

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

Уральский филиал Финуниверситета

Кафедра «Экономика, финансы и управление»

УТВЕРЖДАЮ

Директор филиала

 И.А. Кравченко

18 февраля 2025 г.

Перевозова О.В.

**Программа производственной практики:
профессионально-творческой практики**

для студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и
связи с общественностью»,
профиль «Интегрированные коммуникации»

Заочная форма обучения

*Рекомендовано Ученым советом Уральского филиала Финуниверситета
(Протокол № 20 от «18» февраля 2025 г.)*

*Одобрено кафедрой «Социально-гуманитарные и естественно-научные
дисциплины»
(Протокол № 10 от «27» мая 2025 г.)*

Челябинск, 2025

Содержание

1. Наименование вида и типов практики, способа и формы ее проведения...	5
2. Цели и задачи практики.....	5
3. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО	6
4. Место практики в структуре ОП ВО.....	8
5. Объем практики в зачетных единицах и ее продолжительности в неделях	8
6. Содержание практики.....	8
7. Формы итоговой отчетности по практике.....	9
8. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике.....	11
9. Перечень учебной литературы и ресурсов сети «Интернет» необходимых для проведения практики.....	14
10. Перечень информационных технологий, используемых при проведении учебной практики, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем.....	16
11. Описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики.....	17
Приложение 1. Рабочий график (план)	18
Приложение 2. Индивидуальное задание	19
Приложение 3. Дневник по практике	20
Приложение 4. Отчет по практике.....	22
Приложение 5. Отзыв о прохождении практики	23

1. Наименование вида и типов практики, способа и формы ее проведения

Наименование вида практики: производственная практика.

Тип практики: профессионально-творческая.

Форма проведения – непрерывно.

Способы проведения практики: стационарная, выездная.

Программа производственной профессионально-творческой практики основывается на знаниях и практических умениях, приобретённых студентами в процессе обучения, закрепляя знания и умения, приобретенные студентами в результате освоения дисциплин и вырабатывая практические навыки, способствующие комплексному формированию компетенций, необходимых для дальнейшей профессиональной деятельности обучающихся.

2. Цели и задачи практики

Целью производственной профессионально-творческой практики является систематизация, обобщение и углубление теоретических знаний и умений, приобретенных студентами при освоении основной образовательной программы, формирование первичных профессиональных умений и навыков в сфере рекламы и связей с общественностью, а также участие в работе рекламных служб и служб по связям с общественностью, закрепление и углубление теоретической подготовки, приобретение практических навыков и опыта самостоятельной профессиональной деятельности, а также приобщение к социальной среде организации для приобретения социально-личностных компетенций.

Проведение производственной профессионально-творческой практики преследует следующие задачи:

- анализ структуры и специфики работы организации в области PR и рекламных коммуникаций;
- планирование, подготовка и проведение коммуникационных кампаний и мероприятий;
- участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации;
- разработка, подготовка к выпуску, производство и распространение рекламной продукции;
- построение коммуникаций с организациями-участниками рекламного процесса;
- анализ способов формирования эффективных внутренних коммуникаций;
- подготовка проектной и сопутствующей документации;
- сбор, обработка и систематизация практического материала;
- составление и оформление материалов для экспертных заключений и отчетов.

