

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Исаков Ирлан Жангазыевич Автономная некоммерческая организация высшего образования

Должность: Ректор

«**Университет при Межпарламентской Ассамблее ЕвразЭС**»

Дата подписания: 03.02.2023 00:39:27

Уникальный программный ключ:

a748d5b672796bd7b37612bb23a3449357804892a0d120774ea9def3ef7a2bc0

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Производственная практика (преддипломная практика)

(наименование вида и типа практики)

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Квалификация выпускника Бакалавр

Направленность (профиль) Маркетинговые коммуникации и маркетинг

1. Вид (тип) практики, форма (формы) (при наличии) ее проведения

Вид практики – *производственная*

Тип практики – *преддипломная практика*

Практика является составной частью основной профессиональной образовательной программы высшего образования и представляет собой одну из форм организации учебного процесса, заключающуюся в практической подготовке обучающихся на базах практики.

Практика может проводиться непосредственно в структурном подразделении Университета, в том числе в структурном подразделении Университета, предназначенном для проведения практической подготовки (при наличии) либо в организации, осуществляющей деятельность по профилю соответствующей образовательной программы (далее - профильная организация), в том числе в структурном подразделении профильной организации, предназначенном для проведения практической подготовки, на основании договора, заключаемого между Университетом и профильной организацией.

Практика организуется путем непосредственного выполнения обучающимися определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью, а также может включать в себя отдельные занятия лекционного типа, которые предусматривают передачу учебной информации обучающимся, необходимой для последующего выполнения работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью, если такие занятия предусмотрены учебным планом основной профессиональной образовательной программы.

Обучающиеся, совмещающие обучение с трудовой деятельностью, вправе проходить практику по месту трудовой деятельности в случаях, если профессиональная деятельность, осуществляемая ими, соответствует требованиям образовательной программы к проведению практики.

Практика проводится непрерывно (*вариант*: путем чередования с реализацией иных компонентов образовательной программы) в соответствии с календарным учебным графиком и учебным планом.

2. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Практика обеспечивает формирование у выпускника следующих компетенций:

ПК-1. Способен подготовить и провести маркетинговое исследование с использованием инструментов комплекса маркетинга;

ПК-2. Способен к разработке концепции и бизнес-плана, а также управлению реализацией специального мероприятия (в том числе, торгово-промышленной выставки, презентационного мероприятия, конференции).

Целью прохождения практики является достижение следующих результатов обучения, соотнесенных с соответствующими индикаторами достижения компетенций:

	Индикаторы достижения компетенций
ИД-1 (ПК-1). Составляет инструментарий для проведения социологического и маркетингового исследования, в частности, в сети Интернет	<i>умеет</i>
	РО-2 ИД-1 (ПК-1) выявлять влияние различных факторов на поведение потребителя
	РО-3 ИД-1 (ПК-1) использовать знания потребительского поведения в ведении маркетинговой деятельности
	<i>владеет</i>

