

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«НЕВСКИЙ ИНСТИТУТ ЯЗЫКА И КУЛЬТУРЫ»

УТВЕРЖДАЮ

Ректор Автономной некоммерческой
образовательной организации высшего
образования «Невский институт языка и
культуры»

_____ М.И. Диброва

« ____ » _____ 2024_ года

Рабочая программа практики
**Б2.О.02(П) Производственная практика в сфере рекламы
(профессионально-творческая практика)**

Направление подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки
Создание и продвижение коммуникационного продукта

Присваиваемая квалификация
Бакалавр

Санкт-Петербург
2024

Рабочая программа практики составлена в соответствии с требованиями:

- ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, уровню высшего образования бакалавриат, утвержденным приказом Минобрнауки России от 8 июня 2017 г. № 512(с изменениями и дополнениями);

- Приказа Минобрнауки РФ от 6 апреля 2021 г. № 245 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры» (с изменениями и дополнениями);

- Приказа Минобрнауки РФ и Министерства просвещения РФ от 5 августа 2020 г. № 885/390 «О практической подготовке обучающихся» (с изменениями и дополнениями);

- учебного плана Автономной некоммерческой образовательной организации высшего образования «Невский институт языка и культуры» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, уровню высшего образования бакалавриат, направленность (профиль) «Создание и продвижение коммуникационного продукта».

Составитель: __Ильина И.А.__

Составитель ФОС __Ильина И.А __

Рассмотрено на заседании Ученого совета
(протокол № 3 от «24» декабря 2024 г.).

Рекомендовано к использованию в учебном процессе

1. Перечень планируемых результатов прохождения практики

Процесс прохождения практики направлен на формирование следующих компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
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	<p>УК-2.1. Определяет совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих достижение поставленной цели, исходя из действующих правовых норм</p> <p>УК-2.2. Определяет ресурсное обеспечение для достижения поставленной цели</p> <p>УК-2.3. Оценивает вероятностные риски и ограничения в решении поставленных задач</p> <p>УК-2.4. Определяет ожидаемые результаты решения поставленных задач</p>
УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	<p>УК-4.1. Использует различные формы, виды устной и письменной коммуникации на русском, родной и иностранном(ых) языке(ах)</p> <p>УК-4.2. Свободно воспринимает, анализирует и критически оценивает устную и письменную деловую информацию на русском, родном и иностранном(ых) языке(ах)</p> <p>УК-4.3. Владеет системой норм русского литературного языка, родного языка и нормами иностранного(ых) языка(ов)</p> <p>УК-4.4. Использует языковые средства для достижения профессиональных целей на русском, родном и иностранном(ых) языке(ах)</p> <p>УК-4.5. Выстраивает стратегию устного и письменного общения на русском, родном и иностранном(ых) языке(ах)</p>
УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	<p>УК-6.1. Оценивает личные ресурсы по достижению целей управления своим временем в процессе реализации траектории саморазвития</p> <p>УК-6.2. Объясняет способы планирования свободного времени и проектирования траектории профессионального и личного роста</p> <p>УК-6.3. Демонстрирует владение приемами и техниками психической саморегуляции, владения собой и своими ресурсами</p> <p>УК-6.4. Критически оценивает эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач</p>
ОПК-1. Способен создавать	ОПК-1.1. Выявляет отличительные

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ ОПК-1.2. 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
ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса ОПК-3.2. Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
ОПК-5. 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	ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных	ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	<p>необходимое техническое оборудование и программное обеспечение</p> <p>ОПК-6.2. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p>
ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	<p>ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности</p> <p>ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом</p>
Тип задач профессиональной деятельности: организационный	
ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	<p>ПК-1.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью</p> <p>ПК-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии</p> <p>ПК-1.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p>
Тип задач профессиональной деятельности: технологический	
ПК-4. Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	<p>ПК-4.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде</p> <p>ПК-4.2. При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде</p> <p>ПК-4.3. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в</p>

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
	<p>работе с различными целевыми группами</p> <p>ПК-4.4. Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций</p> <p>ПК-4.5. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта</p>

2. Место практики в структуре ОПОП

Часть образовательной программы, к которой относится практика:

Обязательная часть

Вид практики

производственная практика

Тип практики

профессионально-творческая практика

Формы проведения практики

Распределенная (путем чередования периодов учебного времени для проведения практик с периодами учебного времени для проведения теоретических занятий)

Цель прохождения практики:

- закрепить и углубить теоретические знания по рекламной деятельности и методологии управления рекламным процессом на предприятии и в стороннем рекламной агентстве;

- приобрести и усвоить практические навыки самостоятельной работы в реальных условиях производственно-хозяйственной деятельности рекламной службы организаций (предприятий, фирм).

