

Программа преддипломной практики составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 N 512 (Зарегистрировано в Минюсте России 29 июня 2017 г. 47220).

Разработчики:

профессор МЭБИК Еськова Наталья Анатольевна
(занимаемая должность) (ФИО)



профессор МЭБИК Гусева Ирина Васильевна



Рабочая программа дисциплины одобрена на заседании кафедры управления и связей с общественностью

Протокол № 1 от «30» августа 2019 г.

Заведующий кафедрой:



профессор МЭБИК, к.г.н. Еськова Н.А.

1. Цель производственной практики: преддипломной практики

Цель преддипломной практики - закрепление, полученных в процессе обучения знаний, умений и навыков профессиональной деятельности, сбор материала для написания выпускной квалификационной работы, выполнение выпускной квалификационной работы.

2. Задачи преддипломной практики:

- 1) систематизация, закрепление и расширение теоретических знаний, полученных студентами при изучении специальных дисциплин;
- 2) практическое развитие профессиональных навыков и компетенции будущих специалистов, а также навыков организационно-управленческой деятельности в трудовом коллективе;
- 3) формирование навыков эффективного управления на государственном или муниципальном уровне, в том числе с учетом профиля подготовки;
- 4) приобретение опыта решения практических задач, требующих применения профессиональных знаний и умений;
- 5) формирование у студентов навыков творческого мышления и самостоятельной деятельности при анализе проблемы;
- 6) анализ деятельности базы практики по направлению, соответствующему теме ВКР;
- 7) сбор, обобщение и анализ полученных в ходе практики материалов для подготовки отчета по практике и использование результатов при написании ВКР;
- 8) выявление степени профессиональной подготовленности студента и его готовности к самостоятельной профессиональной деятельности.
- 9) выполнение выпускной квалификационной работы.

3. Место преддипломной практики в структуре программы

Раздел образовательной программы подготовки бакалавров «Практика» является обязательным и представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся.

Тип производственной практики **Б2.В.02.02 (Пд) Преддипломная практика** является обязательным разделом ОПОП ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Практика относится к блоку Б2 учебного плана ОПОП ВО. Практика вырабатывает умения и практические навыки, приобретаемые обучающимися в результате освоения теоретических дисциплин Блока Б.1., способствует комплексному формированию универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций у обучающихся.

Преддипломная практика для студентов ОФО организуется на 4 курсе в 7 и 8 семестрах, для студентов ЗФО на 5 курсе в 10 семестре. Практика базируется на дисциплинах 1-4 курсов для ОФО и 1-5 курсов ЗФО.

Общее методическое руководство практикой осуществляет кафедра управления и связей с общественностью. Заведующий кафедрой несет ответственность за уровень организации практики и ее результаты. Непосредственное руководство практикой студентов возлагается на ППС кафедры, имеющий необходимый практический опыт.

Руководство практикой студентов в структурном подразделении организации - базы практики возлагается на высококвалифицированных специалистов и руководителей подразделений.

4. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соответствующих с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Таблица 1 - Трудовые действия и виды деятельности на практике

Наименование трудового действия	Наименование вида деятельности	Количество часов /ЗЕТ
Профессиональное обеспечение создания и реализации рекламного и PR-продукта	Проектная деятельность 1 этап 1. Изучение действующих в подразделении нормативно-правовых актов по его функциональному назначению, режиму работы, делопроизводству, структуре данной организации и др. 2. Подготовка информационных, аналитических и исследовательских материалов, включающих в себя: общие сведения о компании (организации), такие как полное название и юридический адрес, организационно-правовая форма, структура управления; перечень оказываемых услуг и производимых продуктов; корпоративная и маркетинговая стратегия; общие показатели экономической деятельности (прибыль, товароборот, затраты на маркетинговую и рекламную деятельность) по согласованию с руководителем базы практики	144/4
	Проектная деятельность. 2 этап Подготовка информационных, аналитических и исследовательских материалов, включающих в себя: <ul style="list-style-type: none"> • показатели рекламной и PR-политики, включающие: описание коммуникативной стратегии предприятия, компании, организации; брифы, техзадания, виды и график рекламных и PR-мероприятий, промо-акций; показатели доли марки и её узнаваемости; бюджет на рекламные и PR-кампании, результаты оценки эффективности рекламной и PR-политики. • разработка авторского рекламного или PR-проекта (подготовка проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт), подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы), проведение экономического обоснования и прогноз эффективности проекта. 	1008 /14
	Проектная деятельность (составление проектов документов и информационных материалов, оформление дневников, отчетов и защита отчета в последний день практики)	144/4

Преддипломная практика способствует комплексному формированию универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций у обучающихся:

УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4

Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы на практике, а также критерии оценивания представлены в таблице 2.