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

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции ¹	Результаты обучения (владения ² , умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
ПKN-2	Способность разрабатывать и реализовывать коммуникационную стратегию с учетом тенденций развития общественных и государственных институтов и осуществлять эффективные, в том числе, антикризисные коммуникации	1. Разрабатывает коммуникационную стратегию на основе анализа ситуации и определения целевого образа организации	Знать: Виды коммуникационных стратегий Уметь: применять ситуационный анализ для определения целевого образа организации
		2. Реализует коммуникационную стратегию на основе годового, квартального, месячного плана мероприятий	Знать: Виды коммуникационных стратегий Уметь: реализовывать коммуникационную стратегию на основе годового, квартального, месячного плана мероприятий
ПKN-4	Способность использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания коммуникационных продуктов, ориентироваться в актуальных ценностях и тенденциях развития мировой и российской медиакультуры	1. Использует опыт отечественной и мировой культуры в процессе создания коммуникационных продуктов, работает с кодами медиакультуры целевых аудиторий	Знать: опыт отечественной и мировой культуры в процессе создания коммуникационных продуктов Уметь: работать с кодами медиакультуры целевых аудиторий
		2. Использует этнические, конфессиональные, территориальные символы для репрезентации формы и содержания коммуникационных продуктов	Знать: этнические, конфессиональные, территориальные символы Уметь: использовать репрезентации формы и содержания коммуникационных продуктов
ПКП-4	Способность разрабатывать стратегию интегрированных коммуникаций с учетом фазы и жизненного цикла и уровнем зрелости в управлении организацией-объектом	1. Организует работу по оформлению прав на результаты коммуникационных активностей	Знать: права на результаты коммуникационных активностей Уметь: использовать права на результаты коммуникационных активностей

¹ Заполняется при реализации актуализированных ОС ВО ФУ и ФГОС ВО3++

² Владения формулируются только при реализации ОС ВО ФУ первого поколения и ФГОС ВО 3+

		2. Координирует работу по мониторингу использования третьими лицами результатов коммуникации организации-объекта	Знать: мониторинг использования третьими лицами результатов коммуникации организации-объекта Уметь: использовать мониторинг использования третьими лицами результатов коммуникации организации-объекта
		3. Осуществляет подготовку к внесудебной защите результатов коммуникации	Знать: правовые основы внесудебной защиты результатов коммуникации Уметь: использовать инструменты внесудебной защиты результатов коммуникации
ПКП-5	Способность управлять рисками коммуникационной деятельности и измерять эффекты интегрированной коммуникации	1. Планирует работу по минимизации рисков в коммуникациях организации-объекта	Знать: основные риски в коммуникациях организации-объекта Уметь: избегать риски в коммуникациях организации-объекта
		2. Осуществляет подготовку к антикризисному реагированию	Знать: основы антикризисного реагирования Уметь: использовать инструменты антикризисного реагирования в коммуникациях организации-объекта
		3. Анализирует финансовые и нефинансовые показатели системы интегрированных коммуникаций	Знать: финансовые и нефинансовые показатели системы интегрированных коммуникаций Уметь: использовать финансовые и нефинансовые показатели системы интегрированных коммуникаций

4. Место практики в структуре ОП ВО

Производственная профессионально-творческая практика входит в блок Б.2 «Практика» подпункт Б. 2.2. «Производственная практика» образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «Интегрированные коммуникации».

Производственная профессионально-творческая практика базируется на освоении дисциплин обязательной части и части, формируемой участниками образовательных отношений ОП по данному направлению, направленных на

углубление знаний, умений и навыков для успешной работы по избранному виду профессиональной деятельности.

Производственная профессионально-творческая практика является логическим продолжением курсов по дисциплинам: «Исследование рынка в сфере рекламы», «Теория и практика PR», «Исследование общественного мнения». Производственная профессионально-творческая практика необходима для оптимизации дальнейшей профессиональной и учебной деятельности бакалавров и будущей PR-деятельности выпускника в рамках государственного и муниципального управления и реального сектора бизнеса.

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

Объем производственной профессионально-творческой практики и сроки ее проведения определяются учебным планом ОП по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «Интегрированные коммуникации».

Общая трудоёмкость производственной профессионально-творческой практики 15 зачётных единиц, что составляет 540 часов, 17 недель. Вид промежуточной аттестации – зачет с оценкой в 9 семестре. Практика проводится на 5 курсе.

6. Содержание практики

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

Основным результатом производственной профессионально-творческой практики, достижение которого обеспечивает ее содержание, является формирование профессиональных умений и навыков в сфере рекламы и связей с общественностью.

