

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**
(Финансовый университет)

**Новороссийский филиал
Кафедра «Информатика, математика и общегуманитарные науки»**

СОГЛАСОВАНО

Директор МКУ «Новороссийский
городской общественный центр»



С.Г. Новиков

2022 г.

УТВЕРЖДАЮ

Директор Новороссийского
филиала Финансового университета



Е.Н. Сейфиева

2022 г.

Рабочая программа практики

для студентов, обучающихся по направлению подготовки
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» очная форма обучения

Рекомендовано Ученым советом Новороссийского филиала Финансового университета
при Правительстве РФ протокол № 44 от 24 февраля 2022 г.

Одобрено кафедрой «Информатика, математика и общегуманитарные науки» протокол
№ 6 от 27 января 2022 г.

Новороссийск 2022

Содержание

1. Вид практики, форма и способы ее проведения.....	5
2. Цели и задачи практики	6
3. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО	7
4. Место практики в структуре ОП ВО	9
5. Объем практики в зачетных единицах и ее продолжительность в неделях	10
6. Содержание практики	10
7. Формы итоговой отчетности по практике	11
8. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике	15
9. Перечень учебной литературы и ресурсов сети «Интернет» необходимых для проведения практики.....	26
10. Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем...	29
11. Описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики	30
Приложение 1. Образец гарантийного письма	32
Приложение 2. Образец титульного листа отчета по практике	33
Приложение 3. Структура письменного отчета по практике	34
Приложение 4. График прохождения практики	35
Приложение 5. Дневник практики студента	36

1. Вид практики, форма и способы ее проведения

Производственная, в том числе преддипломная практика.

Способ проведения практики может быть, как стационарный, так и выездной.

Типы практики: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, научно-исследовательская работа.

Основной формой проведения данного вида практики является самостоятельная работа студента под контролем руководителя практики.

Производственная, в том числе преддипломная практика является обязательным разделом образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Она ориентирована на профессионально-практическую подготовку обучающихся, на закрепление и расширение тех знаний, которые были приобретены в процессе изучения теоретических курсов и способствует формированию общекультурных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО 3+. Производственная, в том числе преддипломная практика, как часть образовательной программы, является завершающим этапом обучения.

Производственная практика проводится, как правило, в организациях на основе соглашений (договоров) между Финуниверситетом и соответствующими организациями. С целью выбора базы практики из числа организаций, предлагаемых Финуниверситетом, студент обязан не позднее, чем за два месяца до начала практики подать в департамент письменное заявление о предоставлении ему места для прохождения практики. Способ проведения практики может быть, как стационарный, так и выездной.

Производственная, в том числе преддипломная практика может проводиться и в структурных подразделениях организации.

Преддипломная практика проводится для выполнения выпускной квалификационной работы и является обязательной.

2. Цели и задачи практики

Производственная, в том числе преддипломная практика проводится в целях получения профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью: систематизация,

обобщение и углубление теоретических знаний, формирование практических умений, общепрофессиональных компетенций, а также профессиональных компетенций на основе изучения различных организационно-правовых форм в которых обучающиеся проходят практику, проверка готовности обучающихся к самостоятельной трудовой деятельности в качестве специалиста в области рекламы и связей с общественностью, а также сбор материалов для выполнения выпускной квалификационной работы.

Производственная, в том числе преддипломная практика направлена на реализацию следующих задач:

- получение опыта практической реализации в области рекламы и связей с общественностью профессиональных компетенций, и умений;
- применение новых знаний, приобретенных в процессе обучения, в профессиональной деятельности PR-специалиста;
- приобретение практических навыков самостоятельной научно-исследовательской работы, самоанализа и самооценки результатов собственной научной деятельности;
- формирование и развитие профессиональных навыков работы в составе производственного и научного коллективов;
- формирование и развитие компонентов профессиональной исследовательской культуры, подготовка к написанию и защите выпускной квалификационной работы.
- овладение профессиональными навыками работы специалиста в области рекламы и связей с общественностью и решение практических задач;
- совершенствование навыков коллективной работы, продуктивного взаимодействия с другими группами (подразделениями), формирование коллективной ответственности и дисциплины, готовности к взаимозаменяемости и поддержке;
- получение и закрепление навыков работы с научными трудами, нормативными правовыми актами, методическими рекомендациями, регулирующими управление коммуникациями в российском обществе;

- развитие представлений о деятельности современного специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью;
- развитие эмоциональной устойчивости к различным условиям работы;
- сбор, систематизация, обобщение материала для выполнения выпускной квалификационной работы.

3. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО

Структура планируемых результатов обучения по дисциплине

ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или)коммуникационных продуктов		
Знания	Умения	Владения
типологии, цели, задач и структуры коммуникационных компаний; форм стратегического и тактического планирования, методов и средств осуществления коммуникационных мероприятий, стратегии и тактики информационного сопровождения, принципов и технологий формирования информационных потоков	под управлением разрабатывать тактический план на основе предложенной стратегии, выстраивать взаимоотношения со СМИ, осуществлять информационное сопровождение проектов, формировать и контролировать информационные потоки.	навыками составления основных видов тактических планов, аналитических отчетов и обзоров и прогнозов, создания эффективной коммуникационной структуры организации, обеспечения внешней и внутренней коммуникации организации; реализации коммуникационных мероприятий
ПКП-3 способность разрабатывать и реализовывать коммуникационные проекты		
Знания	Умения	Владения

