

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Юров Сергей Серафимович

Должность: ректор

Дата подписания: 08.04.2025 13:31:31

Уникальный программный ключ:

3cba11a39f7f7fadc578ee5ed1f72a427b45709d10da52f2f114bf9bf44b8f14

Автономная некоммерческая организация высшего образования

**“ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА”**

ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ



УТВЕРЖДАЮ

Ректор

С.С. Юров

«04» февраля 2025 г.

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**

### **Б2.О.02 (Пд) «ПРЕДДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА»**

**Для направления подготовки:**

42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриата)

**Типы задач профессиональной деятельности:**

организационный; маркетинговый; авторский

**Направленность (профиль):**

«Цифровые коммуникации»

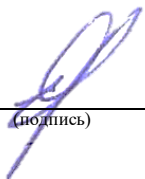
**Форма обучения:**

очная, очно-заочная, заочная

Разработчик(и):

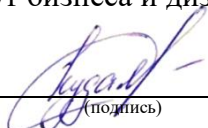
Радоминова Екатерина Олеговна, член Союза дизайнеров России, преподаватель кафедры менеджмента и маркетинга АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

«17» января 2025 г.

  
(подпись) /Е.О. Радоминова /

Малышева Марина Константиновна, старший преподаватель кафедры менеджмента и маркетинга АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

«17» января 2025 г.

  
(подпись) /М.К. Малышева /

Рабочая программа разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утв. Приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 08.06.2017 г.

СОГЛАСОВАНО:

Декан ФУБ

  
(подпись) /Н.Е. Козырева /

Заведующая кафедрой  
разработчика РПД

  
(подпись) / Е.С. Мальцева /

Протокол заседания кафедры №6 от «22» января 2025 г.

## **Аннотация программы практики**

Рабочая программа производственной преддипломной практики (далее преддипломная практика) составлена с учетом требований Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утв. Приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 08.06.2017г.

Производственная преддипломная практика является неотъемлемой частью ОПОП ВО и ориентирована на профессионально-практическую подготовку обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Цифровые коммуникации».

Производственная преддипломная практика как часть ОПОП ВО является завершающим этапом обучения. Она проводится после освоения обучающимся программ теоретического и практического обучения. Преддипломная практика входит в Блок 2 «Практика» программы бакалавриата 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и относится к обязательной части программы.

Преддипломная практика включает в себя:

- систематизацию, расширение и закрепление профессиональных знаний, полученных обучающимся в процессе обучения;
- сбор и обобщение информации для написания выпускной квалификационной работы.

В объем преддипломной практики включены часы по практической подготовке - форма организации образовательной деятельности при освоении образовательной программы в условиях выполнения обучающимися определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью и направленных на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенций по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Цифровые коммуникации».

Местом прохождения преддипломной практики являются организации различной организационно-правовой формы (коммерческие, некоммерческие) осуществляющие деятельность по данному профилю подготовки, либо в профильном структурном подразделении организации.

Практика базируется на знании дисциплин основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Цифровые коммуникации».

Практика направлена на формирование следующих компетенций выпускника: УК-1, УК-8, УК-9, ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6, ОПК-7, ПК-1, ПК-2, ПК-3.

Выпускник, освоивший программу преддипломной практики, может решать следующие профессиональные задачи в области рекламы и связей с общественностью:

- сбор, обработка и анализ информации о факторах внешней и внутренней среды организации для принятия решений в области управления рекламной деятельностью, а так же деятельностью в сфере связей с общественностью;
- подготовка отчетов по результатам информационно-аналитической деятельности;
- разработка, планирование, бюджетирование и реализация коммуникационных стратегий, проектов, концепций, программ;
- участие в разработке и реализации проектов в сфере рекламы и связей с общественностью направленных на различные целевые группы;
- определять направления и разрабатывать предложения по совершенствованию деятельности организации (подразделений) на основе анализа эффективности реализованных проектов;
- осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации

- продвигать коммуникационный продукт путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации;
- определять направления и принимать стратегические решения с области коммуникационной политики организации, а также осуществлять контроль за их исполнением.

В ходе прохождения практики студент выполняет индивидуальные задания, осуществляет сбор и анализ информации для выполнения выпускной квалификационной работы.

Общая трудоемкость преддипломной практики составляет 21 зачетную единицу, 756 часов. Практика проводится в течение 14 недель на 4 курсе в 8 семестре по очной форме обучения и на 5 курсе в 9 семестра по заочной форме обучения.

Рабочей программой практики предусмотрены следующие виды контроля: промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой, включающая защиту отчета по практике.

Основные навыки и умения, полученные в ходе прохождения преддипломной практики, используются в процессе итоговой аттестации.

## 1. Вид, форма и способ проведения практики.

**Вид практики:** производственная практика

**Тип практики:** преддипломная практика.

**Способы проведения практики** стационарная или выездная.

**Форма проведения практики:** *дискретно*: по видам практик — путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения каждого вида (совокупности видов) практики

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

*Целью преддипломной практики является:*

- развитие компетенций, сформированных при освоении дисциплин рабочего учебного плана направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Цифровые коммуникации»;
- подготовка обучающегося к выполнению следующих видов профессиональной деятельности: организационная; маркетинговая; авторская.
- накопление и развитие практических умений и навыков по применению на практике знаний, умений и навыков в сфере организации и проведения рекламных кампаний и (или) кампаний по связям с общественностью для коммерческих организаций и учреждений;
- формирование универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций в сфере рекламы и связей с общественностью.