Таблица 2 - Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы, показателей оценивания

Компетенции	Этап	Направления формирования	Планируемые результаты освоения компетенции
-------------	------	--------------------------	---

УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	3	Владеет навыками научного поиска и практической работы с информационными источниками; методами принятия решений.	Знать: основы практической работы с информационными источниками; методами принятия решений; Уметь: практической работы с информационными источниками; методами принятия решений; Владеть: навыками научного поиска и практической работы с информационными источниками; методами принятия решений.
Показатель оценивания		научный поиск и практическая работа с информационными источниками; методами принятия решений.	
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	3	Владеет методиками разработки цели и задач проекта; методами оценки продолжительности и стоимости проекта, а также потребности в ресурсах.	Знать: методики разработки цели и задач проекта; Уметь: оценивать продолжительность и стоимость проекта; Владеть: навыками разработки проекта с учетом потребностей.
Показатель оценивания		разработка проекта с учетом потребностей	
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	3	Владеет навыками распределения ролей в условиях командного взаимодействия; методами оценки своих действий, планирования и управления временем.	Знать: основы командного взаимодействия; Уметь: оценивать свои действия планировать, и управлять временем; Владеть: навыками распределения ролей в условиях командного взаимодействия.
Показатель оценивания		распределение ролей в условиях командного взаимодействия	
УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	3	Владеет методикой составления суждения в межличностном деловом общении на государственном и иностранном языках, с применением адекватных языковых форм и средств.	Знать: основы коммуникации на родном и иностранных языках; Уметь: составлять суждения в межличностном деловом общении; Владеть: навыками составления суждения в межличностном деловом общении.
Показатель оценивания		составление суждения в межличностном деловом общении на государственном и иностранном языках, с применением адекватных языковых форм и средств.	

<p>УК-5.</p> <p>Способен вос-принимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</p>	3	<p>Владеет практическими навыками анализа философских и исторических фактов, оценки явлений культуры; способами анализа и пересмотра своих взглядов в случае разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации.</p>	<p>Знать: основы бесконфликтного поведения с использованием философского и исторического подходов;</p> <p>Уметь: анализировать и пересматривать свои взгляды в случае разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации;</p> <p>Владеть: навыками анализа философских и исторических фактов, оценки явлений культуры.</p>
Показатель оценивания		анализ философских и исторических фактов, оценка явлений культуры при осуществлении бесконфликтной профессиональной деятельности	
<p>УК-6.</p> <p>Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</p>	3	<p>Владеет способами управления своей познавательной деятельностью и удовлетворения образовательных интересов и потребностей.</p>	<p>Знать: основы познавательной деятельности;</p> <p>Уметь: управлять своей познавательной деятельностью для удовлетворения образовательных интересов;</p> <p>Владеть: навыками управления своей познавательной деятельностью и удовлетворения образовательных интересов и потребностей.</p>
Показатель оценивания		управление своей познавательной деятельностью и удовлетворение образовательных интересов и потребностей	
<p>ОПК-1.</p> <p>Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p>	3	<p>Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p>	<p>Знать: основы подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов;</p> <p>Уметь: осуществлять подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем;</p> <p>Владеть: навыками подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.</p>
Показатель оценивания		подготовка текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	

