

Частное образовательное учреждение высшего образования

«Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса»

УТВЕРЖДАЮ:

Первый проректор - проректор по учебной
работе и дистанционному обучению



В.В. Закурдаева

«30» августа 2019г.

ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ:

«Профессионально-творческой практики»

Направление подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки

Реклама и связи с общественностью в отраслях и сферах деятельности

Программа производственной 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



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: профессионально-творческой практики

Цель практики - научить студентов применять на практике полученные знания по обязательным базовым и специальным дисциплинам, проявить умение выражать свой уровень обще-профессиональной и специальной подготовки в сфере рекламы и связей с общественностью.

2. Задачи производственной практики: профессионально-творческой практики

- 1) закрепление и углубление теоретической подготовки студента,
- 2) приобретение и совершенствование практических навыков и компетенций, а также опыта самостоятельной профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью;
- 3) выявление степени профессиональной подготовленности бакалавра к самостоятельной профессиональной деятельности;
- 4) сбор, обобщение и анализ полученных в ходе практики материалов для подготовки отчета по практике.

3. Место производственной 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.02.01(П) Профессионально-творческая 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 компетенций у обучающихся.

Профессионально-творческая практика для студентов ОФО организуется на 3 курсе в 6 семестре, для студентов ЗФО со сроком обучения 5 лет на 4 курсе в 8 семестре. Практика базируется на дисциплинах 1,2 и 3 курсов для ОФО и 1,2,3 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 организации - базы практики возлагается на высококвалифицированных специалистов и руководителей подразделений.

4. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных 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 (изучение действующих в подразделении нормативно-правовых актов по его функциональному предназначению, режиму работы, делопроизводству, структуре данной организации и др.)	72/2
	Проектная деятельность. 2 этап Подготовка информационных, аналитических и исследовательских материалов, включающих в себя:	504/14

	<ul style="list-style-type: none"> • 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, товарооборот, затраты на маркетинговую и рекламную деятельность) по согласованию с руководителем базы практики; • 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; • 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. 	
	Проектная деятельность (составление проектов документов и информационных материалов, оформление дневников, отчетов и защита отчета в последний день практики)	72/2

Профессионально-творческая практика способствует комплексному формированию универсальных, общепрофессиональных компетенций у обучающихся:

УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; УК-8; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7

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
<p>УК-1.</p> <p>Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач</p>	3	<p>Владеет навыками научного поиска и практической работы с информационными источниками; методами принятия решений.</p>	<p>Знать: основы практической работы с информационными источниками; методами принятия решений;</p> <p>Уметь: практической работы с информационными источниками; методами принятия решений;</p> <p>Владеть: навыками научного поиска и практической работы с информационными источниками; методами принятия решений.</p>
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.	
УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально- историческом, этическом и философском контекстах	3	Владеет практическими навыками анализа философских и исторических фактов, оценки явлений культуры; способами анализа и пересмотра своих взглядов в случае разногласий и конфликтов в межкультурной	Знать: основы бесконфликтного поведения с использованием философского и исторического подходов; Уметь: анализировать и пересматривать свои взгляды в случае разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации; Владеть: навыками анализа философских и исторических фактов, оценки явлений культуры.

		коммуникации.	
Показатель оценивания		анализ философских и исторических фактов, оценка явлений культуры при осуществлении бесконфликтной профессиональной деятельности	
УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	3	Владеет способами управления своей познавательной деятельностью и удовлетворения образовательных интересов и потребностей.	Знать: основы познавательной деятельности; Уметь: управлять своей познавательной деятельностью для удовлетворения образовательных интересов; Владеть: навыками управления своей познавательной деятельностью и удовлетворения образовательных интересов и потребностей.
Показатель оценивания		управление своей познавательной деятельностью и удовлетворение образовательных интересов и потребностей	
УК-8. Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций	3	Владеет методами прогнозирования возникновения опасных или чрезвычайных ситуаций; навыками поддержания безопасных условий жизнедеятельности.	Знать: основы самосохранительного поведения; Уметь: прогнозировать возникновение опасных или чрезвычайных ситуаций; Владеть: навыками поддержания безопасных условий жизнедеятельности.
Показатель оценивания		прогнозирование возникновения опасных или чрезвычайных ситуаций и поддержание безопасных условий жизнедеятельности.	
ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	3	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	Знать: основы подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов; 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; Владеть: навыками подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
Показатель оценивания		подготовка текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранно-	