*Задачи преддипломной практики включают в себя:*

- развитие способностей обучающегося к самостоятельной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью;
- изучение и участие в разработке организационно-методических и нормативно-правовых документов для решения отдельных задач в организации по месту прохождения практик;
- разработка предложений по совершенствованию направлений деятельности в области

рекламы и связей с общественностью различных уровней;

- формирование и развитие у обучающихся профессионально значимых качеств, устойчивого интереса к профессиональной деятельности, потребности в самообразовании;
- сбор необходимых материалов и документов для выполнения выпускной квалификационной работы в соответствии с выбранной темой.

Программа преддипломной практики обеспечивает формирование и развитие следующих компетенций по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью:

| Код и наименование компетенции                                                                                                                                                                                                                                                                  | Код и наименование индикатора достижения компетенции                                                                                                                                                                                                                                      |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач                                                                                                                                                             | УК-1.1 Выполняет поиск необходимой информации, её критический анализ и обобщает результаты анализа для решения поставленной задачи                                                                                                                                                        |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | УК-1.2 Использует системный подход для решения поставленных задач                                                                                                                                                                                                                         |
| УК-8 Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов | УК-8.1 Применяет теоретические и практические знания и навыки в бытовой и профессиональной сфере для обеспечения безопасных условий жизнедеятельности и сохранения природной среды                                                                                                        |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | УК-8.2 Осуществляет оперативные действия по предотвращению чрезвычайных ситуаций и/или их последствий, в том числе при угрозе и возникновении военных конфликтов                                                                                                                          |
| УК-9 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности                                                                                                                                                                                               | УК-9.1 Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике                                                                                                                                                       |
| 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                                                                 | ОПК-1.1 Выявляет отличительные 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-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах                                                                                    | ОПК-2.1 Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития                                                                                                                                                                       |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | ОПК-2.2 Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов                                                                                                 |
| 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                                                                                                                                                                                                                     | ОПК-5.1 Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном,                                                                                                                      |

|                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                 |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| медиакommunikационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования | 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 медиакommunikационной системы             |
| ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности                     | ОПК-6.1 Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение                                                                                                 |
|                                                                                                                                                                     | 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                               |
| ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности                                     | ОПК-7.1 Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности                                                                                                          |
|                                                                                                                                                                     | 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 |
| ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.                                                                           | 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         |
|                                                                                                                                                                     | ПК-1.2 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии                                                                                                                         |
|                                                                                                                                                                     | ПК-1.3 Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры                                                                                        |
| ПК-2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта                   | ПК-2.1 Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта                                                                                   |
|                                                                                                                                                                     | ПК-2.2 Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта                                                  |
|                                                                                                                                                                     | ПК-2.3 Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании                                                                                                                                 |
|                                                                                                                                                                     | ПК-2.4 Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде                                                                                                  |
| ПК-3 Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта                                    | ПК-3.1 Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта                                                                                                |
|                                                                                                                                                                     | ПК-3.2 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта                                                                              |
|                                                                                                                                                                     | ПК-3.3 Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами                                                                                                                                                       |

В результате прохождения производственной (преддипломной) практики, обучающийся должен закрепить теоретический материал и приобрести практические навыки, чтобы соответствовать предъявляемым к выпускнику программы бакалавриата требованиям по категориям:

**Знает:**

- требования охраны труда и техники безопасности;
- отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ;

- средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов;
- запросы и потребности общества и отдельных аудиторных групп с точки зрения психологии массовой коммуникации;
- особенности различных социальных групп, их информационные ожидания; методы выявления этих ожиданий;
- совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях;
- современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов;
- методы и технологии реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий;
- технологию и практику создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта;
- систему маркетинговых коммуникаций, коммуникационные модели, каналы и инструменты коммуникаций;
- методику и условия использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта.

***Умеет:***

- соблюдать требования охраны труда и техники безопасности;
- подготавливать тексты 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;
- применять различные теории коммуникации при разработке медиатекстов и медиапродуктов;
- грамотно использовать результаты психологических исследований при планировании и проведении коммуникационных кампаний;
- применять способы влияния на информационные ожидания различных социальных групп;
- осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы;
- отбирать для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом;
- ориентироваться в сложностях создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, особенности внутренней и внешней коммуникации, в

том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации;

- создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применять творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта;
- осуществлять мониторинг обратной связи с разными целевыми группами;
- реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.

***Владеет:***

- способностью соблюдать требования охраны труда и техники безопасности
- навыком применения системного подхода для решения поставленных задач;
- опытом использования методов психологии массовой коммуникации при решении социальных и профессиональных задач;
- навыком выполнения функционала 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;
- навыком создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта;
- навыком создания основ сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании;
- навыком применения инструментов трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде;
- навыками организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта;
- навыком подготовки основных документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью;
- навыком использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта.

### **3. Место практики в структуре ОПОП:**

Производственная практика, преддипломная практика, является обязательным видом учебной работы бакалавра, непосредственно ориентированной на профессионально-практическую подготовку обучающихся и входит в Блок 2 «Практика» 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и относится к обязательной части программы.

Программа производственной (преддипломной) практики составлена с учетом требований Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утв. Приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 08.06.2017 г.