<p>ОПК-2.</p> <p>Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p>	3	<p>Владеет навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов с учетом тенденций развития общественных и государственных институтов</p>	<p>Знать: основы создания текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов;</p> <p>Уметь: создавать тексты рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов с учетом тенденций развития общественных и государственных институтов;</p> <p>Владеть: навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов с учетом тенденций развития общественных и государственных институтов.</p>
Показатель оценивания		создание текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов с учетом тенденций развития общественных и государственных институтов	
<p>ОПК-3.</p> <p>Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p>	3	<p>Владеет навыками использования многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p>	<p>Знать: основные достижения отечественной и мировой культуры в профессиональной деятельности;</p> <p>Уметь: использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов;</p> <p>Владеть: навыками использования многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.</p>
Показатель оценивания		использование многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	
<p>ОПК-4.</p> <p>Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности</p>	3	<p>Владеет навыками ответа на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.</p>	<p>Знать: основные запросы и потребности общества и аудитории в сфере связей с общественностью;</p> <p>Уметь: использовать технологии ответа на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности</p> <p>Владеть: навыками ответа на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.</p>
Показатель оценивания		Владение навыками ответа на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.	
<p>ОПК-5.</p> <p>Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуни-</p>	3	<p>Владеет навыками учета в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя</p>	<p>Знать: основы учета в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования;</p> <p>Уметь: оценивать влияние тенденции развития медиакоммуникационных систем</p>

<p>кационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p>		<p>из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p>	<p>региона, страны и мира на профессиональную деятельность; Владеть: навыками учета в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p>
<p>Показатель оценивания</p>		<p>учет в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p>	
<p>ОПК-6. Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии</p>	<p>3</p>	<p>Владеет навыками применения современных информационных технологий и программных средств, в том числе отечественного производства, при решении задач профессиональной деятельности.</p>	<p>Знать: современных информационных технологий и программных средств, в том числе отечественного производства; Уметь: применять современные информационные технологии и программные средства, в том числе отечественного производства, при решении задач профессиональной деятельности; Владеть: навыками применения современных информационных технологий и программных средств, в том числе отечественного производства, при решении задач профессиональной деятельности.</p>
<p>Показатель оценивания</p>		<p>применение современных информационных технологий и программных средств, в том числе отечественного производства, при решении задач профессиональной деятельности.</p>	
<p>ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности</p>	<p>3</p>	<p>Владеет навыками прогнозирования эффектов и последствий своей профессиональной деятельности в соответствии с принципами социальной ответственности</p>	<p>Знать: основы профессиональной деятельности в соответствии с принципами социальной ответственности; Уметь: прогнозировать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности в соответствии с принципами социальной ответственности; Владеть: навыками прогнозирования эффектов и последствий своей профессиональной деятельности в соответствии с принципами социальной ответственности.</p>
<p>Показатель оценивания</p>		<p>прогнозирование эффектов и последствий своей профессиональной деятельности в соответствии с принципами социальной ответственности</p>	

<p>ПК-1.</p> <p>Способен принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью</p>	3	<p>Проводит мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивает эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью</p>	<p>Знать: основы рекламной деятельности и связей с общественностью в организации; Уметь: проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивает эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью; Владеть: навыками повышения имиджа фирмы, продвижения товаров и услуг на рынок, оценки эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью.</p>
Показатель оценивания	Проведение мероприятий по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценка эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью		
<p>ПК-2.</p> <p>Способен организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы</p>	3	<p>Владеет навыками организации подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы</p>	<p>Знать: основы производства рекламного продукта; Уметь: организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции; Владеть: навыками организации подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы.</p>
Показатель оценивания	организация подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы		
<p>ПК-3.</p> <p>Способен разрабатывать и реализовывать проекты в сфере рекламы и</p>	3	<p>Владеет навыками реализации проектов в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	<p>Знать: основы реализации проектов в сфере рекламы и связей с общественностью; Уметь: участвовать в реализации проектов в сфере рекламы и связей с общественностью; Владеть: навыками реализации проектов в</p>

связей с общественностью			сфере рекламы и связей с общественностью.
Показатель оценивания		реализация проектов в сфере рекламы и связей с общественностью	
ПК-4. Способен участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	3	Владеет навыками участия в организации и оценке внутренних и внешних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	Знать: основы внутренних и внешних коммуникаций; Уметь: участвовать в мероприятиях по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры; Владеть: навыками участия в организации и оценке внутренних и внешних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.
Показатель оценивания		участие в организации и оценке внутренних и внешних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	

5. Способы и формы проведения производственной преддипломной практики

Способ практики – стационарная или выездная.

Форма практики – непрерывная.

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

Объем в зачетных единицах – 36 (15 и 21).

Продолжительности в неделях, либо в академических часах – 10 и 14 недель, 540 ч. и 756 ч.