Понятий информация, ин-формационное общество, информационная безопас-ность, государственная тайна	Соблюдать основные тре-бования, предъявляемые к коммуникации с точки зрения ценности информации и соблюдения информаци-онной безопасности	Навыками определять ценность информации как товара для разного рода информационных носителей, наличие в информации сведений, представляющих угрозу для государственной безопасности
УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке (ах)		
Знания	Умения	Владения
основных принципов и подходов к организации PR-отдела в зависимости от целей и задач предприятия; основ тайм-менеджмента; основных элементов УП-системы (планирование потребностей организации, обеспечение кадрового состава, развитие персонала, оплата труда и стимулирование, оценка, коммуникация, информация по персоналу)	разрабатывать структуру PR-отдела; составлять до-кументы, регламентирующие деятельность PR- отдела, планировать собственное время для эффективного управления.	навыками организации, опе-ративного планирования и бюджетирования PR-отдела

4. Место практики в структуре образовательной программы

Производственная, в том числе преддипломная практика является обязательным для прохождения студентом видом деятельности, согласно Федеральному государственному образовательному стандарту высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с обще-ственностью и входит в Блок 2.Практики.

Студенты, обучающиеся по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, проходят производственную, в том числе преддипломную практику на 4 курсе в соответствии с учебным планом и графиком учебного процесса.

Производственная, в том числе преддипломная практика является

важнейшей составной частью учебного процесса и, в соответствии с образовательной программой, обеспечивает системно-деятельностный подход в подготовке бакалавров и является видом учебных занятий, ориентированных на профессионально-практическую подготовку студентов.

Производственная, в том числе преддипломная практика базируется на освоении дисциплин базовой и вариативной частей ОП подготовки бакалавров по данному направлению, направленных на углубление знаний, умений и навыков для успешной работы по избранному виду профессиональной деятельности.

5. Объем практики в зачетных единицах и ее продолжительность в неделях

Объем производственной, в том числе преддипломной практики и сроки ее проведения определяются учебным планом ОП по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Общая трудоёмкость производственной, в том числе преддипломной практики 27 зачётных единиц, что составляет 972 часа (18 недель). Вид промежуточной часов аттестации - зачет в 8 семестре.

6. Содержание практики

Содержание практики предусматривает участие студента- практиканта в профессиональной деятельности организации (предприятия), осуществляющего деятельность информационно-коммуникативного характера - месте прохождения практики, изучение применяемых форм и методов работы, а также выполнение индивидуального задания.

Виды деятельности	Виды работ	Количество часов (недель)
I этап (ознакомительная)	а) знакомство с местом прохождения	20

практика) - получение первичной информации об организации - месте практики	практики с целью изучения выполняемых функций определенного структурного подразделения (места практики) организации, организацией и планированием его работы.	
	б) планирование процесса прохождения практики, включая составление плана данного вида практики и утверждение графика практики	30
	в) знакомство с формами, методами и технологиями информационно коммуникативного обеспечения деятельности, применяемыми в данной организации (структурном подразделении)	50
II этап (методическая практика) - направлен на углубленное изучение применяемых форм, методов и технологий производственной, в том числе преддипломной практики.	Студент-практикант, по заданию руководителя практики, работает с результатами уже выполненных организацией работ по управлению коммуникациями, изучает конкретные аспекты разработки рекламных PR-компаний, изучает формы и информационно-коммуникативные технологии PR-деятельности, технологии взаимодействия с заказчиком и др.	472
III этап (исследовательская практика) - включает непосредственное участие практиканта в работе организации (подразделения) - места практики: выполнение под руководством руководителя практики индивидуального задания.	На данном этапе практикант самостоятельно проводит конкретные мероприятия по PR-обеспечению деятельности организации, компании (месте прохождения практики).	300
IV этап (аналитический) включает мероприятия по подготовке практиканта к аттестации по практике	студент анализирует и систематизирует собранный в процессе практики материал, собирает отзывы о своей деятельности, подготавливает отчет о практике, готовится к аттестации.	100
Итого		972 часа (18 нед.)

7. Формы итоговой отчетности по практике

По итогам практики проводится аттестация в форме защиты отчета о практике с учетом отзыва руководителя производственной, в том числе преддипломной практики (зачет с оценкой).

Аттестацию проводит руководитель практики от Департамента политологии Финансового университета.

К аттестации допускается студент, прошедший практику, ведущий соответствующую документацию (дневник практики), имеющий отчет со всеми отметками о выполнении плана-графика практики.

Прохождение всех этапов практики (выполнение всех видов работ) является обязательным.

Студент обязан сдать руководителю практики следующие документы:

- письменный аналитический отчет по установленной форме с подписью руководителя практики от департамента, подписью руководителя от организации и печатью от организации;

- дневник прохождения практики с подписью руководителя практики от департамента, подписью руководителя от организации и печатью от организации;

- отзыв руководителя практики от организации с подписью и печатью организации.

Руководитель практики (в составе комиссии) оценивает результаты практики по 100-балльной системе, принимая во внимание качество отчета, отзыв руководителя практики от организации и устные ответы студента на вопросы.

Студенты, не выполнившие программу практики без уважительной причины или получившие по ее итогам неудовлетворительную оценку (ниже 50 балла), подлежат отчислению в установленном порядке из Финансового университета, как имеющие академическую задолженность.