Производственная (преддипломная) практика тесно связана с предшествующей учебной профессионально-ознакомительной практикой и производственной профессионально-творческой практикой, а так же опирается на практические знания и умения, приобретенные в результате освоения образовательной программы.

#### 4. Трудоемкость практики

Таблица 1. Трудоемкость практики

| Форма обучения | Номер курса | Номер семестра | Объем в зачетных единицах | Продолжительность практики |                       |
|----------------|-------------|----------------|---------------------------|----------------------------|-----------------------|
|                |             |                |                           | В неделях                  | В академических часах |
| очная          | 4           | 8              | 21                        | 14                         | 756                   |
| очно-заочная   | 5           | 9              | 21                        | 14                         | 756                   |
| заочная        | 5           | 9              | 21                        | 14                         | 756                   |

#### 5. Содержание и формы отчетности по практике

##### 5.1. Содержание практики

Таблица 2. Содержание преддипломной практики

| Код формируемых компетенций          | Содержание практики                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Кол-во час. (СРС/практ. подготовка) | Формы контроля                                                                     |
|--------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
| УК-1,<br>УК-8,<br>УК-9,              | Проведение организационного собрания с целью ознакомления студентов с целями и задачами практики, программой практики, с методическими рекомендациями по ее прохождению, оформлению и процедуре защиты. Консультация с руководителем практики от кафедры. Проведение первичного инструктажа по технике безопасности.                                                                | 2<br>(ауд.)                         |                                                                                    |
| ОПК-1,<br>ОПК-2,<br>ОПК-3,           | Подбор необходимой литературы, работа с электронными базами данных.<br>Прибытие на место проведения преддипломной практики. Оформление пропусков, прохождение инструктажа по технике безопасности и охране труда. Знакомство с правилами внутреннего трудового распорядка на предприятии                                                                                            | 14/4                                | Собеседование с руководителем практики от организации (места прохождения практики) |
| ОПК-4,<br>ОПК-5,<br>ОПК-6,<br>ОПК-7, | Организация работы по месту практики.<br>Изучение нормативно-правовых документов в сфере профессиональной деятельности. Ознакомление с целями, задачами, внутренними коммуникациями и процессом деятельности организации или подразделения осуществляющего работу по рекламе и связям с общественностью – местом прохождения практики. Подготовка первого и второго раздела отчета. | 301/50                              |                                                                                    |
| ПК-1,<br>ПК-2,<br>ПК-3               | Систематизация, анализ и обработка данных, полученных в процессе прохождения преддипломной практики.<br>Разработка предложений по повышению эффективности подразделения (организации) места практики<br>Обработка информации, полученной для выполнения выпускной квалификационной работы.                                                                                          | 290/50                              |                                                                                    |
|                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                     |                                                                                    |

| Код формируемых компетенций | Содержание практики                                                                                             | Кол-во час. (СРС/практ. подготовка) | Формы контроля                                                                  |
|-----------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
|                             | Оформление и защита отчета по результатам прохождения преддипломной практики.                                   | 45 (СРС)                            | Представление отчета по практике на проверку руководителю практики от Института |
|                             | <b>ИТОГО:</b>                                                                                                   | <b>756 час.</b>                     |                                                                                 |
|                             | Защита отчета по результатам прохождения производственной (преддипломной) практики и получение зачета с оценкой | 0,25 ч.** на 1 студента             | Защита отчета                                                                   |

**\*\* - в соответствии с нормами времени принятыми в АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»**

## 5.2. Формы отчетности по практике

По итогам производственной (преддипломной) практики студент должен подготовить отчет, соответствующий приведенным ниже требованиям.

Окончательный вариант отчетности по практике должен соответствовать следующей структуре:

1. Титульный лист (Приложение 2).
2. Лист-оформление студента на практику (Приложение 3).
3. Рабочий график прохождения практики (Приложение 4).
4. Индивидуальное задание на прохождение преддипломной практики (Приложение 5).
5. Отзыв-характеристика руководителя практики от предприятия, заверенный печатью организации. (Приложение 6).
6. Отзыв руководителя практики от Института (Приложение 7) – оформляется руководителем практики от Института, вкладывается в отчет и не сшивается
7. Содержание (лист имеет нумерацию «2»)
8. Текст отчета по практике.
9. Приложения (при их наличии).

Титульный лист, Лист-оформление студента на практику, Рабочий график прохождения практики, Индивидуальное задание на прохождение преддипломной практики и Отзыв-характеристика руководителя практики от предприятия - **не нумеруются**.

## 5.3. Требования к оформлению отчета по практике

Отчет о практике составляется индивидуально каждым студентом и должен содержать характеристику организации -базы практики, а также отражать деятельность студента в период прохождения преддипломной практики.

Отчет по практике оформляется в форме реферата объемом не менее 25 страниц, который состоит из нескольких разделов:

- *Введение.* Во Введении определяются общие цели и задачи преддипломной практики.

- *Основная часть* отчета представляет собой аналитическую записку по разделам содержания программы практики, разделенным на параграфы.