7. Структура и содержание преддипломной практики

Конкретное содержание практики в двух семестрах определяется индивидуальным заданием, разрабатываемым на основе настоящей программы практики.

Выполнение студентом работ и заданий в соответствии с совместным планом-графиком регулярно контролируются руководителем практики, о чем он делает соответствующие отметки.

Преподаватель кафедры проводит со студентами консультации, контролирует соблюдение ими установленного порядка прохождения практики, оказывает им помощь в выполнении индивидуальных заданий.

Контроль над выполнением программы практики обеспечивается проверкой содержания собранных студентами материалов не реже одного раза в неделю.

При прохождении практики студент обязан:

- выполнять совместный план-график прохождения практики и все задания, предусмотренные программой;
- ежедневно предъявлять совместный план-график руководителю - преподавателю кафедры для проверки по его требованию.

Совместные планы-графики прохождения и индивидуальные задания преддипломной практики представлены в Приложения Б, В, Е, Ж к программе практики.

Таблица 3 - Этапы прохождения практики (на 2 семестра)

Этап	Краткое содержание выполненной работы
Организа- ционный	Рабочее совещание (групповое). Согласование индивидуального задания и совместного рабочего графика (плана) прохождения практики с руководителем практики от вуза. Инструктаж по технике безопасности на рабочем месте. Согласование индивидуального задания и совместного рабочего графика (плана) прохождения практики с руководителем практики от предприятия.
Основной	Правовой статус и структура управления рекламной или PR-компания
	Корпоративная и маркетинговая стратегия; общие показатели экономической деятельности
	Показатели рекламной и PR-политики деятельности рекламной или PR-компания
	Исследовательская работа в рамках темы ВКР
Заключи- тельный	Оформление отчета о практике. Защита результатов прохождения практики.

Таблица 4 - Виды деятельности на практике и их содержание

№ п/п	Вид деятельности	Содержание деятельности
1.	Информационно-аналитическая составляющая проектной деятельности (изучение действующих в подразделении нормативно-правовых актов по его функциональному назначению, режиму работы, делопроизводству, структуре данной организации и др.)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Основная нормативная документация, регламентирующая деятельность рекламной или PR-структуры (Устав, положения о структурных подразделениях, должностные инструкции и др.). 2. Требования к ведению делопроизводства и документооборота. 3. Уровень информационного обеспечения и использования информационных технологий в деятельности рекламной или PR-структуры. 4. Информационное обеспечение процесса принятия управленческого решения. Электронный документооборот. 5. Перечень оказываемых услуг и производимых продуктов; 6. Корпоративная и маркетинговая стратегия; 7. Общие показатели экономической деятельности (прибыль, товарооборот, затраты на маркетинговую и рекламную деятельность) по согласованию с руководителем базы практики
2.	Проектная деятельность (подготовка информационных, аналитических и исследовательских материалов)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Маркетинговые показатели, такие как: продажи, доля рынка предприятия, компании, организации; число клиентов и количество лояльных клиентов; распределение функций по структурам службы маркетинга и наличие подразделений рекламных и PR-служб; планирование и контроль рекламно-маркетинговой деятельности; анализ и оценка эффективности проводимых рекламно-маркетинговых мероприятий (по согласованию с руководителем базы практики). 2. Показатели рекламной и PR-политики, включающие: описание коммуникативной стратегии пред-

		приятия, компании, организации; виды и график рекламных и PR-мероприятий, промо-акций; показатели доли марки и её узнаваемости; бюджет на рекламные и PR-кампании, результаты оценки эффективности рекламной и PR-политики.
3.	Проектная деятельность по ВКР (разработка авторского рекламного или PR-проекта)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Подготовка проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт), 2. Подготовка к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы), 3. Проведение экономического обоснования и прогноз эффективности проекта.
4.	Проектная деятельность (составление проектов документов и информационных материалов, оформление дневников, отчетов и защита отчета в последний день практики)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Исследовательская работа в рамках темы ВКР (2 и 3 главы). 2. Подготовка к проверке дневника практики. 3. Подготовка к проверке отчета. 4. Защита результатов прохождения практики.

8. Формы отчетности по преддипломной практике

Документация сдается в электронном и печатном видах.