	РО-4 ИД-1 (ПК-1) методами проведения социологических исследований поведения потребителей и анализа полученных данных
ИД-2 (ПК-1). Применяет маркетинговые инструменты для анализа рынка и потребителя (SWOT, PEST и т.д.)	<i>умеет</i>
	РО-2 ИД-2 (ПК-1) использовать в практической деятельности организаций информацию, полученную в ходе маркетингового исследования; РО-3 ИД-2 (ПК-1) проводить маркетинговый анализ собранных данных; РО-4 ИД-2 (ПК-1) пользоваться современными технологиями сбора и анализа информации.
ИД-3 (ПК-1). Анализирует конъюнктуру рынка товаров и услуг.	<i>умеет</i>
	РО-1ИД-3 (ПК-1) проводить маркетинговый аудит деятельности компаний; составлять план маркетингового исследования и его проведения; РО-2 ИД-3 (ПК-1) анализировать и интерпретировать экономическую ситуацию, складывающуюся на рынке.
ИД-4 (ПК-1). Разрабатывает рекламные материалы на концептуальном уровне для визуализации и иллюстрирования концепции рекламной кампании.	<i>умеет</i>
	РО-15 ИД-4 (ПК-1) разрабатывать креативные идеи для визуализации и иллюстрирования концепции рекламной кампании;
	<i>владеет</i>
	РО-16 ИД-4 (ПК-1) технологиями разработки и производства рекламного продукта для разных носителей рекламы;
ИД-6 (ПК-1). Осуществляет функции рекламного и PR-сопровождения коммуникационных кампаний, а также планирует и организует интегрированные кампании с учетом особенностей целевой аудитории	<i>умеет</i>
	РО-2 ИД-6 (ПК-1) оценивать эффективность интегрированных маркетинговых коммуникаций;
	<i>владеет</i>
	РО-3 ИД-6 (ПК-1) навыками разработки рекламной коммуникации с учетом особенностей целевой аудитории; РО-4 ИД-6 (ПК-1) навыками управления коммуникациями в PR; РО-5 ИД-6 (ПК-1) навыками стимулирования сбыта.
	<i>умеет</i>

ИД-7 (ПК-1). Владеет технологиями конструирования и продвижения имиджа организации	РО-3 ИД-7 (ПК-1) анализировать и применять методы мониторинга и исследований имиджа и репутации;
	РО-4 ИД-7 (ПК-1) поддерживать и транслировать имидж и репутацию в процессе внешней и внутренней коммуникации;
	<i>владеет</i>
ИД-8 (ПК-1). Составляет стратегию по формированию и продвижению бренда	РО-5 ИД-7 (ПК-1) методологией, методикой и технологиями формирования имиджа и репутации;
	РО-6 ИД-7 (ПК-1) приемами и средствами коррекции имиджа и репутации в кризисной ситуации, противодействия негативной информации и защиты репутации.
ИД-1 (ПК-2). Осуществляет подготовку и проведение выставки, конференции, презентации.	<i>владеет</i>
	РО-3 ИД-8 (ПК-1) навыками построения бренда: позиционирование, создание идеи бренда, планирование стратегии продвижения бренда
ИД-2 (ПК-2). Демонстрирует навыки работы по протоколу, принятому внутри рекламных служб и служб по связям с общественностью	<i>умеет</i>
	РО-2 ИД-1 (ПК-2) организовывать выставку, конференцию, презентацию;
ИД-3 (ПК-2). Выполняет профессиональные функции по подготовке рекламной и PR-кампании	<i>умеет</i>
	РО-3 ИД-2 (ПК-2) планировать деятельность отдела рекламы и СО и организовывать взаимодействие со СМИ;
	РО-4 ИД-2 (ПК-2) ставить и решать исследовательские задачи отдела рекламы и СО;
	РО-5 ИД-2 (ПК-2) редактировать и составлять контактные документы и документы для СМИ;
ИД-3 (ПК-2). Выполняет профессиональные функции по подготовке рекламной и PR-кампании	<i>владеет</i>
	РО-6 ИД-2 (ПК-2) навыками оценки эффективности рекламной и PR-деятельности.
	<i>умеет</i>
ИД-3 (ПК-2). Выполняет профессиональные функции по подготовке рекламной и PR-кампании	РО-2 ИД-3 (ПК-2) планировать и реализовывать рекламную и PR-кампанию
	<i>владеет</i>