### **Пример нумерации разделов и параграфов.**

Раздел 1. \_\_\_\_\_

1.1. \_\_\_\_\_

1.2. \_\_\_\_\_

Раздел 2. \_\_\_\_\_

2.1. \_\_\_\_\_

2.2. \_\_\_\_\_

- В *Заключении* приводятся общие выводы и предложения, а также краткое описание проделанной работы, даются практические рекомендации.
- *Список литературы* – включает в себя учебники, учебные пособия, нормативно-правовые акты, интернет-ресурсы и т.п. Используемые источники располагаются в следующем порядке **с использованием сквозной нумерации**:
  - нормативные правовые акты (в порядке значимости),
  - научная и учебная литература (в алфавитном порядке по фамилии первых авторов или заглавий изданий (если автор не указан);
  - источники на иностранных языках (указывается в латинском алфавите и размещается после перечня литературы на русском языке);
  - ресурсы Интернет.

### **Оформление списка литературы**

В списке литературы дают библиографическое описание каждого использованного в работе источника.

Библиографическое описание — это сведения об источнике, по которым можно понять, откуда информация и как ее найти. Эти данные необходимо приводить в соответствии с требованиями соответствующих ГОСТ.

Для печатных изданий — учебников, журналов, газет и книг — применяют ГОСТ Р 7.0.100—2018 с учетом ГОСТ Р 7.0.80—2023, в котором можно найти рекомендации по оформлению заголовков, например, если источник посвящен географической области.

Для электронных ресурсов — ГОСТ Р 7.0.108—2022.

### **Ссылки на используемую литературу**

В отчете по ученой практике, при необходимости, делаются ссылки на использованную литературу и источники. При написании текста отчета используется затекстовая ссылка. Она размещается в конце цитируемого или излагаемого материала другого автора, оформляется в квадратных скобках. Первая цифра указывает на порядковый номер издания в списке литературы, вторая цифра на номер страницы (или их диапазон), например: [23, с.50], [23, с.50-53].

### **Общие правила цитирования**

Текст цитаты заключается в кавычки и приводится в той грамматической форме, в какой он дан в источнике, с сохранением особенностей авторского написания. Цитирование должно быть полным, без произвольного сокращения цитируемого фрагмента и без искажения смысла.

Пропуск второстепенных слов, не влияющих на смысл, обозначается многоточием. Не следует злоупотреблять цитатами. Оптимальное количество цитат в тексте – не более двух на странице. Каждая цитата должна сопровождаться ссылкой на источник, откуда она была позаимствована.

Отчет о практике должен быть набран на компьютере в соответствии со следующими требованиями:

- шрифт Times New Roman;
- размер шрифта - 14 pt;
- межстрочный интервал - 1,5;
- поля: слева - 3 см, справа - 1 см, сверху и снизу - 2 см;
- выравнивание текста - «по ширине».

Каждый новый раздел отчета следует начинать с новой страницы. Параграфы - не начинают с новой страницы, а продолжают один за другим. Нумерация страниц текста должна быть сквозной, первой страницей является титульный лист, второй – содержание. На первой странице номер **не ставится**. На последующих страницах номер проставляется арабскими цифрами **внизу, справа**.

Если названия глав и (или) параграфов, таблиц и рисунков занимают более чем одну строку, то применяется межстрочный интервал равный 1,15.

В работе используется сквозная нумерация страниц, **включая список литературы**.

Все иллюстрации (диаграммы, схемы, гистограммы, фотографии и т.п.) обозначаются словом «Рис.», таблицы – словом «Таблица», с указанием их нумерации. Размер шрифта текста в таблице допускается уменьшать до размера - 12 pt. «Шапка» должна находиться на одной странице с таблицей и ее необходимо выровнять «по центру».

**Нумерация рисунков и таблиц** осуществляется последовательно в рамках отчета.

Все таблицы и рисунки должны быть расположены в рамках полей текста, т.е. не выходить за основные поля страницы (слева - 3 см, справа – 1,5 см)

**Заголовок таблицы** помещается после слова «Таблица» над соответствующей таблицей с выравниванием «по левому краю» без абзацного отступа и начинается с прописной буквы. Подчеркивать заголовки не следует. Точка в конце заголовка не ставится. Таблицу рекомендуется помещать после первого упоминания о ней в тексте. Названия верхней строки таблицы должны находиться на одной странице с таблицей. При переносе части таблицы на следующую страницу необходимо указать «Продолжение Таблицы (номер таблицы)» с выравниванием по правой стороне. Шрифт текста в таблице допускается уменьшить до Times New Roman - 12 pt, одинарный интервал. В шапке таблицы текст форматируется по центру.

Таблицы, размер которых превышает 1 страницу, переносят в приложение, а по тексту делается отсылка к данному приложению.

**Пример:** Далее мы рассмотрим схему взаимодействия дизайнерского отдела с другими структурными подразделениями организации (см. Приложение 1).

### Образец оформления таблицы:

Таблица 2. Основные цели коммуникационных стратегий

| Цель             | Содержание                                                                                                                                                                           |
|------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Конвенциональная | Четкое позиционирование товара, формирование восприятия бренда целевой аудиторией, разработка коммерческого предложения в соответствии с профилем и потребностями целевой аудитории. |
| Конфликтная      | Содействие устранению разногласий между товаром, брендом и целевой аудиторией, нейтрализация негатива                                                                                |
| Манипуляционная  | Управление сознанием потребителей с целью повышения приверженности и лояльности клиентов товарам определенного бренда.                                                               |
| Информационная   | Повышение узнаваемости бренда, информированности целевой аудитории о товаре, донесение сообщений до определенных групп потребителей                                                  |

**Заголовок рисунка** помещается сразу после слова «Рис.» под соответствующим рисунком с выравниванием «по левому краю» и начинается с прописной буквы. Абзацный отступ не применяется.

