования и науки РФ, ФГБОУ ВПО "Поволж. гос. технол. ун-т". Йошкар-Ола: ПГТУ, 2013. - 100 с. ISBN 978-5-8158-1132-4. Экземпляры: всего 163.	163 / https://portal.volgatech.net/books/Toropova_marketing_otraslevykh_rynkov.pdf
2	Ларионов, Г. В. Маркетинг: Учебное пособие в схемах [Электронный ресурс] / Ларионов Г.В., Козленко Н.Н. Москва: Дашков и К, 2014 ISBN 978-5-394-02505-1.	http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=70539
3	Кузнецов, П. А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии [Электронный ресурс] : научное издание / П. А. Кузнецов. 2-е: Дашков и К, 2018. - 131 с. ISBN 978-5-394-02789-5.	https://e.lanbook.com/book/103778

4.2. Материально-техническая база и программное обеспечение

№№ п/п	Аудитории для проведения учебных занятий, самостоятельной работы и проведения государственной итоговой аттестации	Перечень основного оборудования	Программное обеспечение
1.	430 (I)	Телевизор Samsung 21 K3 (1), Экран на штативе 180*180см (1), Комплект учебной мебели (1)	Microsoft Windows Enterprise, Справочная правовая система "Консультант Плюс", Microsoft Office Standard, Агент Dr.Web, Комплект ГАРАНТ-Мастер, Microsoft Access, Microsoft Visio Professional, Microsoft Project Professional, Microsoft Visual Studio Enterprise, Комплект ПО для решения основных пользовательских задач

Базой для проведения практики являются предприятия и организации:

ООО "Цитрус"

ООО "РИКЦ"

ООО «Медиа Траст Йошкар-Ола»

ООО ""Технотех"

Раздел 5. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Критерии оценивания компетенций направлены на:

- качественный уровень прохождения практики;
- инициативу обучающегося, проявленную в период прохождения практики;
- умение провести защиту выполненной работы.

5.1. Текущий контроль успеваемости

В ходе прохождения практики проводится текущий контроль. В ходе текущего контроля проверяется соблюдение обучающимися правил внутреннего распорядка, качество и результаты работы, ход выполнения индивидуальных заданий по практике.

5.2. Промежуточная аттестация обучающихся

Промежуточная аттестация по результатам прохождения практики проводится в соответствии с «Положением о практике обучающихся, осваивающих образовательные программы высшего образования в ФГБОУ ВО «ПГТУ» и «Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ПГТУ».

Промежуточная аттестация позволяет определить степень достижения запланированных результатов обучения в процессе прохождения практики и проводится по фонду оценочных средств в ходе защиты отчета, содержащего аттестационный лист с компетенциями, заполненный руководителем практики.

Пример типовых контрольных вопросов

- 1 Полнота и правильность раскрытия темы
- 2 Логическое и последовательное изложение темы
- 3 Характер изложения материала
- 4 Стил ь и убедительность изложения
- 5 Умение укладываться в отведенное время
- 6 Темп речи
- 7 Использование специально подготовленных иллюстративных материалов
- 8 Уверенность и спокойствие выступающего
- 9 Грамотность, выразительность речи, дикция, жестикуляция
- 10 Общая манера поведения выступающего
- 11 Уровень обратной связи
12. Дайте характеристику организации, конкретного отдела (подразделения) и его основных функций, в которой вы проходили производственную практику.
13. Опишите направления деятельности организации, с которыми вы ознакомились в период практики
14. Проанализируйте коммуникативную политику организации
15. Опишите основные обязанности и решаемые профессиональные задачи, которые вы выполняли в период практики
16. Опишите знания и навыки, которые вы приобрели в период практики
17. Проанализируйте проблемы, с которыми вы столкнулись при выполнении заданий (если таковые имели место быть).

Раздел 6. ПЕРЕУТВЕРЖДЕНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Программа переутверждена на заседании учебно-методической комиссии _____ (назв. факультета (института)) протокол № _____ от “ _____ ” _____ 20 _____ г.	Программа переутверждена на заседании кафедры _____ (название кафедры) протокол № _____ от “ _____ ” _____ 20 _____ г.
_____ (подпись, Ф.И.О. председателя)	_____ (подпись, Ф.И.О. зав. кафедрой)

Аттестационный лист прохождения практики

(Заполненный аттестационный лист прилагается к отчету по практике)

Код и наименование компетенции	Критерии оценивания			
	не сформированы	сформированы частично	сформированы в достаточном объеме	сформированы полностью
1. ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем				
2. ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах				
3. ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов				
4. ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности				
5. ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования				
6. ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной				
7. ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности				
8. УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач				

Примечание: Укажите уровень освоения каждой компетенции, который, на Ваш взгляд, проявил обучающийся в период прохождения практики

Оценка результатов прохождения практики руководителем практики от организации, в которой проходила практика _____

Руководитель практики от организации, в которой проходила практика

(должность, Ф.И.О., подпись)

« ____ » _____ 20 ____ г.