	РО-3 ИД-3 (ПК-2) навыками оценки эффективности рекламной и PR-кампании
ИД-5 (ПК-1). Выбирает оптимальные способы управления внутренними и внешними коммуникационными потоками	<i>умеет</i>
	РО-2 ИД-5 (ПК-1) управлять информационными потоками внутри фирмы; РО-3 ИД-5 (ПК-1) управлять коммуникационными процессами во внешней среде;
	<i>владеет</i>
	РО-4 ИД-5 (ПК-1) навыками специализированного коммуникационного менеджмента.
ИД-6 (ПК-2). Владеет инструментами планирования качественных и количественных данных рекламной кампании при закупке времени и места в СМК	<i>умеет</i>
	РО-2 ИД-6 (ПК-2) пользоваться программным обеспечением медиапланирования
	<i>владеет</i>
	РО-3 ИД-6 (ПК-2) методами измерения аудиторий СМИ РО-4 ИД-6 (ПК-2) стратегиями и тактиками медиапланирования РО-5 ИД-6 (ПК-2) навыком разработки эффективных медиапланов.
ИД-5 (ПК-2) . Разрабатывает и реализует социокультурные проекты для разных целевых аудиторий	<i>умеет</i>
	РО-2 ИД-5 (ПК-2) разрабатывать и организовывать ивент-мероприятия; РО-3 ИД-5 (ПК-2) определять эффективность ивент-мероприятий;
	<i>владеет</i>
	РО-4 ИД-5 (ПК-2) навыком разработки бизнес-плана мероприятия.

3. Объем практики в зачетных единицах и ее продолжительности в неделях

Наименование практики	Форма контроля	Фактическое кол-во ЗЕТ	Кол-во недель
Производственная практика (преддипломная практика)	Зачет с оценкой	21	14

4. Содержание практики

Этапы практики и их содержание:

1) *Подготовительный этап:*

- выбор места прохождения практики;
- инструктивно-методическое занятия на кафедре перед прохождением практики;
- получение документации по практике;
- изучение необходимой литературы, рекомендуемой руководителем практики.

2) *Основной этап:*

- характеристика организации (места прохождения практики) и специфика деятельности;
- ознакомление с основными должностными обязанностями и применения профессиональных функций в сфере рекламы и связей с общественностью;
- проанализировать основы рекламной и PR-деятельности в различных сферах;
- формирование навыков деловой коммуникации;
- ознакомление с текущим документооборотом предприятия (организации);
- выполнять основные обязанности и задания, возложенные на студента непосредственным руководителем практики;
- сбор необходимых материалов и документов для выполнения отчета по практике.

3) *Аттестация по итогам практики:*

- обработка и анализ полученных материалов по результатам практики;
- с учетом замечаний преподавателя подготовка к защите отчета по практике;
- защита отчета.

5. Формы отчетности по практике

Формой отчетности по практике является отчет о прохождении практики, который обучающиеся предоставляют для прохождения промежуточной аттестации по практике.

6. Оценочные материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по практике

Оценочные материалы представляют собой задания, обязательные для выполнения обучающимся на практике, позволяющие ему приобрести теоретические знания, практически умения (навыки) и опыт, а также решать задачи, связанные с будущей профессиональной деятельностью в рамках практической подготовки при проведении практики. Включают в себя оценочные материалы:

6.1 Для проведения текущего контроля успеваемости

Для проведения текущего контроля успеваемости, позволяющего оценить ход прохождения практики обучающимся, используется дневник практики. В дневнике отражаются результаты текущей работы, выполненные задания. Дневник практики заполняется лично обучающимся. Записи о выполненных работах производятся по мере необходимости, но не реже 1 раза в неделю. Достоверность записей проверяется руководителем и заверяется его подписью.

6.2 Для проведения промежуточной аттестации

Для проведения промежуточной аттестации по практике используется отчет по практике, который сдается руководителю. В отчете должно быть отражено следующее:

- данные о месте и сроках прохождения практики,
- описание деятельности организации – базы прохождения практики (не более одной-двух страниц),
- собственный анализ различных аспектов работы организации в соответствии с полученным заданием на практику,
- описание выполненной в ходе практики работы с кратким изложением содержания изученных материалов,
- краткий анализ наиболее сложных и интересных, а также спорных проблем, с которыми столкнулся обучающийся в ходе прохождения практики,
- материалы, которые обучающийся использовал в ходе практики,
- собственные выводы, замечания, предложения обучающегося.