- Письменный отчет по практике, вместе с совместным планом-графиком и индивидуальным заданием.
- Дневник практики (по согласованию).
- Характеристика студента с места прохождения практики (в произвольной форме).
- Договор о проведении практики студентов ЧОУ ВО «Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса».

Структура отчета (7 семестр):

Титульный лист (Приложение А).

Совместный план-график прохождения производственной практики: преддипломной практики (Приложение Б)

Индивидуальное задание для прохождения производственной: преддипломной практики (Приложение В).

Содержание (Приложение Г).

Основная часть:

- 1) Правовой статус и структура управления рекламной или PR-компанией.
- 2) Корпоративная и маркетинговая стратегия. Общие показатели экономической деятельности.
- 3) Показатели рекламной и PR-политики деятельности рекламной или PR-компанией.

Заключение

Список использованных источников

Приложения

Структура отчета (8 семестр):

Титульный лист (Приложение Д).

Совместный план-график прохождения производственной практики: преддипломной практики (Приложение Е)

Индивидуальное задание для прохождения производственной: преддипломной практики (Приложение Ж).

Содержание (Приложение З).

Основная часть:

- 1) Техничко-экономическое обоснование проекта.
- 2) Техническое задание проекта.
- 3) Краткая структура проекта.
- 4) Креативный бриф.
- 5) Правовое обоснование проекта.
- 6) Эффективность проекта.

Заключение

Список использованных источников

Приложения

9. Описание форм промежуточной аттестации обучающихся по преддипломной практике

Текущая аттестация проводится в конце 1 недели прохождения практики и оценивается по результатам заполнения анкеты и (или) собеседования по вопросам анкеты.

Промежуточная аттестация проводится в виде зачета (1 семестр выпускного курса) и зачета с оценкой (2 семестр выпускного курса).

По результатам практики студент составляет индивидуальный письменный отчет по практике объемом 30-40 страниц (с приложениями). Отчет должен содержать конкретные сведения о работе, выполненной в период практики и отражать результаты выполнения заданий, предусмотренных программой практики.

Для составления, редактирования и оформления отчета студентам отводятся последние дни практики. Отчет должен включать текстовый, графический и другой иллюстративный материал.

Оформленный отчет одновременно с заполненным совместным планом-графиком и индивидуальным заданием сдается руководителю практики от кафедры на проверку. Принятый руководителем отчет подлежит защите.

Защита отчета по практике проводится перед комиссией в установленный кафедрой день в соответствии с календарным графиком учебного процесса. Защита проводится в виде собеседования по результатам практики и качества представленного отчета. Вначале, как правило, идет выступление обучающегося с коротким докладом (8-10 минут), далее - ответы на вопросы по существу отчета.

Критериями оценки являются:

- уровень теоретического осмысления студентами практической деятельности рекламной или PR-структуры (ее целей, задач, содержания, методов);
- качество отчета по итогам практики;
- степень и качество приобретенных студентами профессиональных умений;
- уровень профессиональной направленности выводов и рекомендаций, сделанных студентом в ходе прохождения практики.

«Зачтено» ставится студенту, который выполнил в срок и на высоком уровне весь намеченный объем работы, оформленный отчет в соответствии со всеми требованиями.

«Не зачтено» ставится студенту, который не выполнил программу практики, не подготовил отчета, допускал ошибки и нарушения дисциплины в ходе проведения практики.

Зачтено с оценкой «отлично» ставится студенту, который выполнил в срок и на высоком уровне весь намеченный объем работы в соответствии с индивидуальным заданием, успешно защитил оформленный отчет в соответствии со всеми требованиями.

Зачтено с оценкой «хорошо» ставится студенту, который полностью выполнил намеченную на период практики программу работы в соответствии с индивидуальным заданием, оформил отчет с основными требованиями, обнаружил умение определять основные задачи и способы их решения, проявил инициативу в работе, но не смог вести творческий поиск или не проявил потребности в творческом росте.

Зачтено с оценкой «удовлетворительно» ставится студенту, который выполнил программу работы в соответствии с индивидуальным заданием, но не проявил глубоких знаний теории и умения применять ее на практике, допускал ошибки в постановке и решении задач.

Не зачтено ставится студенту, который не выполнил программу практики в соответствии с индивидуальным заданием, не подготовил отчета, допускал ошибки и нарушения дисциплины в ходе проведения практики.