Практика способствует процессу социализации личности обучающегося, переключению на новый вид деятельности, усвоению общественных норм, ценностей профессии, а также формированию персональной деловой культуры обучающихся. Обучающиеся в процессе практики выполняют следующие виды работ:

Виды деятельности	Виды работ (в форме контактной работы, в форме самостоятельной работы)	Количество часов (недель)
1 - Подготовительный этап	установочное собрание о задачах производственной практики: общий инструктаж, инструктаж по использованию форм рабочих и отчетных документов, инструктаж по технике безопасности. Организационная работа по распределению обучающихся по базам практики. Выдача обучающимся форм рабочих и отчетных документов по практике. Встреча обучающихся	40

	с руководителями практики, обсуждение и утверждение заданий практикантов.	
2 - Производственный этап	характеристика деятельности организации (основные виды деятельности организации, ее миссия; организационная структура управления; основные технико - экономические показатели деятельности организации; ресурсы организации; внутренняя и внешняя среда организации; рыночные позиции организации; имидж и деловая репутация организации); организация рекламной и PR -деятельности (организация работы подразделений, участвующих в процессе планирования, производства, реализации и контроля рекламной и PR -деятельности; коммуникационные технологии организации: используемые каналы распространения рекламы; рекламно-информационные материалы, проводимые рекламные мероприятия; информационные технологии для решения коммуникационных задач организации; анализ отражения работы организации в СМИ); совершенствование коммуникационной политики организации (коммуникационная политика организации; структура бюджета проводимых коммуникационных кампаний и мероприятий; анализ эффективности рекламной и PR-деятельности организации; рекомендации по совершенствованию коммуникационных процессов в организации); участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.	200
3- Аналитический этап	анализ полученной информации, подготовка и оформление отчета по практике, написание отчета по практике.	200
4- Заключительный этап	защита отчета по практике; итоговая конференция	80
Контактная работа		20
Итого		540 (17 нед.)

Примерный перечень основных вопросов для анализа рекламной и PR деятельности предприятия в период прохождения производственной профессионально-творческой практики:

1. Общие сведения о компании (организации): полное наименование организации, логотип, торговая марка, юридический адрес и местоположение

2. Организационно-правовая форма компании и её структура управления - Философия, миссия компании и основные черты корпоративной стратегии, бизнес-

стратегий и предпринимательской политики в области производства, исследований и разработок, маркетинга, финансов, инноваций, персонала, сбыта и др.

3. Основные продукты и (или) услуги, выпускаемые (предоставляемые) данной организацией, их краткую характеристику

4. Лояльность и число клиентов (покупателей), динамика их количественного роста или сокращения, число недовольных клиентов, жалобы и рекламации.

5. Организационные структуры рекламы и публичных отношений, распределение функций по службам

6. Планирование и контроль маркетинговой деятельности.

7. Количество и характеристика проведенных маркетинговых исследований, в том числе в области рекламы и публичных отношений (самостоятельно или по заказам).

8. Показатели рекламной и PR-политики (цели и затраты, график мероприятий).

9. Формирование имиджа компании и её товаров (услуг) Промо-акции и другие используемые методы стимулирования сбыта

10. Доля марочной продукции, узнаваемость марки. Спонсорство. Выставки, ярмарки. Эмблемы, логотипы, фирменный стиль.

11. Расходы на рекламу и связи с общественностью

12. Методы оценки эффективности рекламных мероприятий и результаты контроля

13. Образцы положений о рекламной службе и её функциях положений о деятельности, должностных инструкций сотрудников.

14. Заключение о необходимости регламентации управления в рекламной службе с учетом специфики деятельности компании.

7. Формы итоговой отчетности по практике

По итогам практики проводится аттестация в форме защиты отчета о практике с учетом отзыва руководителя учебной практики (зачет с оценкой).

Аттестацию проводит руководитель практики от кафедры.

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 кафедры, подписью руководителя от организации и печатью от организации;

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

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

- рабочий график (план);

- индивидуальное задание.

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.

Обучающимся, которые не прошли практику в установленные сроки по уважительным причинам, предоставляется возможность пройти практику в свободное от обучения время в соответствии с вновь согласованным рабочим графиком (планом) прохождения практики, включающим сроки защиты отчетов по практике.