Задачи практики:

- детально ознакомиться со структурой и функциями подразделений (служб) организации(предприятия), занимающихся организацией и управлением рекламно-маркетинговым процессом на предприятии, рассмотреть функциональные обязанности сотрудников этих служб, получить практические навыки по всем составляющим системы управления рекламной политикой на предприятии;

- изучить и проанализировать основные показатели по хозяйственной деятельности предприятия;

- изучить документы и материалы по объектам интеллектуальных прав и обеспечению авторских прав в рекламе;

- участвовать в практической работе рекламной службы предприятия;

- развивать навыки создания рекламного продукта;

- совершенствовать практические навыки самостоятельной работы и формулирования выводов;
- освоить методику оценки эффективности рекламной деятельности;
- развить навыки презентации и защиты результатов выполняемой работы.

3. Объем дисциплины и виды учебной работы

Очная форма обучения

Общая трудоёмкость	9з.е.
Академических часов в з.е.	36
Итого академических часов	324
Контактная работа (академических часов)	216
в том числе:	
- лекции	-
- практические занятия	216
Самостоятельная работа (академических часов)	108
Контроль	
- семестр	6
- вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	зачет с оценкой
- количество академических часов	-

4. Содержание практики

4.1. Этапы проведения практики

Структура программы производственной практики в сфере рекламы (профессионально-творческой практики) предполагает наличие следующих этапов:

- подготовительного этапа;
- основного (производственного) этапа;
- заключительного этапа.

4.2. Содержание программы практики

Наименование этапов производственной практики (профессионально-творческой практики)	Содержание	Виды работ на практике, включая самостоятельную работу студентов
Подготовительный этап	Проведение организационного собрания для разъяснения целей, задач, содержания и порядка прохождения	<ul style="list-style-type: none"> - ознакомление с программой практики - знакомство с руководителями практики - определение основных направлений деятельности в процессе прохождения практики - получение и обсуждение с руководителями индивидуального задания

Наименование этапов производственной практики (профессионально-творческой практики)	Содержание	Виды работ на практике, включая самостоятельную работу студентов
	практики. Разработка индивидуального задания. Проведение инструктажей	- оформление документации по практике - ознакомление с правилами внутреннего трудового распорядка, требованиями охраны труда и техники безопасности места прохождения практики - первичное знакомство с организацией
Основной (производственный) этап	Сбор и обработка нормативно-правовой и производственно-технологической информации. Выполнение индивидуального задания	- изучение производственных процессов - конкретизация тематики собственного проекта в рамках индивидуального задания - выполнение индивидуального задания - составление аналитической справки/экспертного заключения/отчета/обзора/прогноза на основе полученных результатов
Заключительный этап	Подготовка и защита отчета по практике	- подготовка отчета по практике - подготовка выступления для защиты отчета по практике: подготовка доклада и презентации - выступление с докладом - ответы на вопросы

4.3. Индивидуальные задания на производственную практику в сфере рекламы (профессионально-творческую)

Ниже приведен список типовых заданий, которые необходимо выполнить в процессе прохождения практики. В процессе подготовки индивидуального задания для конкретного обучающегося производится дальнейшая конкретизация в зависимости от специфики профильной организации, рекомендаций руководителей и собственных склонностей и желаний обучающегося.

1. Проанализировать направления рекламной/PR деятельности организации (фирмы) – базы практики, структуры организации (фирмы), функций каждого отдела.
2. Подготовить пакет образцов рекламной/PR продукции фирмы – базы практики и провести анализ.
3. Подготовить список и краткое описание материалов, техник и технологий, которые используются в деятельности фирмы – базы практики.
4. Предоставить личные публикации и/или рекламные сообщения (материалы), подготовленные за период прохождения практики, укомплектованные в порядке их опубликования (требования к оформлению материалов: аккуратное предоставление видео-, аудио- и печатных публикаций с указанием названия СМИ, авторства, даты, заверенных руководителем организации, где студент проходил практику).

5. Разработать проекты планов рекламной/PR кампании.
6. Подготовить аналитический материал о проведении рекламных/PR акций или мероприятий.
7. Провести самоанализ, оценку результатов деятельности специалиста по рекламе во время прохождения производственной практики.
8. Подготовить мультимедийную презентацию публичной защиты производственной практики

5. Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы при прохождении практики

Практика реализуется в форме практической подготовки при освоении образовательной программы в условиях выполнения обучающимися определенных видов заданий, связанных с будущей профессиональной деятельностью и направленных на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенций по профилю соответствующей образовательной программы.