Диаграммы, схемы, гистограммы, графики и т.п. выполняются непосредственно в работе, с применением инструментов Microsoft Office. Шрифт текста в рисунке- Times New Roman, размер - 12 pt, одинарный интервал.

Объем рисунка должен занимать не более 1/3 страницы. В противном случае, он переносится в Приложения.

Если информация, отображаемая на рисунке, схеме, графике, скриншоте интернет страницы и т.п., при уменьшении до требуемого формата становится не читаемой, то такие рисунки так же переносят в приложения и увеличивают до размеров, при которых информация будет доступна для прочтения.

### Образец оформления графиков



Рис. 1. Финансовые результаты ООО «ЭкоТехнологии» по годам (млн руб.)

### Пример оформления схемы

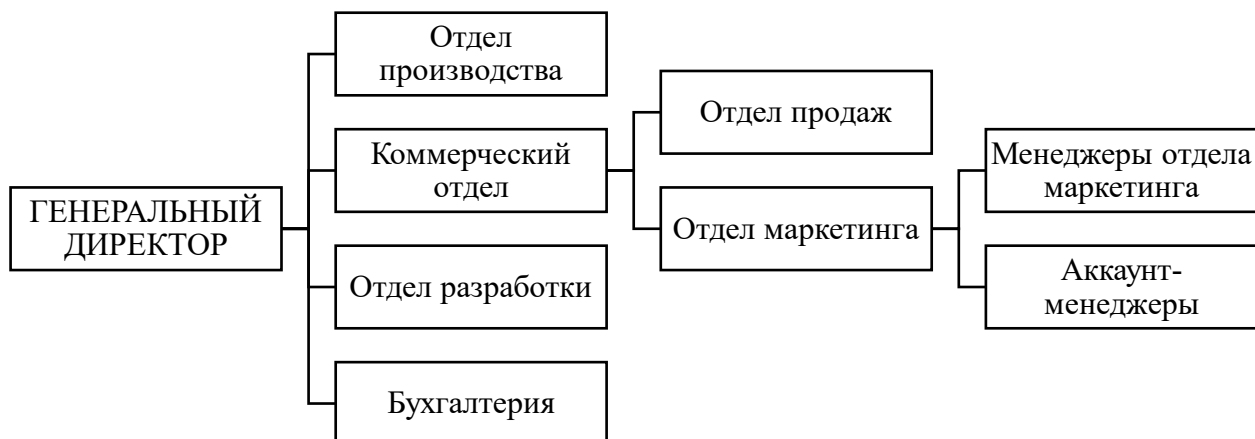


Рис. 3. Организационная структура компании ООО «ЭкоТехнологии»

Если рисунок заимствован из учебника, монографии, научной статьи, сайта и т.д. то есть не является авторским, то ссылка на источник обязательна. В данном случае в квадратных скобках указан номер из списка литературы, под которым стоит название источника и номер страницы, где приведен рисунок.



Рис. 8. Пример оформления рекламного щита компании X-FIT планета [8]

Рисунок не должен занимать более 1/3 страницы. В исключительных случаях разрешается его объем увеличивать до 1/2 страницы. Если размер рисунка превышает данные требования, либо при его уменьшении информация, размещенная в нем, становится «не читаемой», то такой рисунок (схему, диаграмму, график) переносят в приложение и увеличивают до необходимого для его прочтения размера.

Рисунки и таблицы необходимо размещать в рамках полей основного текста.

К отчету могут прилагаться документы, которые будут использованы в ходе написания выпускной квалификационной работы студента, полученные с разрешения руководителя практики в организации.

По окончании прохождения практики, в срок **не позднее 5-и календарных дней**, студенты должны предоставить руководителю практики сформированный отчет о прохождении преддипломной практики.

Руководитель практики составляет «Отзыв руководителя практики от Института» (Приложение 7) и вкладывает его готовый отчет.

**Отчет, в тексте которого содержится большая доля цитирования учебников, учебных пособий, различных нормативно-правовых актов, инструкций и т.п., оформленных не в соответствии с предъявляемыми требованиями - не допускается к защите и возвращается студенту на доработку.**

Обучающиеся, не выполнившие программу практики без уважительной причины или получившие отрицательную оценку и в установленные сроки не пересдавшие ее, отчисляются из Института как имеющие академическую задолженность в порядке, предусмотренном Уставом АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

#### **5.4. Содержание отчета по производственной (преддипломной) практике**

Отчет по преддипломной практике должен иметь следующую структуру\*\*:

##### **Введение**

##### **Раздел 1. Общие сведения об организации**

- 1.1. Наименование, юридический и фактический адрес
- 1.2. Организационно-правовая форма
- 1.3. Основные направления и финансовые показатели деятельности организации
- 1.4. Организационная структура
- 1.5. История создания

##### **Раздел 2. Организация рекламной деятельности в агентстве**

- 2.1. Организационная структура рекламного агентства
- 2.2. Распределение полномочий и взаимодействие сотрудников внутри отделов.
- 2.3. Взаимодействие отделов агентства между собой.
- 2.4. Бизнес-процессы, связанные с продажей услуг и ведением клиента.
- 2.5. Аналитическая деятельность по изучению конкурентов агентства и удовлетворенности клиентов.
- 2.6. Анализ внутренней и внешней среды агентства.