Результат «зачтено» с оценкой проставляется в ведомость, зачетную книжку студента.

10. Фонд оценочных средств (материалов) для проведения промежуточной аттестации обучающихся по производственной практике преддипломной практике

Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости представлены в 1.ОМТ ФОМов. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся представлены 2.ОМП в ФОМах к программе практики и является приложением к рабочей программе практики.

11. Образовательные, научно-исследовательские, научно-производственные и информационные технологии, используемые на преддипломной практике

Образовательные технологии – проблемно-поисковая, проблемного обучения.

Научно-исследовательские и научно-производственные технологии - интерактивные технологии (ситуативные задачи, круглый стол, решение управленческих, экономических расчетных задач с применением справочных систем и статистических данных с сайта Росстата).

При осуществлении образовательного процесса студентами и профессорско-преподавательским составом используются информационные технологии:

ЭБС Znanium; №3272 от 5.09.2018

Консультант плюс; №459363 от 1.04.2013

WindowsXP ProfessionalSP3; №42036743 от 16.04.2007

Windows 7 №48509295 от 17.05. 2011

MicrosoftOffice 2007; №43224817 от 19.12.2007

MicrosoftOffice 2010; №48509295 от 17.05. 2011

Антивирус DoctorWeb; №О-195 от 03.04.2019

CorelDrawGraphicsSuiteX4; №30551664 от 18.03.2008

1С Предприятие 8. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях

№ 9334582

AdobeConnect 9 (вебинар)

Скайп <https://www.skype.com/ru/get-skype/>

12. Учебно-методическое и информационное обеспечение преддипломной практики

а) основная литература:

1. Керимова, Ч.В. Учетно-аналитическое обеспечение разработки и реализации рекламных проектов [Электронный ресурс] : Монография / Ч. В. Керимова. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2013. — 218 с. - ISBN 978-5-394-02322-4 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=514528> -
2. Рекламный менеджмент: Учебное пособие / В.А. Поляков, А.А. Романов. - М.: КУРС: НИЦ ИНФРА-М, 2018. - 352 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/514528>
Рекламный образ: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности "Реклама", "Маркетинг", "Коммерция (торговое дело)" / Анашкина Н.А.; Под ред. Дмитриева Л.М. - М.:ЮНИТИ-ДАНА

б) дополнительная литература:

1. Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 "О средствах массовой информации" (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2018)
2. Федеральный закон от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе».
3. Связи с общественностью как средства формирования ценностного коммуникативного пространства / Е.А. Осипова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 144 с.: 60x90 1/16 ISBN 978-5-16-103663-1 (online) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog>.
4. Язык современных СМИ: средства речевой агрессии: Учебное пособие / Н.Е. Петрова, Л.В. Рацибурская. - М.: Флинта: Наука, 2011. - 160 с. (e-book) ISBN 978-5-9765-0347-2
5. Теория и практика рекламы: Учебное пособие/Шишова Н. В., Подопригора А. С., Акулич Т. В. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 144 с.: 60x88 1/16 (Обложка) ISBN 978-5-16-004794-2, 500 экз. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog>.
6. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Теория и практика рекламы : учеб. пособие / О.Г. Кузьмина, О.Ю. Посухова. — М. : РИОР : ИНФРА-М, 2018. - 187 с. - (Высшее образование). - DOI: <https://doi.org/10.12737/01756-2> [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog>.

в) Интернет-ресурсы:

1. Справочно-правовая система "Консультант Плюс" или "Гарант".
2. ЭБС "Знаниум".

13. Материально-техническое обеспечение преддипломной практики

Материально-техническое обеспечение преддипломной практики осуществляется на основе договоров между вузом и организацией (местом практики). Согласно договору принимающая организация предоставляет студентам места практики (рабочие места) с соответствующим направлением профессиональной подготовки уровнем материально-технического оснащения.