Практика может быть организована:

- непосредственно в Автономной некоммерческой образовательной организации высшего образования «Невский институт языка и культуры» (далее — Институт), в том числе в структурном подразделении Института, предназначенном для проведения практической подготовки;

- 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 Институтом и Профильной организацией.

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.

Для руководства практикой от Института назначается руководитель из числа лиц, относящихся к профессорско-преподавательскому составу Института.

Также со стороны Профильной организации назначается ответственное лицо, соответствующее требованиям трудового законодательства Российской Федерации о допуске к педагогической деятельности, из числа работников Профильной организации, которое обеспечивает организацию практики (ответственный от Профильной организации).

Руководитель практики от Института и ответственный от Профильной организации взаимодействуют в процессе прохождения практики в части организации практической подготовки, в том числе информирования о качестве и объеме выполненных обучающимися работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Процесс прохождения практики происходит следующим образом: обучающиеся получают индивидуальное задание на практику, заполняют бланковую документацию (при необходимости), выполняют задание в процессе прохождения практики, формируют отчет по практике и защищают данный отчет по окончании практики.

Результаты прохождения практики оформляются в виде отчета.

Отчет должен иметь объем 20-25 страниц формата А4 и при необходимости дополнительно приложение, в которое могут входить графические, табличные и прочие материалы.

Структура отчета

- титульный лист;

- индивидуальное задание;
- введение: описание цели практики, места прохождения практики, сроков прохождения практики и указание количества недель практики;
- основная часть: описание собранного в процессе прохождения практики фактического материала, практических задач, методов и технологий решения задач;
- заключения, в котором приведены полученные результаты, выводы и рекомендации.
- приложения к отчету (при необходимости).

Отчет по практике сдается на проверку вместе с отметкой о прохождении практики в установленный срок. В ходе защиты отчета по практике обучающиеся демонстрируют полученный уровень сформированности компетенций.

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Текущий контроль успеваемости при прохождении практики осуществляется руководителем практики от Института и ответственным по практике от Профильной организации.

Текущий контроль успеваемости предусмотрен на всех этапах проведения производственной практики. Формы текущего контроля: организационный контроль — проверка посещаемости, проверка своевременности оформления документации и пр., и содержательный контроль — собеседование, консультации, направленные на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме.

Промежуточная аттестация по производственной практике осуществляется в форме зачета с оценкой. В ходе проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике оценке подлежат:

- отчет по практике;
- доклад при защите отчета по практике, презентация и ответы на вопросы.

Описание процедуры оценивания результатов прохождения практики представлено в приложении к настоящей программе «Фонд оценочных средств по практике Б2.О.02(П) Производственная практика в сфере рекламы (профессионально-творческая практика)». Критерии оценивания результатов промежуточной аттестации и результатов текущего контроля успеваемости, шкалы и процедуры оценивания соответствуют разделу 3 Фонда оценочных средств по основной профессиональной образовательной программе (общая часть)(приложение к основной профессиональной образовательной программе).

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение практики

7.1. Рекомендуемая литература

Основная литература

1. Цверианашвили, И. А. Методические рекомендации по практикам "Зарубежное регионоведение" и "Реклама и связи с общественностью" : учебно-методическое пособие / И. А. Цверианашвили. — Санкт-Петербург :СПбГУТ им. М.А. Бонч-Бруевича, 2021. — 23 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/279494> (дата обращения: 16.05.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Организация и проведение практики по направлению подготовки бакалавров «Реклама и связи с общественностью: современные медиатехнологии» : учебно-методическое пособие / О. С. Иссерс, Е. А. Никитина, И. П. Ромашова, М. В. Терских. — Омск :ОмГУ,

2020. — 40 с. — ISBN 978-5-7779-2448-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/142448> (дата обращения: 16.05.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

3. Жесткова, Н. А. Теория и практика рекламы : учебное пособие / Н. А. Жесткова. — Самара : ПГУТИ, 2021. — 86 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/301238> (дата обращения: 16.05.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

4. Чилингир, Е. Ю. Реклама и связи с общественностью: введение в профессию : учебное пособие / Е. Ю. Чилингир. — Сочи : РосНОУ, 2019. — 299 с. — ISBN 978-5-89789-140-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/162184> (дата обращения: 16.05.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Дополнительная литература

1. Андриянова-Качеишвили, Л. Т. Практика. Зарубежное регионоведение. Реклама и связи с общественностью : учебно-методическое пособие / Л. Т. Андриянова-Качеишвили, И. А. Цверианашвили. — Санкт-Петербург : СПбГУТ им. М.А. Бонч-Бруевича, 2022. — 35 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/279260> (дата обращения: 16.05.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Курушин, В. Д. Дизайн и реклама: от теории к практике / В. Д. Курушин. — Москва : ДМК Пресс, 2017. — 308 с. — ISBN 978-5-97060-553-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/97360> (дата обращения: 16.05.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