##### **Раздел 3. Индивидуальное задание, реализованное в период прохождения практики**

- 3.1. Обоснование актуальности, значимости и целесообразности, а также востребованности обществом и(или) индустрией разработки (медиапродукта, проекта, текста, иного мероприятия рекламного или коммуникационного характера).
- 3.2. Сбор и обработка данных, необходимых для разработки медиапродукта (проекта, текста, иного мероприятия рекламного или коммуникационного характера).
- 3.3. Содержание собственной (авторской) разработки.
- 3.4. Расчет экономической эффективности реализации разработанного проекта и его значимости с точки зрения организации, общества или индустрии.

**Заключение.** Выводы о результатах прохождения преддипломной практике, самооценка уровня сформированности компетенций.

##### **Список литературы**

##### **Приложения**

**\*\* Структура содержания отчета по преддипломной практике может быть изменена, в**

зависимости от места прохождения практики, по согласованию с руководителем практики от института и (или) с руководителем практики от организации.

**6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по производственной (преддипломной) практике (Приложение 1).**

## **7. Информационно-коммуникационное обеспечение проведения практики**

### **7.1. Перечень учебной литературы и ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».**

1. Арзуманян, А. Б. Правовое регулирование рекламы в России и за рубежом : учебное пособие : [16+] / А. Б. Арзуманян ; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Южный федеральный университет, 2021. – 118 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=691269>
2. Введение в рекламу и связи с общественностью : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко, Е. М. Крюкова, В. В. Зеленов, В. В. Галстян ; под ред. Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2025. – 248 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=718068>
3. Евстафьев, В. А. Креатив в рекламе : учебник : [16+] / В. А. Евстафьев, А. Л. Абаев, М. А. Тюков. – 2-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2024. – 390 с. : ил. – (Учебные издания для вузов). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=709798>
4. Евстафьев, В. А. Искусственный интеллект и нейросети : практика применения в рекламе : учебное пособие / В. А. Евстафьев, М. А. Тюков. – 3-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2025. – 426 с. : ил., табл. – (Учебные издания для вузов). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=720367>
5. Евстафьев, В. А. История российской рекламы : современный период : учебное пособие / В. А. Евстафьев, Е. Э. Пасютина. – 6-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2024. – 928 с. : ил., табл. – (Учебные издания для вузов). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=720328>
6. Иванов, А. Реклама без бюджета : 20 способов продать ваш товар или услугу : практическое пособие : [12+] / А. Иванов ; ред. П. Суворова, М. Белоголовский. – Москва : Альпина Паблишер, 2024. – 304 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=718475>
7. Измайлова, М. А. Психология рекламной деятельности : учебник / М. А. Измайлова. – 4-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 444 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573368>
8. Кузнецов, П. А. Копирайтинг & спичрайтинг : эффективные рекламные и PR-технологии : практическое пособие : [16+] / П. А. Кузнецов. – 7-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2025. – 130 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=720370>
9. Кузнецов, П. А. Современные технологии коммерческой рекламы : практическое пособие : [16+] / П. А. Кузнецов. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 296 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496073>

10. Панкратов, Ф. Г. Основы рекламы : учебник / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. – 19-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2023. – 538 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=720201>
11. Сердобинцева, Е. Н. Структура и язык рекламных текстов : учебное пособие : [16+] / Е. Н. Сердобинцева. – 5-е изд., стер. – Москва : ФЛИНТА, 2021. – 161 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=57575>
12. Терёшина, Н. В. Эффективность рекламной и PR деятельности : учебное пособие для студентов бакалавриата и магистратуры по направлениям «Реклама и связи с общественностью», «Менеджмент», «Торговое дело», «Экономика» : [16+] / Н. В. Терёшина ; Российский университет транспорта (РУТ (МИИТ)), Институт экономики и финансов, Кафедра «Экономика и управление на транспорте». – Москва : Российский университет транспорта (РУТ (МИИТ)), 2021. – 63 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=703486>
13. Трушина, Л. Е. История отечественной и зарубежной рекламы : учебник : [16+] / Л. Е. Трушина. – 2-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 246 с. : ил.. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112329>
14. Социальная реклама в комплексе коммуникаций : учебное пособие / Д. В. Бескромный, В. Л. Вайнер, Н. Ю. Гладких [и др.] ; под общ. ред. Г. Г. Николайшвили. – Москва : Дашков и К°, 2025. – 374 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=720386>
15. Хорват, А. Дайте жалобную книгу! : как заработать больше, используя обратную связь от клиентов : практическое пособие : [16+] / А. Хорват ; ред. М. Седьмов. – Москва : Альпина ПРО, 2024. – 152 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=718467>
16. Шевченко, Д. А. Введение в коммуникативные специальности : журналистика, реклама и связи с общественностью : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2023. – 180 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=701349>

## **7.2. Перечень современных профессиональных баз данных, информационных справочных систем и ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»**

1. <https://biblioclub.ru/> - университетская библиотечная система online Библиоклуб.ру
2. <http://window.edu.ru/> - единое окно доступа к образовательным ресурсам
3. <https://uisrussia.msu.ru/> - базы данных и аналитических публикаций университетской информационной системы Россия
4. <https://www.elibrary.ru/> - электронно-библиотечная система eLIBRARY.RU, крупнейшая в России электронная библиотека научных публикаций
5. <http://www.consultant.ru/> - справочная правовая система КонсультантПлюс
6. <https://gufo.me/> - справочная база энциклопедий и словарей Gufo.me
7. <https://slovaronline.com> - поисковая система по всем доступным словарям и энциклопедиям
8. <https://www.tandfonline.com/> - коллекция журналов Taylor&Francis Group включает в себя около двух тысяч журналов и более 4,5 млн. статей по различным областям знаний
9. <http://www.akarussia.ru/node/5025> - база данных исследований Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР)