Неудовлетворительные результаты промежуточной аттестации по практике или непрохождение промежуточной аттестации по практике при отсутствии уважительных причин признаются академической задолженностью.

Аналитический отчет по практике представляет собой записку объемом до 25-30 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.

Структура отчета:

- титульный лист с подписью руководителя практики от организации
- содержание;
- текстовая часть;
- список использованных источников;
- приложения.

Текстовая часть включает введение, разделы, которые допускается разбивать на отдельные подразделы, заключение.

В текстовой части необходимо дать:

- 1) Описание и историческая справка об организации, в которой студент осуществляет прохождение практики.
- 2) Профиль работы и основные показатели деятельности организации.
- 3) Организационная структура и процесс управления.
- 4) Характеристика основных групп общественности, в которыми взаимодействует организация.
- 5) Характеристика структур организации, занятых рекламной и PR-деятельностью.
- 6) Характеристика проводимых профильным подразделением мероприятий и применяемых технологий.

7) Оценка эффективности проводимых мероприятий и применяемых технологий.

8) Рекомендации по повышению эффективности структурных подразделений, занятых рекламной и PR-деятельностью.

Заключение – завершающая часть отчета, в которой отражаются результаты исследования, выводы, предложения и рекомендации, сделанные студентом по результатам проведенного анализа показателей деятельности предприятия (организации) или отдельного подразделения и направленные на совершенствование работы. Заключение должно быть связано с основной частью и вытекать из нее. В состав приложений могут быть включены копии первичных документов. К отчету могут прилагаться макеты документов, расчеты и таблицы, подготовленные с использованием собранных на месте практики материалов, с которыми работал студент в период практик.

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.

Рекомендуемая структура доклада. (По сути, повторяет структуру аналитического отчета)

1. Характеристика предприятия

2. Краткое описание основных подразделений предприятия (организации); описание и функции своего отдела.

3. Виды деятельности, выполняемые за период практики (цели, процедура проведения, анализ успешности)

4. Результаты практики (чему научились, каких знаний не хватало и т.д.), выводы, предложения и рекомендации.

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

8.1. Перечень компетенций с указанием индикаторов их достижения

Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения практики, содержится в разделе «3. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения при прохождении практики».

<u>Компетенция</u>	<u>Типовые (примерные) задания</u>
--------------------	------------------------------------

Способность разрабатывать и реализовывать коммуникационную стратегию с учетом тенденций развития общественных и государственных институтов и осуществлять эффективные, в том числе, антикризисные коммуникации (ПКН-2)	1. Разрабатывает коммуникационную стратегию на основе анализа ситуации и определения целевого образа организации Задание 1 Создайте проект (программу) коммуникационной стратегии для организации из любой отрасли бизнеса для продвижения ее образа и бренда в соответствии с текущей экономической ситуацией и с учетом особенностей целевой аудитории 2. Реализует коммуникационную стратегию на основе годового, квартального, месячного плана мероприятий Задание 1 Проанализируйте смету, финансовую отчетность организации и предложите коммуникационную стратегию на основе финансовых показателей. Сформируйте вариант брифа с учетом финансовых ограничений компании
Способность использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания коммуникационных продуктов, ориентироваться в актуальных ценностях и тенденциях развития мировой и российской медиакультуры (ПКН-4)	1. Использует опыт отечественной и мировой культуры в процессе создания коммуникационных продуктов, работает с кодами медиакультуры целевых аудиторий Задание 1 Используя зарубежный опыт продвижения брендов, предложите российской компании разработку коммуникационной продукта с учетом национального колорита и медиа культурной специфики. 2. Использует этнические, конфессиональные, территориальные символы для репрезентации формы и содержания коммуникационных продуктов Задание 1 Используя известные практики этно-культурных коммуникационных стратегий предложите российскому рынку новые формы и техники стратегического ребрендинга известных отечественных брендов.
Способность разрабатывать стратегию интегрированных коммуникаций с учетом фазы и жизненного цикла и уровнем зрелости в управлении организацией-объектом (ПКП-4)	1. Организует работу по оформлению прав на результаты коммуникационных активностей Задание 1 Разработайте интегрированную коммуникацию для компании, входящей на российский рынок с учетом ее жизненного цикла и возможных коммуникационных активностей. 2. Координирует работу по мониторингу использования третьими лицами результатов коммуникации организации-объекта Задание 1 Предложите программу мониторинга использования третьими лицами результатов коммуникации организации-объекта на момент ее ухода с рынка и проанализируйте коммуникативные ошибки 3. Осуществляет подготовку к внесудебной защите результатов коммуникации Задание 1 Предложите свой алгоритм подготовки к внесудебной защите результатов коммуникации для организаций с учетом фазы их развития на рынке и жизненного цикла бренда
Способность управлять рисками	