Аналитический отчет по практике представляет собой записку объемом до 25 страниц машинописного текста (в этот объем не входят необходимые иллюстративные, графические, табличные и иные материалы).

Составными частями работы над отчетом являются:

- формализация теоретических изысканий и проектных разработок, проведенных во время практики;

- подготовка графических материалов отчета;

- подготовка иллюстративных (демонстрационных) материалов, необходимых для защиты отчета.

Текст печатается с одной стороны листа стандартного формата (210x297 мм), интервал 1,5, размер шрифта 14, нумеруется, делаются ссылки в тексте на формулы и на литературные и иные источники.

Аналитический отчет должен состоять из следующих разделов: •введения;

- характеристики разработок и исследований, выполненных при участии студента в ходе практики;

- перечня материалов и данных, собранных в ходе практики для написания отчета;

- заключения;

- приложений к отчету (при необходимости).

Во введении приводится (кратко) общая характеристика места практики, называется подразделение, где непосредственно работал студент.

При описании разработок и исследований, выполненных при участии студента, следует особо оговорить личный вклад практиканта. Перечень материалов и данных, собранных студентом в ходе практики, включает: фактографическую информацию, чертежи, схемы, проектные разработки, список проработанной литературы и т.п.

В заключении анализируется проведенная исследовательская работа, новые знания, умения, компетенции, приобретенные во время прохождения практики.

Приложения включают таблицы, чертежи, схемы и так далее, которые студент не включил в текст отчета.

Дополнительные требования к оформлению отчета:

- отчет должен быть написан грамотно, в соответствии с нормами русского языка;

- недопустимо использование заимствованных текстов, формул и т.п. без ссылки на источник, из которого они заимствуются;

- доля заимствованных текстов в работе должна быть незначительной, а основная часть материала должна представлять собой оригинальный авторский текст;
- текст отчета должен быть четким и лаконичным, не следует стремиться «набирать» объем работы любой ценой.

Места проведения практики

Правительство Российской Федерации.

Министерство финансов Российской Федерации.

Министерство экономического развития Российской Федерации.

Федеральная антимонопольная служба.

Федеральное казначейство.

Федеральная налоговая служба и другие структуры законодательной и исполнительной власти федерального и муниципального уровней.

Государственные корпорации.

Российская ассоциация политической науки.

Институт мировой экономики и международных отношений.

Российский институт стратегических исследований.

Институт проблем рынка РАН.

Институт проблем глобализации

Российский совет по международным делам.

Фонд эффективной политики.

Центр политической конъюнктуры России.

Фонд национальной энергетической безопасности.

Фонд поддержки публичной дипломатии им. А.М. Горчакова.

Агентство стратегических инициатив.

ФГБУ Российский центр гражданского и патриотического воспитания детей и молодежи («Роспатриотцентр»).

Ассоциация предпринимателей по развитию бизнес-патриотизма «Аванти».

Информационно-аналитическое агентство «Новое Время».

В случае прохождения производственной, в том числе преддипломной практики в Департаменте политологии Финансового университета, студент-практикант, по согласованию с руководителем практики, принимает участие в повседневной жизнедеятельности Департамента: проведении всех видов учебных занятий, методической работе, в фундаментальных и прикладных исследованиях, в решении текущих задач, что отражается в заданиях второго и третьего этапов практики.

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

8.1. Перечень компетенций, с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины содержится в разделе 2. Перечень планируемых результатов обучения по практике, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

8.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Оценка уровня сформированности компетенции

ОПК-5 Умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия

<i>Показатели оценивания</i>	<i>Критерии оценивания компетенций</i>	<i>Шкала оценивания</i>
<p>Знать: типологию, цели, задачи и структуру коммуникационных компаний; формы стратегического и тактического планирования, методы и средства осуществления коммуникационных мероприятий, стратегии и тактики информационного сопровождения, принципы и технологии формирования информационных потоков.</p>	<p>Знать основные инструменты анализа, планирования и реализации коммуникационных кампаний Уметь подготавливать информацию для составления медиаплана. Владеть некоторыми навыками медиапланирования.</p>	<p>Пороговый уровень</p>
<p>Уметь: под управлением разрабатывать тактический план на основе предложенной взаимоотношения со СМИ, осуществлять информационное сопровождение проектов, формировать и контролировать информационные потоки.</p>	<p>Знать особенности проведения различных типов коммуникационных компаний. Уметь описывать коммуникативную ситуацию и разрабатывать отдельные коммуникативные акции. Владеть навыками анализа, планирования и прогнозирования коммуникационных компаний.</p>	<p>Продвинутый уровень</p>
<p>Владеть: навыками составления основных видов тактических планов, аналитических отчетов и обзоров и прогнозов, создания эффективной коммуникационной структуры организации, обеспечения внешней и внутренней коммуникации организации; реализации коммуникационных мероприятий</p>	<p>Знать технологии разработки стратегий и интеграции рекламных, маркетинговых и PR-коммуникаций для формирования капитала организации, бренда в конкурентной среде. Уметь составлять медиаплан с учетом стратегических целей коммуникационной кампании. Владеть навыками подготовки и реализации коммуникационных кампаний, включая медиапланирование.</p>	<p>Высокий уровень</p>