10. [http://www.akarussia.ru/knowledge/industrial\\_standarts](http://www.akarussia.ru/knowledge/industrial_standarts) - база данных по индустриальным стандартам интерактивной рекламы (разработано IAB Russia и утверждено комиссией по индустриальным стандартам АКАР)
11. <https://fas.gov.ru/spheres/1> - нормативно-правовая база данных Федеральной антимонопольной службы (ФАС) РФ в области рекламы
12. [www.market-agency.ru](http://www.market-agency.ru) - база данных маркетингового агентства рыночных исследований и консалтинга "Маркет"
13. <https://wfanet.org/> - официальный сайт WFA - Всемирная федерация рекламодателей. WFA объединяет крупнейших мировых владельцев брендов и национальные ассоциации рекламодателей.
14. <http://assadv.ru/> - сайт Ассоциации рекламодателей
15. <http://www.advi.ru> - сайт журнала «Рекламные идеи»

### **7.3. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по практике, включая перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения**

При осуществлении образовательного процесса по данной практике предполагается использование:

**Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:**

1. Windows 10 Pro Professional (Договор: Tr000391618, Лицензия: V8732726);
2. Microsoft Office Professional Plus 2019 (Договор: Tr000391618, Лицензия: V8732726).
3. Браузер Google Chrome;
4. Браузер Yandex;
5. Adobe Reader – программа для просмотра, печати и комментирования документов в формате PDF.

### **8. Описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики.**

Материально-технической базой проведения преддипломной практики является материально-техническая база сторонних организаций, в том числе:

- организаций любой организационно-правовой формы (коммерческих, некоммерческих, государственных, муниципальных), в которых обучающиеся работают в качестве исполнителей в службах (подразделениях) отвечающих за рекламу и связи с общественностью;
  - органов государственного и муниципального управления;
- а также кафедр и подразделений Института, на базе которых обеспечивается проведение практики.

#### **Материально-техническая база Института**

1. Оборудованные учебные аудитории, в том числе с использованием видеопроектора и подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.
2. Аудитории для самостоятельной работы с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.
3. Компьютерный класс с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.

4. Аудио и видеоаппаратура.
5. Учебно-наглядное оборудование.

**№ 424**

Учебная аудитория для проведения учебных занятий. Аудитория оснащена оборудованием и техническими средствами обучения:

- а) учебной мебелью: столы, стулья, доска маркерная учебная
  - б) стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41, экран, колонки.
  - в) 1 компьютер, подключенный к сети «Интернет», с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»
- Установлено программное обеспечение:

**Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:**

1. Windows 10 Pro Professional (Договор: Tr000391618, Лицензия: V8732726);
2. Microsoft Office Professional Plus 2019 (Договор: Tr000391618, Лицензия: V8732726).
3. Браузер Google Chrome;
4. Браузер Yandex;
5. Adobe Reader – программа для просмотра, печати и комментирования документов в формате PDF.

**№ 402**

Помещение для самостоятельной работы. Аудитория оснащена оборудованием и техническими средствами обучения:

- а) учебной мебелью: столы, стулья, доска маркерная учебная
- б) стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41, экран, колонки.
- в) 22 компьютера, подключенных к сети «Интернет», с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»

Установлено программное обеспечение:

**Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:**

1. Windows 10 Pro Professional (Договор: Tr000391618, Лицензия: V8732726);
2. Microsoft Office Professional Plus 2019 (Договор: Tr000391618, Лицензия: V8732726).
3. Браузер Google Chrome;
4. Браузер Yandex;
5. Adobe Reader – программа для просмотра, печати и комментирования документов в формате PDF.

Для студентов с ограниченными возможностями здоровья необходимы специальные условия для получения образования. В целях доступности получения высшего образования по образовательным программам инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья Институтом обеспечивается:

наличие альтернативной версии официального сайта Института в сети Интернет для слабовидящих;

присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь.

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху — дублирование вслух справочной информации о расписании учебных занятий; обеспечение надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, созданы материально-технические условия обеспечивающие возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные и другие помещения Института, а также пребывания в указанных помещениях (наличие расширенных дверных проемов, поручней и других приспособлений).

Для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов производственная (преддипломная) практика проводится с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья, а также с учетом рекомендаций медико-социальной экспертизы и индивидуальной программы реабилитации. Выбор мест прохождения производственной практики для обучающихся с ОВЗ осуществляется с учетом состояния здоровья и требований по доступности для данной категории обучающихся.