		го языков, особенностями иных знаковых систем	
ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	3	Владеет навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов с учетом тенденций развития общественных и государственных институтов	Знать: основы создания текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов; Уметь: создавать тексты рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов с учетом тенденций развития общественных и государственных институтов; Владеть: навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов с учетом тенденций развития общественных и государственных институтов.
Показатель оценивания		создание текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов с учетом тенденций развития общественных и государственных институтов	
ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	3	Владеет навыками использования многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	Знать: основные достижений отечественной и мировой культуры в профессиональной деятельности; Уметь: использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; Владеть: навыками использования многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.
Показатель оценивания		использование многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	
ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	3	Владеет навыками ответа на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.	Знать: основные запросы и потребности общества и аудитории в сфере связей с общественностью; Уметь: использовать технологии ответа на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности Владеть: навыками ответа на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.
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 медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p>	3	<p>Владеет 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>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 региона, страны и мира на профессиональную деятельность;</p> <p>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>
Показатель оценивания		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>ОПК-6.</p> <p>Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии</p>	3	<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;</p> <p>Уметь: применять современные информационные технологии и программные средства, в том числе отечественного производства, при решении задач профессиональной деятельности;</p> <p>Владеть: навыками применения современных информационных технологий и программных средств, в том числе отечественного производства, при решении задач профессиональной деятельности.</p>
Показатель оценивания		применение современных информационных технологий и программных средств, в том числе отечественного производства, при решении задач профессиональной деятельности.	
<p>ОПК-7.</p> <p>Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности</p>	3	<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;</p> <p>Уметь: прогнозировать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности в соответствии с принципами социальной ответственности;</p> <p>Владеть: навыками прогнозирования эффектов и последствий своей профессиональной деятельности в соответствии с принципами социальной ответственности.</p>
Показатель оценивания		прогнозирование эффектов и последствий своей профессиональной деятельности в соответствии с принципами социальной ответственности	

5. Место и время проведения производственной практики профессионально-творческой практики

Способы и формы проведения производственной практики: профессионально-творческой практики

Способ практики – стационарная, выездная.
Форма практики – дискретно.

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

Объем в зачетных единицах – 18.

Продолжительности в неделях, либо в академических часах – 12 недель, 648 ч.

7. Структура и содержание производственной практики: профессионально-творческой практики

Конкретное содержание практики 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.

Совместный план-график и индивидуальное задание прохождения профессионально-творческой практики представлены в Приложениях Б и В к программе практики.

Таблица 3 - Этапы прохождения практики

Этап	Краткое содержание выполненной работы
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
Основной	Правовой статус рекламной или PR-компании
	Структура управления рекламной или PR-компании
	Маркетинговые показатели деятельности рекламной или PR-компании
	Анализ и оценка эффективности проводимых рекламно-маркетинговых мероприятий.
	Показатели рекламной и PR-политики деятельности рекламной или PR-компании
Заключительный	Оформление отчета о практике. Защита результатов прохождения практики.

Таблица 4 - Виды деятельности на практике и их содержание

Наименование трудового действия	Наименование вида деятельности	Количество часов /ЗЕТ
Профессиональное обеспечение создания и реализации рекламного и PR-продукта	Проектная деятельность 1 этап (изучение действующих в подразделении нормативно-правовых актов по его функциональному назначению, режиму работы, делопроизводству, структуре данной организации и др.)	72/2
	Проектная деятельность. 2 этап Подготовка информационных, аналитических и исследовательских материалов, включающих в себя: <ul style="list-style-type: none"> • 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, товарооборот, затраты на маркетинговую и рекламную деятельность) по согласованию с руководителем базы практики; • 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; • 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. 	504/14
	Проектная деятельность (составление проектов документов и информационных материалов, оформление дневников, отчетов и защита отчета в последний день практики)	72/2

8. Формы отчетности по производственной практике: профессионально-творческой 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:

Титульный лист (Приложение А).

Совместный план-график прохождения производственной практики: профессионально-творческой практики (Приложение Б).

Индивидуальное задание для прохождения производственной практики: профессионально-творческой практики (Приложение В).

Содержание (Приложение Г).

Основная часть:

1. Правовой статус и структура управления рекламной или PR-компанияи.
2. Маркетинговые показатели деятельности рекламной или PR-компанияи.
3. Показатели рекламной и PR-политики деятельности рекламной или PR-компанияи.

Заключение

Список использованных источников

Приложения

9. Описание форм промежуточной аттестации обучающихся по производственной практике: профессионально-творческой практике

Текущая аттестация проводится в конце 2 недели прохождения практики и оценивается по результатам заполнения анкеты и (или) собеседования по вопросам анкеты.