ОПК-6 Способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности

<i>Показатели оценивания</i>	<i>Критерии оценивания компетенций</i>	<i>Шкала оценивания</i>
<p>Знать: Понятия информация, информационное общество, информационная безопасность, государственная тайна</p> <p>Уметь: Соблюдать основные требования, предъявляемые к коммуникаций с точки зрения ценности информации и соблюдения информационной безопасности</p>	<p>Знать в общих чертах сущность информационных процессов и процессов обмена информацией.</p> <p>Уметь самостоятельно определять основные требования, предъявляемые к информации для разных медиаканалов.</p> <p>Владеть навыками анализа информации с точки зрения ее релевантности, ценности, безопасности для общества</p>	Пороговый уровень
<p>Владеть: Навыками определять ценность информации как товара для разного рода информационных носителей, наличие в информации сведений, представляющих угрозу для государственной безопасности</p>	<p>Знать сущность информационных процессов и процессов обмена информацией в контексте медиапрактики.</p> <p>Уметь самостоятельно определять основные требования, предъявляемые к информации для разных медиаканалов и создавать собственные информационные тексты.</p> <p>Владеть навыками анализа информации с точки зрения ее релевантности, ценности, безопасности для общества и классифицировать информацию</p>	Продвинутый уровень
	<p>Знать сущность информационных процессов и процессов обмена информацией в контексте медиапрактики и связанной с ней актуальной повестки дня.</p> <p>Уметь самостоятельно создавать и анализировать большие объемы информации по ключевым словам и тегам в медиаполе.</p> <p>Владеть навыками анализа информации с точки зрения ее релевантности, ценности, безопасности для общества и классифицировать</p>	Высокий уровень

ПК-2 Владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы

Показатели оценивания	Критерии оценивания компетенций	Шкала оценивания
<p>Знать: основные принципы и подходы к организации PR-отдела в зависимости от целей и задач предприятия; основные элементы УП-системы (планирование потребностей организации, обеспечение кадрового состава, развитие персонала, оплата труда и стимулирование, оценка, коммуникация, информация по персоналу)</p> <p>Уметь: разрабатывать структуру PR-отдела; составлять документы, регламентирующие деятельность PR-отдела, планировать соб</p>	<p>Знать основные принципы, методы, технологии анализа производственно-хозяйственной и финансовой деятельности организации</p> <p>Уметь ориентироваться в современной документации и выстраивать план проектной документации.</p> <p>Владеть правовыми и этическими нормами при составлении проектной документации.</p>	<p>Пороговый уровень</p>
<p>ственное время для эффективного управления.</p> <p>Владеть: навыками организации, оперативного планирования и бюджетирования PR-отдела.</p>	<p>Знать технологические приемы и особенности отечественного бизнес-планирования; - типы проектной документации, их жанровые, композиционные и стилистические особенности; основные требования составления проектной документации.</p> <p>Уметь анализировать рыночные изменения, события, делать выводы и разрабатывать стратегические планы</p> <p>Владеть навыками количественного и качественного анализа для принятия управленческих решений; методикой построения организационно-управленческих моделей; информационными технологиями для прогнозирования и управления бизнес-процессами.</p>	<p>Продвинутый уровень</p>
	<p>Знать основы стратегического планирования; принципы, методы и технологии создания бизнес-планов; правила формирования и своевременного представления полной и достоверной финансовой информации о деятельности организации, ее имущественном положении, доходах и расходах.</p> <p>Уметь проводить количественное прогнозирование и моделирование управления бизнес-процессами; производить расчеты на основании типовых методик и существующей нормативно-правовой базы.</p> <p>Владеть навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) на основе маркетинговых исследований и оценки внутренних ресурсов организации для эффективного управления бизнес-проектами.</p>	<p>Высокий уровень</p>

ПК-5 способность реализовать проекты и владение методами их реализации

Показатели оценивания	Критерии оценивания компетенций	Шкала оценивания
Знать: принципы организации проектных команд и подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, бриф на креатив, соглашение, договор, контракт) на основе маркетинговых исследований и оценки внутренних ресурсов организации для эффективного управления бизнес-проектами; принципы, средства и методы информационного сопровождения проектов.	Знать принципы, методы, технологии анализа производственно-хозяйственной и финансовой деятельности организации. Уметь анализировать рыночные изменения, события, делать выводы и разрабатывать стратегические планы. Владеть навыками работы в проектной команде.	Пороговый уровень
Уметь: управлять процессами, малыми группами, формировать корпоративную культуру в коллективе, формировать социальную ответственность в коллективе; оперативно принимать организационно управленческие решения, в том числе в кризисных ситуациях.	Знать основы стратегического планирования; принципы, методы и технологии создания бизнес-планов. Уметь анализировать результаты расчетов и обосновывать полученные выводы. Владеть навыками количественного и качественного анализа для принятия управленческих решений	Продвинутый уровень
Владеть: навыками эффективного управления проектами	Знать правила формирования и своевременного представления полной и достоверной информации о деятельности организации, ее имущественном положении, доходах и расходах. Уметь проводить количественное прогнозирование и моделирование управления бизнес-процессами; производить расчеты на основании типовых методик и существующей нормативно-правовой базы. Владеть навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) на основе маркетинговых исследований и оценки внутренних ресурсов организации для эффективного управления бизнес-проектами.	Высокий уровень