Материально-техническое обеспечение практики в МЭБИК

Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий	№ аудитории	Перечень оборудования и технических средств обучения
---	-------------	--

Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий	№ аудитории	Перечень оборудования и технических средств обучения
<p>Учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций.</p> <p>Учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации.</p> <p>Компьютерные классы</p>	<p>№404, №200, №202, №206,</p> <p>№107, №110, №207</p>	<p>Учебные рабочие места</p> <ul style="list-style-type: none"> • Компьютер Cel 3 ГГц, 512Мб, 120Гб, FDD, • Компьютер Intel Pentium Dual CPU 1,8 ГГц, 2048 Мб • Компьютер Intel Core i3 CPU 3,4 ГГц, 4 Гб • Компьютер Intel Core i5 CPU 3,2 ГГц, 4 Гб • Лицензионное программное обеспечение - Windows XP Professional SP3, Windows 7 • Microsoft Office 2007, 2010 • 1С Предприятие 8. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях • Антивирус Doctor Web • Консультант Плюс • Corel Draw Graphics Suite X4 • Adobe Connect 9 (вебинар)
<p>Помещение для самостоятельной работы</p>	<p>№102</p>	<p>столы компьютерные 13 шт., столы с дополнительным расширением для инвалидов и лиц с ОВЗ 2 шт., стулья 6 шт., компьютеры benq 17" lcd/cel 3мгц /512 mb/80 gb 9 шт. доска фломастерная 2-х сторонняя передвижная 1 шт., сплит-система LG 1 шт., жалюзи (пластик) 4 шт., кресло 9 шт., огнетушитель 1 шт.</p>
<p>Библиотека</p>	<p>№004</p>	<p>Каталожная система библиотеки – для обучения студентов умению пользоваться системой поиска литературы</p>
<p>Читальный зал библиотеки</p>	<p>№003</p>	<p>Рабочие места с ПК – для обучения работе с индексирующими поисковыми системами в Internet</p>
<p>Аудитория для хранения учебного оборудования</p>	<p>№111</p>	

Приложение А

ЧОУ ВО «Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса»

Факультет подготовки бакалавров

Кафедра управления и связей с общественностью

Направление подготовки:

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: «Реклама и связи с общественностью в отраслях и сферах деятельности»

**ОТЧЕТ ПО
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ:
ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКЕ**

Курс обучения:

Группа

Срок прохождения практики: «___» _____ 20__ - «___» _____ 20__ года

Место прохождения практики:

Выполнил

_____/_____
Подпись / ФИО

Руководитель практики от кафедры

должность

_____/_____
Подпись / ФИО

Руководитель практики от организации:

должность

_____/_____
Подпись / ФИО

Курс -20__

**Совместный план-график
ПРОХОЖДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ:
ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ**

№ п/п	Дата	Этап	Краткое содержание выполненной работы	Отметка о выполнении
1.	1 день 1 недели	Организационный	Рабочее совещание (групповое). Согласование индивидуального задания и совместного рабочего графика (плана) прохождения практики с руководителем практики от вуза. Согласование индивидуального задания и совместного рабочего графика (плана) прохождения практики с руководителем практики от организации. Инструктаж по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка в организации	
2.	2 -6 дни 1 недели, 2-4 неделя	Основной	Правовой статус и структура управления рекламной или PR-компаниями	
3.	5-6 недели		Корпоративная и маркетинговая стратегия;	
4.	7-8 недели		Общие показатели экономической деятельности	
5.	9 неделя		Показатели рекламной и PR-политики деятельности рекламной или PR-компаниями	
6.	1-6 день 10 недели		Заключительный	Оформление отчета о практике. Защита результатов прохождения практики.

Руководитель практики от организации:

_____ / _____
должность

Подпись

ФИО

Руководитель практики от кафедры:

_____ / _____
должность

Подпись

ФИО

Студент:

_____ / _____
Подпись

ФИО

Приложение В

**ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ
ДЛЯ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ:
ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ**

студенту (-тке) _____
(фамилия, имя, отчество)

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль: «Реклама и связи с общественностью в отраслях и сферах деятельности»

Исходные данные, необходимые для выполнения задания: локальные акты организации, научные публикации, информация официальных сайтов

Форма предоставления на кафедру выполненного задания: отчет в печатном и электронном виде

Содержание и планируемые результаты:

№ п/п	Содержание практики
1.	Ознакомиться с содержанием практики.
2.	Согласовать индивидуальное задание на практику и совместный рабочий график (план) проведения практики с руководителем практики от МЭБИК.
3.	Согласовать индивидуальное задание на практику и совместный рабочий график (план) проведения практики с руководителем практики от организации
4.	Пройти инструктаж по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка в организации
5.	Правовой статус и структура управления рекламной или PR-компания (название и юридический адрес, организационно-правовая форма, структура управления; перечень оказываемых услуг и производимых продуктов; корпоративная и маркетинговая стратегия; общие показатели экономической деятельности (прибыль, товарооборот, затраты на маркетинговую и рекламную деятельность) по согласованию с руководителем базы практики.
6.	Показатели рекламной и PR-политики деятельности рекламной или PR-компания (описание коммуникативной стратегии предприятия, компании, организации; виды и график рекламных и PR-мероприятий, промо-акций; показатели доли марки и её узнаваемости; бюджет на рекламные и PR-кампании, результаты оценки эффективности рекламной и PR-политики) по согласованию с руководителем базы практики
7.	Подбор и анализ материалов для третьей главы ВКР.
8.	Выполнить индивидуальное задание.
9.	Провести систематизацию материала для выпускной квалификационной работы.
10.	Оформить отчет о практике.
11.	Защитить результаты прохождения практики.
Планируемые результаты (освоение компетенций)	
	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4

Руководитель практики от МЭБИК
_____/_____
(подпись) (расшифровка подписи)
«__» _____ 201__ г.

Руководитель практики от организации
_____/_____
(подпись) (расшифровка подписи)
«__» _____ 201__ г.

СОГЛАСОВАНО
Зав. кафедрой

Еськова Н.А.
«__» _____ 201__ г.

Задание принял к исполнению
«__» _____ 201__ г.

Подпись студента (ки) _____

Содержание

Введение	5
1. Правовой статус и структура управления рекламной или PR-компаниями	
2. Корпоративная и маркетинговая стратегия. Общие показатели экономической деятельности	
3. Показатели рекламной и PR-политики деятельности рекламной или PR-компаниями	
Заключение	
Список использованных источников	
Приложения	

Приложение Д

ЧОУ ВО «Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса»

Факультет подготовки бакалавров

Кафедра управления и связей с общественностью

Направление подготовки:

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: «Реклама и связи с общественностью в отраслях и сферах деятельности»

**ОТЧЕТ ПО
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ:
ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКЕ**

Курс обучения:

Группа

Срок прохождения практики: «__» _____ 20__ - «__» _____ 20__ года

Место прохождения практики:

Выполнил

_____/_____
Подпись / ФИО

Руководитель практики от кафедры

должность

_____/_____
Подпись / ФИО

Руководитель практики от организации:

должность

_____/_____
Подпись / ФИО

Курс -20__

**ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ
ДЛЯ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ:
ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ**

студенту (-тке) _____
(фамилия, имя, отчество)

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль: «Реклама и связи с общественностью в отраслях и сферах деятельности»

Исходные данные, необходимые для выполнения задания: локальные акты организации, научные публикации, информация официальных сайтов

Форма предоставления на кафедру выполненного задания: отчет в печатном и электронном виде

Содержание и планируемые результаты:

№ п/п	Содержание практики
12.	Ознакомиться с содержанием практики.
13.	Согласовать индивидуальное задание на практику и совместный рабочий график (план) проведения практики с руководителем практики от МЭБИК.
14.	Согласовать индивидуальное задание на практику и совместный рабочий график (план) проведения практики с руководителем практики от организации.
15.	Пройти инструктаж по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка в организации
16.	Исследовательская работа в рамках темы ВКР.
17.	Подбор и анализ материалов для третьей главы ВКР.
18.	Выполнить индивидуальное задание.
19.	Провести систематизацию материала для выпускной квалификационной работы.
20.	Оформить отчет о практике.
21.	Защитить результаты прохождения практики.
Планируемые результаты (освоение компетенций)	
	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4

Руководитель практики от МЭБИК
_____/_____
(подпись) (расшифровка подписи)
«__»_____201__г.

Руководитель практики от организации
_____/_____
(подпись) (расшифровка подписи)
«__»_____201__г.

СОГЛАСОВАНО
Зав. кафедрой

Еськова Н.А.
«__»_____201__г.

Задание принял к исполнению
«__»_____201__г.

Подпись студента (ки) _____

Содержание

Введение	5
4. Техничко-экономическое обоснование проекта	
5. Техническое задание проекта	
6. Краткая структура проекта	
7. Креативный бриф	
8. Правовое обоснование проекта	
9. Эффективность проекта	
Заключение	
Список использованных источников	
Приложения	