3. Интеллектуальная собственность и реклама: Актуальные вопросы, административная и судебная практика / под редакцией И. Шаблинского, Е. Тиллинг. — Москва : Альпина Паблишер, 2016. — 188 с. — ISBN 978-5-9614-1191-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/95538> (дата обращения: 16.05.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

4. Назайкин, А. Н. Эффективная продажа рекламы в интернете, прессе, на телевидении и радио : учебное пособие / А. Н. Назайкин. — Москва : СОЛОН-Пресс, 2017. — 324 с. — ISBN 978-5-91359-255-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/107648> (дата обращения: 16.05.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

5. Муртазина, С. А. История графического дизайна и рекламы : учебное пособие / С. А. Муртазина, В. В. Хамматова. — Казань : КНИТУ, 2013. — 124 с. — ISBN 978-5-7882-1397-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/73273> (дата обращения: 16.05.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

7.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение*

1. Операционная система Microsoft Windows
2. Операционная система Linux
3. Антивирус Kaspersky Security Cloud Free
4. Платформа Zoom
5. Программы из пакета Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint)
6. Программы из пакета LibreOffice/OpenOffice (Writer, Calc, Impress)
7. Adobe Acrobat Reader DC
8. Система Maxima

**Выбрать только то ПО, что соответствует преподаваемой дисциплине; можно дополнить своим; перенумеровать*

7.3. Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем*

№	Наименование	Электронный адрес (URL)
1	Информационно-справочная библиографическая система «Единый электронный каталог РНБ и РГБ»	http://eek.nlr.ru/
2	Электронно-библиотечная система издательства «Лань»	https://e.lanbook.com/
3	Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU.	https://elibrary.ru/
4	Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн»	http://biblioclub.ru/
5	Научная электронная библиотека «КиберЛенинка».	https://cyberleninka.ru/
6	Справочная правовая система «КонсультантПлюс»	https://www.consultant.ru/
7	Справочная правовая система «Гарант»	https://www.garant.ru/
8	Словари и справочники русского языка	https://povto.ru/
9	Большой толковый словарь русского языка	http://www.gramota.ru/slovari/
10	Словарь синонимов русского языка	https://словарь-синонимов.рф/
11	Словарь антонимов русского языка	https://antonymonline.ru/
12	Многоязычный переводной словарь «Мультитран»	https://www.multitran.com/

**Выбрать только те ресурсы, что соответствуют преподаваемой дисциплине; можно дополнить своими; перенумеровать*

8. Материально-техническое обеспечение практики

Практическая подготовка может быть организована:

- непосредственно в Институте, в том числе в структурном подразделении Института, предназначенном для проведения практической подготовки; в этом случае используется материально-техническое обеспечение образовательной организации;
- в Профильной организации, в том числе в структурном подразделении Профильной организации, предназначенном для проведения практической подготовки, на основании договора, заключаемого между Институтом и Профильной организацией; в этом случае для проведения практики используется материально-техническое обеспечение Профильной организации.

Материально-техническое обеспечение Института включает в себя: аудитории, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами (ПК с выходом в интернет и обеспечением доступа в электронно-информационно-образовательную среду организации, демонстрационное оборудование).

При организации практической подготовки Профильная организация создает условия для реализации компонентов образовательной программы, предоставляет оборудование и технические средства обучения в объеме, позволяющем выполнять определенные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью обучающихся.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по практике
Б2.О.02(П) Производственная практика в сфере рекламы
(профессионально-творческая практика)

Направление подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки
Создание и продвижение коммуникационного продукта

Присваиваемая квалификация
Бакалавр

ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ

Текущий контроль успеваемости – основной вид систематической проверки уровня знаний, умений, навыков, опыта практической деятельности обучающегося. Задача текущего контроля – оперативное и регулярное управление учебной деятельностью на основе корректирующей обратной связи. Текущий контроль позволяет получать первичную информацию о ходе и качестве усвоения учебного материала, а также стимулировать регулярную и целенаправленную учебную и исследовательскую работу обучающихся.