Отчет может содержать введение и заключение.

Отчет должен быть структурирован на главы и (или) параграфы.

К отчету должны быть приложены копии материалов и документов, в составлении которых обучающийся принимал участие.

Отчет о прохождении практики должен быть выполнен на компьютере на стандартных листах А-4. Текст печатается на одной стороне листа. Междустрочный интервал – 1,5, шрифт текста – 14 (TimesNewRoman). Ориентировочный объем отчета составляет 15 страниц. В данный объем не входят приложения и список использованных источников. По согласованию с преподавателем – руководителем практики объем отчета может быть увеличен.

Защита отчета о прохождении практики проходит в форме зачета с оценкой. На защите обучающиеся представляют, по возможности, наработанные практические материалы.

Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации по практике

1. Какие задачи были решены в ходе практики?
2. Что из поставленных задач вызвало затруднения?
3. В каком отделе проходили практику?
4. Какие должностные инструкции выполняли?
5. Как Вы можете оценить уровень собственной подготовки для прохождения практики?
6. Что вы понимаете под словом «кампания»?
7. Какую роль играют кампании в жизни бизнес организаций в сфере PR?
8. Какой повод может породить необходимость той или иной кампании?
9. Есть ли различие между рекламной и PR-кампанией? Насколько оно велико?
10. Типовая структура отдела по связям с общественностью.
11. Квалификационная характеристика специалиста по связям с общественностью
12. Построения диаграмм «рейтинг/аффинити индекс»
13. Построение диаграмм «индекс регулярности/рейтинг»
14. Роль PR в формировании позитивного корпоративного имиджа.
15. Корпоративный имидж: сущность, функции, структура, стратегия формирования.
16. Корпоративный имидж и репутация.
17. Брендинг как маркетинговый процесс.
18. Основные этапы построения бренда
19. Типы корпоративной культуры, формальные и неформальные ценности.
20. Управление репутацией организации, корпоративный репутационный PR.

6.3 Шкала оценивания результатов промежуточной аттестации и критерии выставления оценок

При форме контроля «зачет с оценкой» для оценки результатов прохождения обучающимися практики по итогам защиты отчета о практике используется шкала оценивания,

включающая следующие оценки – «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно». Оценки выставляются в соответствии с приведенными ниже критериями:

«отлично»:

- обучающийся полностью выполнил программу практики;
- обучающийся способен продемонстрировать практические умения и навыки работы, освоенные им в соответствии с программой практики;
- у обучающегося сформированы на высоком уровне все компетенции, предусмотренные программой практики;
- обучающийся способен изложить ключевые понятия о явлениях и процессах, наблюдаемых во время практики;
- обучающийся способен изложить теоретические основы и обосновать выбор конкретного метода для проведения исследования;
- обучающийся подготовил индивидуальный отчёт о самостоятельной работе во время прохождения практики;
- обучающийся защитил индивидуальный отчёт о самостоятельной работе во время прохождения практики.
- ошибки и неточности отсутствуют.

«хорошо»:

- обучающийся по большей части выполнил программу практики;
- обучающийся способен продемонстрировать большинство практических умений и навыков работы, освоенных им в соответствии с программой практики;
- у обучающегося сформированы на среднем уровне все компетенции, предусмотренные программой практики;
- обучающийся способен изложить теоретические основы и обосновать выбор конкретного метода для проведения исследования;
- обучающийся подготовил индивидуальный отчёт о самостоятельной работе во время прохождения практики;
- обучающийся защитил индивидуальный отчёт о самостоятельной работе во время прохождения практики с некоторыми несущественными замечаниями;
- в ответе отсутствуют грубые ошибки и неточности.