коммуникационной деятельности и измерять эффекты интегрированной коммуникации (ПКП-5)	1. Планирует работу по минимизации рисков в коммуникациях организации-объекта Задание 1 Предложите коммуникационную стратегию по минимизации репутационного риска компании в условиях агрессивирования медиабизнеса 2. Осуществляет подготовку к антикризисному реагированию Задание 1 Предложите антикризисную стратегическую коммуникацию для компании с целью развития бренда и повышения узнаваемости в целевых аудиториях с учетом доминирования масс-медийных ресурсов 3. Анализирует финансовые и нефинансовые показатели системы интегрированных коммуникаций Задание 1 Предложите новые формы и способы повышения эффективности финансовых и нефинансовых показателей в системе интегрированных коммуникаций компании с учетом медиатизации бизнеса и турбулентности экономики
---	---

Оценка уровня сформированности компетенций осуществляется на основании материалов, собранных в процессе прохождения практики, качества выполнения и оформления отчета о прохождении практики, содержания доклада на его защите и ответов на вопросы.

Аттестация каждого студента по результатам практики осуществляется при защите отчета на основе оценки степени решения студентом задач практики и отзыва руководителя от базы практики о приобретенных студентом знаниях, умениях и владениях.

По результатам защиты отчета по практике и с учетом отзыва руководителя от базы практики комиссией выставляется дифференцированная оценка в баллах и принимается решение о зачете студенту прохождения учебной практики.

Студент, не выполнивший программу практики без уважительной причины, не получает зачет по практике и может быть отчислен из Финансового университета в установленном порядке.

8.2. 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 профессионально-ознакомительной 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 учебную часть 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 учебную часть 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 оценку их деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью;

- 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.

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

а) основная литература

1. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью: Учебник для бакалавров / И.М. Синяева, О.Н. Жильцова, Д.А. Жильцов – Москва: Издательство Юрайт, 2021 – 552 с. - Бакалавр. Академический курс – ЭБС Юрайт. - URL: [https:// www.biblio-online.ru/bcode/425190](https://www.biblio-online.ru/bcode/425190) . – Текст: электронный.

2. Резник, С. Д. Студент вуза: технологии и организация обучения: учебник / С.Д. Резник, И.А. Игошина; под общ. ред. д-ра экон. наук, проф. С.Д. Резника. — 5-е изд., перераб. и доп. – Москва: ИНФРА-М, 2021. – 391 с. – (Высшее образование:

Бакалавриат). – ЭБС ZNANIUM.com – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1003449> . - Текст: электронный

3. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции: Учеб. пособие / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров, С.А. Самойленко. - М.: Дело, 2016. - 520 с. – Текст : непосредственный. – То же. - ЭБС ZNANIUM.com. – URL: <http://znanium.com/catalog/product/634963> . – Текст : электронный.

б) дополнительная литература

4. Мандель, Б. Р. PR: методы работы со средствами массовой информации: учебное пособие / Б.Р. Мандель. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2020. – 238 с. – ЭБС ZNANIUM.com. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/1068911> – Текст : электронный

5. Жильцова, О. Н. Связи с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 337 с. – (Бакалавр. Академический курс). – ЭБС Юрайт. – URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/433657> – Текст : электронный.