Текущий контроль успеваемости производится на всех этапах проведения производственной практики в различных формах:

Наименование этапов производственной практики (профессионально-творческой практики)	Содержание	Формы текущего контроля по практике	Ответственные
Подготовительный этап	Проведение организационного собрания для разъяснения целей, задач, содержания и порядка прохождения практики. Разработка индивидуального задания. Проведение инструктажей	Контроль посещаемости Контроль выполнения работ	Руководитель практики от Института
Основной (производственный) этап	Сбор и обработка нормативно-правовой и производственно-технологической информации. Выполнение индивидуального задания	Контроль посещаемости Контроль выполнения индивидуального задания (собеседование)	Ответственный от Профильной организации Руководитель практики от Института
Заключительный этап	Подготовка и защита отчета по практике	Консультации Собеседование	Руководитель практики от Института

Оценивание результатов текущего контроля проводится по шкале качественного типа (по шкале наименований «зачтено»/«не зачтено»). Критерии оценивания определяются разделом 3 Фонда оценочных средств по основной профессиональной образовательной программе (общая часть) (приложение к основной профессиональной образовательной программе).

ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ЗАЧЕТ С ОЦЕНКОЙ (6 семестр)

- В ходе проведения промежуточной аттестации по практике оценке подлежат:
- отчет по практике;
 - презентация;
 - доклад при защите отчета;

- ответы на вопросы.

Защита отчета проходит в форме индивидуального выступления. Каждый обучающийся получает до 10-ти минут для устного выступления, в котором он должен изложить содержание конкретных заданий, которые он выполнял в организации в период прохождения практики, а также выводы по всем основным позициям практики. После выступления обучающийся отвечает на вопросы руководителя от Института.

Во время защиты отчета обучающийся должен уметь анализировать проблемы, решения, статистику, которые изложены в отчете; обосновывать сделанные им выводы и предложения, их законность и эффективность, отвечать на все вопросы по существу отчета.

В процессе защиты выявляется качественный уровень сформированных компетенций. Учитывается также качество подготовленного отчета, глубина освещения вопросов, оформление отчета и презентации.

Для оценивания результатов прохождения практики используется традиционная шкала оценивания, предполагающая выставление оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно». Критерии оценивания определяются разделом 3 Фонда оценочных средств по основной профессиональной образовательной программе (общая часть) (приложение к основной профессиональной образовательной программе). По результатам защиты отчета выставляется оценка за практику (зачет с оценкой).

Типовые вопросы для защиты отчета по производственной практике:

РАЗДЕЛ 1. Организационная структура предприятия

1. Охарактеризуйте ваши выводы относительно особенностей проведения различных форм исследования на предприятии / в организации.
 2. Охарактеризуйте кратко результаты, полученные в процессе прохождения практики
 3. Сформулируйте Ваши предложения по практике
 4. Укажите организационно-правовую форму организации и форму собственности предприятия/в организации
 5. Укажите особенности продукции (услуг) их отличие от конкурентов;
 6. Укажите основные стратегические цели организации;
 7. Охарактеризуйте основные существующие планы развития;
 8. Определите тип организационной структура управления;
 9. Перечислите основные информационные технологии и программное обеспечение, используемое на предприятии.
 10. Перечислите и оцените основные показатели эффективности коммуникационной деятельности.
 11. Дайте общую оценку коммуникационной деятельности организации.
 12. Дайте характеристику ключевым клиентам и иным ключевым партнерам по бизнесу.
 13. Опишите функциональные задачи подразделения, в котором проходила практика;
 14. Укажите применяемые способы оценки эффективности деятельности подразделения (KPI или другие показатели) в котором проходила практика.
 15. Перечислите выявленные проблемы в деятельности организации
 16. (подразделения), их причины и возможные пути преодоления.
 17. Оценить психологический климат в коллективе, степень мотивированность сотрудников к труду, отношение к работе.
- ##### РАЗДЕЛ 2. Технологии рекламной деятельности
18. Составление контент-плана предприятия.
 19. Программа рекламных мероприятий для продвижения предприятия.

20. Медиаплан рекламных мероприятий.
21. Методы исследования потребителей.
22. Интервьюирование лояльных потребителей компании.
23. Использование метрик для анализа текущей рекламной активности предприятия.
24. Выявление проблем позиционирования предприятия.
25. Анализ сайта компании.
26. Подбор ключевых слов для SEO.
27. Мониторинг упоминаний компании в медиа.
28. Анализ активности подписчиков в пабликах компании.
29. Мотивы покупки целевых групп компании.
30. Барьеры и драйверы покупки товаров /услуг компании.
31. Анализ коммуникативной активности конкурентов компании.
32. Выявление коммуникационных проблем конкретного предприятия: методы и приемы.
33. Постановка цели и задач коммуникативной стратегии предприятия.
34. Постановка цели и задач медиастратегии предприятия.
35. Постановка цели и задач креативной стратегии предприятия.