«удовлетворительно»:

- обучающийся более чем наполовину выполнил программу практики;
- обучающийся способен с затруднениями продемонстрировать практические умения и навыки работы, освоенные им в соответствии с программой практики;
- у обучающегося сформированы на низком уровне все компетенции, предусмотренные программой практики;
- обучающийся способен с существенными ошибками изложить теоретические основы и обосновать выбор конкретного метода для проведения исследования;
- обучающийся подготовил индивидуальный отчёт о самостоятельной работе во время прохождения практики;
- обучающийся защитил индивидуальный отчёт о самостоятельной работе во время прохождения практики, однако к отчёту были замечания;
- в ответе имеются грубые ошибки (не более 2-х) и неточности.

«неудовлетворительно»:

- обучающийся не выполнил программу практики;
- обучающийся не способен продемонстрировать практические умения и навыки работы, освоенные им в соответствии с программой практики;
- у обучающегося не сформированы компетенции, предусмотренные программой практики;
- обучающийся не способен изложить теоретические основы и обосновать выбор конкретного метода для проведения исследования;

- обучающийся не полностью подготовил индивидуальный отчёт о самостоятельной работе во время прохождения практики или не подготовил его;
- обучающийся не защитил индивидуальный отчёт о самостоятельной работе во время прохождения практики.
- в ответе имеются грубые ошибки.

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

Учебная литература:

1. Коммуникационный менеджмент : учебное пособие / составители А. Л. Кузеванова. — Волгоград : Волгоградский институт бизнеса, Вузовское образование, 2009. — 137 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/11327.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей
2. Годин, А.М. Брендинг: учебное пособие / А.М. Годин. – 4-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2016. – 184 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453899> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02629-4. – Текст : электронный.
3. Есикова И.В. Подготовка и успешное проведение рекламных кампаний / Есикова И.В.. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 160 с. — ISBN 978-5-394-01653-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/75208.html> . — Режим доступа: для авторизир. пользователей
4. Котляревская И.В. Стратегический маркетинг : учебное пособие / Котляревская И.В.. — Екатеринбург : Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2015. — 244 с. — ISBN 978-5-7996-1313-6. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/68479.html>— Режим доступа: для авторизир. пользователей
5. Александр Остервальдер Построение бизнес-моделей: настольная книга стратега и новатора / Александр Остервальдер, Ив Пинье. — Москва : Альпина Паблишер, 2020. — 287 с. — ISBN 978-5-9614-1844-6. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/93048.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

Дополнительная литература:

1. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование / Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин ; под общ.ред. Ф.И. Шаркова. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 486 с. : ил – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112200> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-01185-6. – Текст : электронный.

8. Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

1. <http://biblioclub.ru/> – электронная библиотечная система «Университетская библиотека Онлайн»
2. <http://www.iprbookshop.ru/> – электронная библиотечная система IPR BOOKS
3. 1С Предприятие 8 (комплект для обучения в высших и средних учебных учреждениях)

4. Справочная правовая система Консультант Бизнес: Версия Проф
5. Профессиональные базы данных в составе СПС Консультант:
 - Законодательство Санкт-Петербурга и Ленинградской области
 - Международное право
6. MSWindows 7 Профессиональная
7. MSWindows 10 Pro
8. MS Office 2010
9. VS Office 2013
10. MS Office 2016
11. Moodle 3.8.2.

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

Для проведения производственной практики (преддипломной практики) необходимо следующее материально-техническое обеспечение:

- аудитория или рабочее место в организации, где проходит практика, обеспеченная компьютерной техникой и выходом в интернет;
- помещение для самостоятельной работы обучающегося (парты, стулья, методические материалы, компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечения доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Университет при МПА ЕврАзЭС»);
- учебная аудитория для промежуточной аттестации(столы, стулья, проектор, экран, компьютер, доска).

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья форма проведения практики устанавливается образовательной организацией с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья. При определении мест прохождения практик обучающимся инвалидом образовательная организация должна учитывать рекомендации, данные по результатам медико-социальной экспертизы, содержащиеся в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда. При необходимости для прохождения практики инвалидами создаются специальные рабочие места с учетом нарушенных функций и ограничений их жизнедеятельности. При необходимости обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечиваются печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.