ПК-13 Способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия

<i>Показатели оценивания</i>	<i>Критерии оценивания компетенций</i>	<i>Шкала оценивания</i>
Знать: типологию, цели, задачи и структуру рекламных компаний; форм стратегического и тактического планирования, методов и средств осуществления рекламных мероприятий, стратегии и тактики информационного сопровождения, принципов и технологий формирования информационных потоков Уметь: разрабатывать тактический план рекламной компании на основе предложенной стратегии, выстраивать взаимоотношения со СМИ, осуществлять информационное сопровождение рекламных проектов, формировать и контролировать информационные потоки. Владеть: навыками разработки планов рекламных компаний и мероприятий, составления аналитических отчетов, обзоров и прогнозов, обеспечения реализации рекламных компаний и мероприятий	Знать основные инструменты анализа, планирования и реализации коммуникационных кампаний Уметь подготавливать информацию для составления медиаплана. Владеть некоторыми навыками медиапланирования. Знать особенности проведения различных типов коммуникационных компаний. Уметь описывать коммуникативную ситуацию и разрабатывать отдельные коммуникативные акции. Владеть навыками анализа, планирования и прогнозирования коммуникационных компаний. Знать технологии разработки стратегий и интеграции рекламных, маркетинговых и PR-коммуникаций для формирования капитала организации, бренда в конкурентной среде. Уметь составлять медиаплан с учетом стратегических целей коммуникационной кампании. Владеть навыками подготовки и реализации коммуникационных кампаний, включая медиапланирование.	Пороговый уровень Продвинутый уровень Высокий уровень

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

<i>Показатели оценивания</i>	<i>Критерии оценивания Компетенций</i>	<i>Шкала оценивания</i>
------------------------------	--	-------------------------

<p>Знать: специфику работы в условиях мультимедийной среды принципы создания, редактирования, реферирования, систематизирования и трансформации рекламной продукции для разных медийных форматов.</p> <p>Уметь: осуществлять профессиональные функции в области выпуска, производства и распространения рекламной продукции на различных рекламных носителях, в том числе в медиасфере</p> <p>Владеть: способностью создавать и подготавливать к выпуску различные материалы в рамках современных средств рекламы в разных знаковых системах (вербальной, аудио-, видео-, графика, анимация)</p>	<p>Знать особенности традиционной и мультимедийной сред, требования законов, касающихся профессиональной деятельности и использования информации разного рода.</p> <p>Уметь самостоятельно создавать тексты под разные коммуникационные задачи.</p> <p>Владеть навыками подготовки рекламных текстов и анализа информационных потребностей целевых аудиторий организации.</p>	<p>Пороговый уровень</p>
<p>Уметь: осуществлять профессиональные функции в области выпуска, производства и распространения рекламной продукции на различных рекламных носителях, в том числе в медиасфере</p> <p>Владеть: способностью создавать и подготавливать к выпуску различные материалы в рамках современных средств рекламы в разных знаковых системах (вербальной, аудио-, видео-, графика, анимация)</p>	<p>Знать требования законов, касающихся профессиональной деятельности и ведущие отличия и требования к рекламной и другой коммуникации в различных коммуникативных средах, особенности мультимедийного контента.</p> <p>Уметь самостоятельно производить рекламный контент, редактировать его и подготавливать к выпуску для различных рекламных носителей.</p> <p>Владеть навыками анализа особенностей рекламных носителей с точки зрения их эффективности для решения различных рекламных задач, создавать и трансформировать рекламные тексты для различных средств рекламы.</p>	<p>Продвинутый уровень</p>
<p>Уметь: осуществлять профессиональные функции в области выпуска, производства и распространения рекламной продукции на различных рекламных носителях, в том числе в медиасфере</p> <p>Владеть: способностью создавать и подготавливать к выпуску различные материалы в рамках современных средств рекламы в разных знаковых системах (вербальной, аудио-, видео-, графика, анимация)</p>	<p>Знать способы презентации рекламы и пути повышения ее эффективности в различных средах коммуникации, в том числе мультимедийной, знание юридических и психологических законов функционирования рекламной информации.</p> <p>Уметь определять коммуникационные задачи рекламы, ее культурологические аспекты и самостоятельно создавать тексты для их решения.</p> <p>Владеть комплексной программой поэтапного создания и адаптации к различным информационным носителям рекламных продуктов собственного производства.</p>	<p>Высокий уровень</p>

8.3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки владений, умений, знаний, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе прохождения производственной, в том числе преддипломной практики

Проблемные вопросы для для оценки умений и владений

1. Охарактеризуйте деятельность соответствующей организации - места

прохождения практики.

2. Какого рода обязанности выполнялись в ходе практики?
3. Основное содержание должностных инструкций.
4. Проанализируйте особенности выполнения порученных заданий.
5. Каковы возможности и ограничения профессиональной деятельности специалиста по рекламе и PR при исполнении данной должности.
6. В чем состоит специфика применения полученных теоретических знаний в практической деятельности?
7. Какие трудности возникали в процессе прохождения практики?
8. В чем специфика ведения документации по исполняемой в процессе практики деятельности?
9. В чем специфика организации взаимодействия с сотрудниками рекламных, маркетинговых и PR-подразделений в интересах управления коммуникациями на месте прохождения практики?
10. Как организованы конкретные виды работы в управлении/отделе организации - месте прохождения практики.
11. Какого рода навыки необходимы для нормального функционирования в процессе коммуникации с сотрудниками места прохождения практики?
12. Как вы оцениваете варианты проведения мероприятий по рекламе и связям с общественностью, реализуемых маркетинговыми и PR-компаниями - местами прохождения практики.
13. Каковы особенности выполнения нормативных правил, этических кодексов и профессиональных стандартов поведения и реализации их в практической коммуникативной деятельности?
14. Раскройте навыки принятия квалифицированных решений в сфере управленческих коммуникаций на основе профессиональных стандартов.
15. Оцените достоинства и недостатки вариантов проведения мероприятий по рекламе и связям с общественностью, реализуемых маркетинговыми и PR-компаниями - местами прохождения практики.
16. Какие знания и навыки, необходимые для написания ВКР удалось

получить в ходе прохождения практики?