Промежуточная аттестация проводится в виде зачета с оценкой.

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 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: профессионально-творческой 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 программе производственной практики.

11. Образовательные, научно-исследовательские, научно-производственные и информационные технологии, используемые на производственной практике: профессионально-творческой 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

а) основная литература:

1. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Поляков, А. А. Романов. — М. : Издательство Юрайт, 2015. — 502 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-4870-7. Свободный доступ // <https://biblio-online.ru/book/033B5D7D-5652-4B4E-8900-5EA41D350E2A/razrabotka-i-tehnologii-proizvodstva-reklamnogo-produkta>
2. Разработка рекламного продукта: Учеб. пособие / А.А. Романов, Г.А. Васильев, В.А. Поляков. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2010. - 256 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9558-0124-7/<http://znanium.com/catalog/query>

3. Управление разработкой и внедрением нового продукта: Учебное пособие/ Борискова Л.А., Глебова О.В., Гусева И.Б. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 272 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат) (Переплёт) ISBN 978-5-16-011407-1 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog>.

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».
4. Технологии обработки текстовой информации. Технологии обработки графической и мультимедийной информации: Учебное пособие / Могилев А.В., Листрова Л.В. - СПб:БХВ-Петербург, 2010. - 283 с. ISBN 978-5-9775-0468-3
5. Управление качеством рекламы: Учебное пособие / Смирнов Э.А. - М.:ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 170 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат) ISBN 978-5-369-01049-5
6. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции: Учебное пособие / Чумиков А.Н., Бочарова М.П., Самойленко С.А. - М.: Дело АНХ, 2016. - 520 с.: 60x90 1/16 (Обложка) ISBN 978-5-7749-1135-6

в) Интернет-ресурсы:

7. Справочно-правовая система "Консультант Плюс" или "Гарант".
8. ЭБС "Знаниум".

13. Материально-техническое обеспечение производственной практики: профессионально-творческой практики

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

Материально-техническое обеспечение практики в МЭБИК

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>№404, №200, №202, №206,</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 • MicrosoftOffice 2007, 2010 • 1С Предприятие 8. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях • Антивирус Doctor Web
<p>Компьютерные классы</p>	<p>№107, №110, №207</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Консультант Плюс • Corel Draw Graphics Suite X4 • AdobeConnect 9 (вебинар)

Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий	№ аудитории	Перечень оборудования и технических средств обучения
Помещение для самостоятельной работы	№102	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 gb9 шт. доска фломастерная 2-х сторонняя передвижная 1 шт., сплит-система LG1 шт., жалюзи (пластик) 4 шт., кресло 9 шт., огнетушитель 1 шт.
Библиотека	№004	Каталожная система библиотеки – для обучения студентов умению пользоваться системой поиска литературы
Читальный зал библиотеки	№003	Рабочие места с ПК – для обучения работе с индексирующими поисковыми системами в Internet
Аудитория для хранения учебного оборудования	№111	

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:
ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКОЙ 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

Курск -20___

Приложение Б

Совместный план-график прохождения ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ: ПРОФЕССИОНАЛЬНО- ТВОРЧЕСКОЙ 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.	Вып.
2.	2 -6 дни 1 недели	Основной	Правовой статус рекламной или PR-компании	Вып.
3.	1-6 дни 2 недели		Структура управления рекламной или PR-компании	Вып.
4.	1-6 дни 3 недели		Маркетинговые показатели деятельности рекламной или PR-компании	Вып.
5.	1-4 дни 4 недели		Анализ и оценка эффективности проводимых рекламно-маркетинговых мероприятий.	Вып.
6.			Показатели рекламной и PR-политики деятельности рекламной или PR-компании	Вып.
7.	5-6 дни 4 недели	Заключительный	Оформление отчета о практике. Защита результатов прохождения практики.	Вып.

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
ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКОЙ 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.	Маркетинговые показатели деятельности рекламной или PR-компания (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.
7.	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.
8.	Выполнить индивидуальное задание.
9.	Провести систематизацию материала для отчета
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; УК-8; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7	

Руководитель практики от МЭБИК

_____/_____
(подпись) (расшифровка подписи)

«__»____201__г.

СОГЛАСОВАНО

Зав. кафедрой

«__»____201__г. Еськова Н.А.

Руководитель практики от организации

_____/_____
(подпись) (расшифровка подписи)

«__»____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. Маркетинговые показатели деятельности рекламной или PR-компаниями	
3. Показатели рекламной и PR-политики деятельности рекламной или PR-компаниями	
Заключение	
Список использованных источников	
Приложения	