6. Фадеева, Е.Н. Связи с общественностью : учебник и практикум для академического бакалавриата / Е.Н Фадеева, А.В. Сафронов, М.А. Красильникова. - Москва: Издательство Юрайт, 2021. - 263 с. – ЭБС Юрайт. – URL: <https://www.biblio-online.ru/viewer/svyazi-s-obschestvennostyu-432040> – Текст : электронный.

7. Кафтан, В.В. Теория и практика массовых коммуникаций: учебник / В.В. Кафтан. – Москва: КноРус, 2020. – 453 с. – (Бакалавриат). – ЭБС BOOK.ru. – URL: <https://book.ru/book/932252> – Текст : электронный.

8. Рекламная деятельность и рекламный бизнес: история, теория и технологии: сборник статей / Л.В. Кутыркина, А.П. Грицук, С.А. Лочан [и др.] – Москва: Русайнс, 2017. – 155 с. – ЭБС BOOK.ru. – URL: <https://book.ru/book/922898> – Текст: электронный.

в) Периодические научные издания

- 1) Журнал «ПОЛИС. Политические исследования» <http://www.politstudies.ru>
- 2) Журнал «Политическая наука» http://inion.ru/index.php?page_id=123
- 3) Журнал «Политэкс» <http://www.politex.info>
- 4) Журнал «Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета» <http://www.fa.ru/dep/jgn/Pages/current.aspx>
- 5) Журнал «Власть» <http://jour.isras.ru/index.php/vlast/index>
- 6) Журнал «Россия в глобальной политике» <http://globalaffairs.ru>
- 7) Журнал «Мировая экономика и международные отношения» <http://www.imemo.ru/jour/meimo>
- 8) Журнал «Вопросы экономики» <http://www.vopreco.ru/index.html>

г) Интернет-ресурсы:

- 1) Российская ассоциация политической науки www.rapn.ru

- 2) Российское общество политологов <http://rospolitics.ru>
- 3) Российская ассоциация по связям с общественностью <https://www.raso.ru>
- 4) Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) <https://wciom.ru>
- 5) Группа компаний ФОМ <http://fom-gk.ru>
- 6) Информационно-аналитический портал гуманитарные технологии <http://gtmarket.ru>
- 7) Журнал «Эксперт» <http://expert.ru>

д) Электронные ресурсы БИК:

- 1) Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) <http://elib.fa.ru>
- 2) Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>
- 3) Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ОНЛАЙН» <http://biblioclub.ru>
- 4) Электронно-библиотечная система Znanium <http://www.znanium.com>

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

10.1. Комплект лицензионного программного обеспечения

- 1) Антивирусная защита ESET NOD32;
- 2) Windows, Microsoft Office.

10.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. <http://www.finofficer.ru/Information/wwwfinance.htm> (Интернет-ресурсы по финансам и финансовому менеджменту)
2. <http://www.kremlin.ru/> (Интернет-ресурсы Президента России)
3. www.cfim.ru - Корпоративный менеджмент
4. Справочно-правовая система Консультант Плюс [www/consultant.ru](http://www.consultant.ru).

10.3. Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации

Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации используются в том случае, если они применяются по месту прохождения практики.

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

Материальная база для прохождения практики предоставляется соответствующим местом прохождения практики и включает в себя оборудованное рабочее место для студента – практиканта. Организация обеспечивает безопасные условия прохождения практики, отвечающим санитарным правилам и требованиям

охраны труда. Техническое оснащение места зависит от решения поставленных задач и вида выполняемых работ по профилю обучения. Компьютер должен иметь выход в Интернет, что обеспечить удаленный доступ к программным, техническим и электронным средствам обучения и контроля знаний, размещенным на портале Финансового университета (электронная библиотека, программы для компьютерного тестирования, видео-лекции, учебно-методические материалы и др.)