17. Каким образом приложима тема ВКР для прикладной деятельности в ходе прохождения практики?

18. Охарактеризуйте результаты, полученные в ВКР применительно к исполнению конкретных обязанностей в ходе прохождения практики.

19. Какие дополнения в ВКР следует внести по итогам прохождения практики?

20. Какие владения на ваш взгляд необходимы для начала самостоятельной производственной деятельности в соответствии с полученной профессией специалиста по рекламе и связям с общественностью?

**8.4. Методические материалы, определяющие процедуры
оценивания знаний, умений и навыков, характеризующих этапы
формирования компетенций**

**Методические указания для обучающихся
по прохождению практики**

В ходе всего срока прохождения практики студент обязан:

- посещать в обязательном порядке место прохождения практики и выполнять в установленные сроки все виды заданий, предусмотренные программой практики, систематически и глубоко овладевать навыками научно-исследовательской работы;

- добросовестно исполнять возложенные на него обязанности и поручения руководителя практики от организации - места прохождения практики;

- при исполнении своих обязанностей не нарушать должностные инструкции и правила внутреннего трудового распорядка организации - места прохождения практики.

- постоянно согласовывать свой процесс научно-исследовательской деятельности с руководителем практики;

- регулярно вести дневник практики;

- при неявке на практику (или часть практики) студент обязан поставить

об этом в известность руководителя практики и деканат факультета в день или на следующий день неявки любым доступным способом о невозможности её прохождения, а в первый день явки в университет представить данные о причине пропуска практики (или части практики);

- в случае болезни студент представляет в деканат факультета справку установленного образца соответствующего лечебного учреждения, заверенную поликлиникой.

В ходе непосредственного исполнения порученных обязанностей на практике студенту следует:

- ознакомиться с деятельностью соответствующей организации (органа государственной власти, органа местного самоуправления, государственной корпорации) и дать общую политическую оценку их финансовоэкономического состояния;

- оперативно и качественно составлять и оформлять документацию по входящим в круг его обязанностей вопросам;

- добросовестно исполнять возложенные на него обязанности и поручения руководителя практики от организации - места прохождения практики;

- при исполнении своих обязанностей не нарушать должностные инструкции и правила внутреннего трудового распорядка организации - места прохождения практики;

- при обнаружении проблемных вопросов в деятельности организации проводить анализ путей их решения и вносить на рассмотрение руководителя предложения по их устранению;

- изучить конкретные виды работы в управлении/отделе организации - месте прохождения практики.

Оценивание студента на зачете по практике

Требования к результатам освоения дисциплины	Оценка или зачет
---	-------------------------

<p>уверенное знание основных подходов и моделей коммуникации;</p> <p>владение методологией анализа деятельности в современных связях с общественностью;</p> <p>правильное и точное оформление отчета о практике;</p> <p>грамотное без существенных неточностей характеристика практической деятельности и ответы на вопросы.</p>	<p><i>отлично (зачтено)</i> <i>высокий уровень</i></p>
<p>твердые знания программного материала, правильное применение теоретических положений при решении практических вопросов, связанных с функционированием студента на соответствующем рабочем месте;</p> <p>оформление отчета о практике с некоторыми неточностями.</p>	<p><i>хорошо (зачтено)</i> <i>продвинутый уровень</i></p>
<p>при характеристике практической деятельности допускаются ошибки, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности;</p> <p>отчет о практике имеет существенные замечания, некоторые его разделы не оформлены;</p> <p>методика анализа практической деятельности в интересах организации связей с общественностью в целом усвоена;</p> <p>при выполнении практических заданий допускаются незначительные ошибки</p>	<p><i>удовлетворительно (зачтено) пороговый уровень</i></p>

при характеристике практической деятельности существенные ошибки; отчет о практике не оформлен;	<i>неудовлетворительно (не зачтено)</i>
не усвоена методика практической деятельности в интересах организации связей с общественностью;	
практические задания выполняются с большими затруднениями.	

9. Перечень учебной литературы и ресурсов сети «Интернет»,

необходимых для проведения практики

Нормативно-правовые акты и иное законодательство,

судебная практика

1. Об образовании в Российской Федерации: Федеральный закон от 29.12. 2012 г. № 273-ФЗ // Российская газета. - 31 декабря 2012.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 г. № 14-ФЗ (в ред. от 30 сентября 2013 г. № 260-ФЗ, с изм. и доп.).
3. Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 25 марта 2003г. № 1154 «Об утверждении Положения о порядке проведения практики студентов образовательных учреждений высшего профессионального образования».
4. Устав Финансового университета.
5. Приказ ректора Финансового университета от 17 мая 2011 г. № 229-2/0 «Об утверждении Положения о порядке проведения практики студентов Финансового университета».
6. Другие нормативные акты, регулирующие вопросы прохождения практики студентами.

Основная литература

7. Чумиков А.Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов: Учебник / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров - М.: Инфра-М, 2013, 2014 - 329 с.- < ЭБС Znanium >
8. Шарков Ф. И. Коммуникология: коммуникационный консалтинг [Электронный ресурс]: Учебное пособие. - Москва: Издательско-торговая

корпорация "Дашков и К", 2011 - 408 с. - Режим доступа: [http:// Znaniium. com](http://Znaniium.com).

Дополнительная литература

9. Баранов, Д. Е. PR: теория и практика [Электронный ресурс]: учебник / Д. Е. Баранов, Е. В. Демко, М. А. Лукашенко и др.; под ред. М. А. Лукашенко. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Синергия, 2013. - 352 с. - Режим доступа: [http:// Znaniium. com](http://Znaniium.com).

10. Варакута С.А. Связи с общественностью [Электронный ресурс]: Учебное пособие / С.А. Варакута.- Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2013 - 207 с. - Режим доступа: [http:// Znaniium. com](http://Znaniium.com).

11. Гундарин М. В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-рилейшнз [Электронный ресурс]: Учебное пособие /Гундарин М. В., 2-е изд., испр. и доп.- Москва: Издательство "ФОРУМ", 2015 - 312 с. - Режим доступа: [http:// Znaniium. com](http://Znaniium.com).

12. Карпова С.В. Брендинг: Учебник и практикум для прикладного бакалавриата / С.В. Карпова, И.К. Захаренко; Финуниверситет ; под общ. ред. С.В. Карповой - М.: Юрайт, 2014, 2015, 2017 - 439 с. < ЭБС Юрайт >

13. Киселёв А. Г. Теория и практика массовой информации: обще- ство- СМИ-власть [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью» / А. Г. Киселёв. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - Режим доступа: [http:// ЭБС Университетская библиотека ONLINE](http://ЭБС Университетская библиотека ONLINE)

14. Марков А. А. Теория и практика массовой информации [Электронный ресурс]: Учебник/А.А. Марков, О.И. Молчанова, Н.В. Полякова. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2016 - 252 с. - Режим доступа: [http:// Znaniium. com](http://Znaniium.com).

15. Маслова В.М. Управление персоналом: Учебник и практикум для академического бакалавриата / В.М. Маслова; Финуниверситет - М.: Юрайт, 2014, 2015 - 492 с. < ЭБС Юрайт >

16. Синяева И.М. Реклама и связи с общественностью: Учебник для бакалавров / И.М. Синяева, О.Н. Романенкова, Д.А. Жильцов; Финунивер- ситет - М.: Юрайт, 2013, 2014, 2017 - 552 с.- < ЭБС Юрайт >

17. Шатилов А.Б. GR для эффективного бизнеса / А.Б. Шатилов, А.С. Никитин - М.: Форум, 2011 - 143 с.- < ЭБС Znanium >

Статистические ресурсы:

1. Российский статистический ежегодник. Москва. Федеральная служба государственной статистики (Росстат).

2. Труд и занятость в России. Статистический сборник. Москва. Федеральная Служба Государственной Статистики (Росстат).

3. Демографический ежегодник России. Статистический сборник. Москва. Федеральная Служба Государственной Статистики (Росстат).

4. Экономическая активность населения России. Статистический сборник. Москва. Федеральная Служба Государственной Статистики (Росстат).

5. Обследование населения по проблемам занятости. Статистический бюллетень. Москва. Федеральная Служба Государственной Статистики (Росстат).

Ресурсы сети «Интернет»

1. Электронно-библиотечная система Znanium URL: <http://www.znaniium.com>

2. Электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ» URL: <https://www.biblio-online.ru/>

3. Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ). URL: <http://elib.fa.ru/>

4. Ассоциация компаний-консультантов в области общественных связей (АКОС). URL: <http://www.akospr.ru/>

5. Российская ассоциация по связям с общественностью. ИВЕ: <http://www.raso.ru/>

6. Профессиональный PR-портал. URL: <http://www.sovetnik.ru>

7. Профессиональный PR-портал «Советник». URL: <http://www.sovetnik.ru>

8. Технологический журнал для гуманитариев «Со-общение». URL: <http://www.soob.ru>

9. Портал «Оптимальные коммуникации». URL: <http://jarki.ru/wpress/>

10. Альманах «Дискурс-Пи». URL: http://www.madipi.ru/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=7&Itemid=2

10. Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем

Информационные технологии

- сбор, хранение, систематизация и выдача учебной и научной информации;
- обработка текстовой, графической и эмпирической информации;
- подготовка, конструирование и презентация итогов исследовательской и аналитической деятельности;
- самостоятельный поиск дополнительного учебного и научного материала, с использованием поисковых систем и сайтов сети Интернет, электронных энциклопедий и баз данных;
- использование электронной почты преподавателей и обучающихся для рассылки, переписки и обсуждения возникших учебных проблем;
- совместная работа удаленных пользователей в системе «Skype»: общение в реальном режиме времени - звук, изображение, контакт.

Информационные справочные системы

В ходе реализации целей и задач практики, обучающиеся могут при необходимости использовать возможности информационно-справочных систем, электронных библиотек и архивов.