Федеральное государственное образовательное бюджетное
учреждение высшего образования
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
(Уральский филиал Финуниверситета)
Кафедра «Социально-гуманитарные и естественно-научные дисциплины»

РАБОЧИЙ ГРАФИК (ПЛАН)

проведения производственной профессионально-творческой практики

обучающегося _____ курса _____ учебной группы _____

(Фамилия, имя, отчество полностью)

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Интегрированные коммуникации

Место прохождения практики _____

Срок практики с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.

№ п/п	Этапы практики по выполнению программы практики и индивидуального задания	Продолжительность каждого этапа практики (количество дней)
1	2	3
1	Инструктаж по охране труда, технике безопасности, пожарной безопасности	

Руководитель практики от кафедры:

(подпись)

(И.О. Фамилия)

Руководитель практики от организации:

(подпись)

(И.О. Фамилия)

Федеральное государственное образовательное бюджетное
учреждение высшего образования
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
(Уральский филиал Финуниверситета)
Кафедра «Социально-гуманитарные и естественно-научные дисциплины»

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ
по производственной профессионально-творческой практике

обучающегося _____ курса _____ учебной группы _____

(Фамилия, имя, отчество полностью)

Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Интегрированные коммуникации

Место прохождения практики _____

Срок практики с «___» _____ 20__ г. по «___» _____ 20__ г.

№ п/п	Содержание индивидуального задания (перечень задач, подлежащих выполнению)
1	2
1	Инструктаж по охране труда, технике безопасности, пожарной безопасности

Руководитель практики от кафедры:

(подпись)

(И.О. Фамилия)

Задание принял обучающийся:

(подпись)

(И.О. Фамилия)

СОГЛАСОВАНО

Руководитель практики от организации:

(подпись)

(И.О. Фамилия)

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

Кафедра «Социально-гуманитарные и естественно-научные дисциплины»

ДНЕВНИК

по производственной профессионально-творческой практике

обучающегося _____ курса _____ учебной группы _____

(Фамилия, имя, отчество полностью)

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Интегрированные коммуникации

Место прохождения практики _____

Срок практики с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.

Должность и Ф.И.О. руководителя практики от организации _____

Челябинск-20__ г.

УЧЕТ ВЫПОЛНЕННОЙ РАБОТЫ

Дата	Место выполнения работы (структурное подразделение)	Краткое содержание работы обучающегося	Отметка о выполнении работы (подпись руководителя практики)
1	2	3	4
		Инструктаж по охране труда, технике безопасности, пожарной безопасности	

Руководитель практики от организации:

(подпись)

(И.О. Фамилия)

М.П.

Федеральное государственное образовательное бюджетное
учреждение высшего образования
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
(Уральский филиал Финуниверситета)
Кафедра «Социально-гуманитарные и естественно-научные дисциплины»

ОТЧЕТ

по производственной практике

Тип практики: профессионально-творческая

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: «Интегрированные коммуникации»

Выполнил:
обучающийся учебной группы _____

(подпись)

(И.О. Фамилия)

Проверили:
Руководитель практики от организации:

(должность)

(И.О. Фамилия)

(подпись)

М.П.

Руководитель практики от кафедры:

(ученая степень, звание)

(И.О. Фамилия)

(оценка)

(подпись)

Челябинск 202_ г.

ОТЗЫВ

о прохождении практики обучающегося Финансового университета

Обучающийся _____
(фамилия, имя, отчество)

Кафедра «Социально-гуманитарные и естественно-научные дисциплины» _____
(направление, профиль)

Проходил(а) учебную практику

в период с «__» _____ по «__» _____ 202_г.

в _____

(наименование организации, наименование структурного подразделения)

В период прохождения практики _____
(фамилия, имя, отчество обучающегося)

поручалось решение следующих задач:

Во время практики обучающийся проявил(а) _____

Результаты работы обучающегося:

Считаю, что по итогам практики обучающийся может (не может) быть допущен к защите отчета по практике

(должность руководителя практики от предприятия) (подпись) (ФИО)

«__» _____ 202_г.
М.П.

Отзыв подписывается руководителем практики от организации и заверяется печатью организации.