а) информационно-справочные и правовые системы:

- справочная правовая система ГАРАНТ (интернет-версия). URL:
<http://www.garant.ru/iv/>;

- Консультант Плюс. URL:
http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_160060/;

б) электронные библиотеки:

- электронный каталог Российской государственной публичной научно-технической библиотеки
библиографическая база данных, библиотечный каталог библиотеки

Финансового университета;

- деловая онлайн-библиотека. URL: <http://kommersant.org.ua/>;
- в) электронные архивы:
 - Федеральное казенное учреждение «Государственный архив Российской Федерации». URL: <http://www.statearchive.ru/index.html>;
 - Российский государственный военный архив. URL: <http://www.rusarchives.ru/federal/rgva/index.shtml>.

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

Перечень материально-технического обеспечения дисциплины:

№ п/п	Вид и наименование оборудования	Вид занятий	Краткая характеристика
1.	мультимедийные средства	практические занятия	демонстрация с ПК электронных презентаций, документов Word, видеоматериалов, слайдов
2.	учебно-наглядные пособия	практические занятия	плакаты, иллюстрационный и раздаточный материал

Образец гарантийного письма

Руководителю Департамента политологии
Финансового университета при
Правительстве Российской Федерации

Уважаемый _____ !

Доводим до Вашего сведения, что студенту(ке) факультета «Социология и политология» _____ (указывается фамилия, имя, отчество студента(ки), его (ее) группа) будет предоставлена возможность пройти с _____ по _____ 20__ г. (указывается период прохождения практики в соответствии с приказом) практику в (указывается полное наименование организации) в соответствии с программой производственной, в том числе преддипломной практики. Все необходимые материалы для выполнения программы практики, написания отчета будут предоставлены.

Руководитель

(организации, или структурного подразделения организации, имеющий право подписи)
(подпись, дата, печать)

**Федеральное государственное образовательное учреждение
высшего образования
«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Москва 2017

Департамент политологии

**ОТЧЕТ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ, В ТОМ ЧИСЛЕ
ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКЕ**

на базе _____

(наименование организации, реквизиты которой указываются в отчете, должно соответствовать наименованию организации, указанной в Приказе о распределении студентов на базы практики)

Студент

(группа, фамилия, инициалы)

(подпись, дата) Руководитель

практики от

Департамента:

(должность, Ф.И.О., подпись, дата)

Руководитель практики от (название базы

практики) (должность, Ф.И.О., подпись, дата, печать)

**СТРУКТУРА ПИСЬМЕННОГО ОТЧЁТА
по всей выполненной на производственной,
в том числе преддипломной практике работе**

Общие требования к структуре отчета. При написании отчёта студент должен придерживаться следующих требований:

четкость и логическая последовательность изложение материала;

убедительность аргументации;

краткость и точность формулировок, исключающих возможность

неоднозначного толкования;

конкретность изложения результатов работы;
обоснованность рекомендаций и предложений.
Объем - до 10 страниц.

Структура отчета. Структурными элементами отчета являются:

- титульный лист;
- введение;
- основная часть;
- заключение;
- список использованных источников;
- приложения.

Список использованных источников.

Список использованных источников - структурный элемент отчета, приводится в конце отчета, представляющий список литературы и другой документации. Список помещается на отдельном нумерованном листе (листах), а сами источники записываются и нумеруются в порядке их упоминания в тексте. Источники должны иметь последовательные номера, отделяемые от текста точкой и пробелом. Ссылки на литературные источники приводятся в тексте в порядке их перечисления по списку источников. Во избежание ошибок, следует придерживаться формы библиографических сведений об источнике из официальных печатных изданий.

Приложение.

Некоторый материал отчета допускается помещать в приложениях. Приложениями могут быть, например, графический материал, таблицы большого формата, т.д., их оформляют как продолжение работы на последующих листах. Каждое приложение должно начинаться с нового листа с указанием наверху справа страницы слова «Приложение» и его обозначения.

**График прохождения производственной,
в том числе преддипломной практики**

В _____

(название базы практики)
(группа, фамилия, инициалы студента)

Москва 2017

Приложение 1.

№	Этапы	Управление, отдел	Выполняемая должность	Срок (дни)

Студент

(группа, фамилия, инициалы)

(подпись, дата)

Руководитель практики от Департамента:

(должность, Ф.И.О., подпись, дата)

Руководитель практики от

(название базы практики)

(должность, Ф.И.О., подпись, дата, печать)

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
**«Финансовый университет при Правительстве
Российской Федерации»
(Финансовый университет)**

**ДНЕВНИК ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ,
В ТОМ ЧИСЛЕ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ СТУДЕНТА**

Студент

(фамилия, имя, отчество)

курс _____, группа _____, факультет _____

направляется в _____
(наименование организации)

I. Календарные сроки практики

По учебному плану с _____ по _____

Дата прибытия на практику _____ 20__ г.

Дата выбытия с места практики _____ 20__ г.

**II. Руководитель практики от
Финансового университета**

Департамент _____

Ученое звание _____

Фамилия _____

Имя _____ Отчество _____

III. Руководитель практики от организации

Должность _____

Фамилия _____

Имя _____ Отчество _____

Ежедневные записи студентов по практике

Дата	Описание работы, выполняемые студентом	Отметка руководителя практики от организации