Автономная некоммерческая организация высшего образования  
**«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА»**

Факультет управления бизнесом  
Кафедра менеджмента и маркетинга

**Фонд оценочных средств**

Текущего контроля и промежуточной аттестации  
по производственной практике

**Б2.О.02 (Пд) «ПРЕДДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА»**

**Для направления подготовки:**

42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриата)

**Типы задач профессиональной деятельности:**

организационный; маркетинговый; авторский

**Направленность (профиль):**

«Цифровые коммуникации»

**Форма обучения:**

очная, очно-заочная, заочная

### 6.1. Перечень компетенций с указанием планируемых результатов обучения в процессе освоения производственной (преддипломной) практики

| Категория компетенций            | Код и наименование компетенции                                                                                                                                                                                                                                                                         | Код и наименование индикатора достижения компетенции                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|----------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Универсальные компетенции</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Системное и критическое мышление | <b>УК-1</b><br>Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач                                                                                                                                                          | <b>УК-1.1.</b> Выполняет поиск необходимой информации, её критический анализ и обобщает результаты анализа для решения поставленной задачи.                                               | <b>Знает:</b><br>методику поиска необходимой информации<br><b>Умеет:</b><br>выполнять поиск необходимой информации, её критический анализ и обобщать результаты анализа для решения поставленной задачи<br><b>Владеет:</b><br>навыком выполнения поиска необходимой информации, её критического анализа и обобщения результатов анализа для решения поставленной задачи                                                                                                                                                                                                               |
|                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <b>УК-1.2.</b> Использует системный подход для решения поставленных задач.                                                                                                                | <b>Знает:</b><br>системный подход для решения поставленных задач<br><b>Умеет:</b><br>применять системный подход для решения поставленных задач<br><b>Владеет:</b><br>навыком применения системного подхода для решения поставленных задач                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Безопасность жизнедеятельности   | <b>УК-8</b> Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов | <b>УК-8.1</b> Применяет теоретические и практические знания и навыки в бытовой и профессиональной сфере для обеспечения безопасных условий жизнедеятельности и сохранения природной среды | <b>Знает:</b> теоретические и практические знания и навыки в бытовой и профессиональной сфере для обеспечения безопасных условий жизнедеятельности и сохранения природной среды<br><b>Умеет:</b> применять теоретические и практические знания и навыки в бытовой и профессиональной сфере для обеспечения безопасных условий жизнедеятельности и сохранения природной среды<br><b>Владеет:</b> навыком применения теоретических и практических знаний и навыков в бытовой и профессиональной сфере для обеспечения безопасных условий жизнедеятельности и сохранения природной среды |
|                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <b>УК-8.2</b> Осуществляет оперативные действия по предотвращению чрезвычайных ситуаций и/или их последствий, в том числе при угрозе и возникновении военных конфликтов                   | <b>Знает:</b> основные необходимые оперативные действия по предотвращению чрезвычайных ситуаций и/или их последствий, в том числе при угрозе и возникновении военных конфликтов<br><b>Умеет:</b> осуществлять оперативные действия по предотвращению чрезвычайных ситуаций и/или их последствий, в том числе при угрозе и возникновении военных конфликтов<br><b>Владеет:</b> навыком осуществления                                                                                                                                                                                   |

| Категория компетенций                                      | Код и наименование компетенции                                                                                                                                                                                                         | Код и наименование индикатора достижения компетенции                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                            |                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                   | оперативных действий по предотвращению чрезвычайных ситуаций и/или их последствий, в том числе при угрозе и возникновении военных конфликтов                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Экономическая культура, в том числе финансовая грамотность | <b>УК-9</b> Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности                                                                                                                               | <b>УК-9.1</b> Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике                                                                                                        | <p><b>Знает:</b> базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике</p> <p><b>Умеет:</b> анализировать и применять в различных областях жизнедеятельности показатели развития национальной экономики и социальной сферы, цели, методы и инструменты государственного воздействия на экономику</p> <p><b>Владеет:</b> способностью анализировать определять приоритетные направления социально-экономической политики государства</p>                                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>Общепрофессиональные компетенции</b>                    |                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Продукт профессиональной деятельности                      | <b>ОПК-1</b> 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 | <b>ОПК-1.1</b> Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ                                                                                       | <p><b>Знает:</b> отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ</p> <p><b>Умеет:</b> выявлять отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ</p> <p><b>Владеет:</b> навыком выявления отличительных особенностей медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ</p>                                                                                                                                                                                                                                       |
|                                                            |                                                                                                                                                                                                                                        | <b>ОПК-1.2</b> 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><b>Знает:</b> особенности спроса медиатекстов и медиапродуктов, различных медиасегментов и платформ, и их отличительные черты, особенности норм русского и иностранных языков, особенности иных знаковых систем.</p> <p><b>Умеет:</b> подготавливать тексты 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><b>Владеет:</b> навыком грамотной подготовки и подачи 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> |

| Категория компетенций  | Код и наименование компетенции                                                                                                                                                                               | Код и наименование индикатора достижения компетенции                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Общество и государство | ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах | ОПК-2.1 Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития                                                                                                   | <p><b>Знает:</b> систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития</p> <p><b>Умеет:</b> применять в процессе осуществления профессиональной деятельности знания о системе общественных и государственных институтов, механизмах их функционирования и тенденции развития</p> <p><b>Владеет:</b> пониманием структуры систем общественных и государственных институтов, механизмов их функционирования и тенденции развития</p>                                                                                                                                      |
|                        |                                                                                                                                                                                                              | ОПК-2.2 Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов                             | <p><b>Знает:</b> основные тенденции развития общественных и государственных институтов и необходимость их учета при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов</p> <p><b>Умеет:</b> учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов</p> <p><b>Владеет:</b> способностью учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов</p> |
| Культура               | 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                                                                                                                                 | <p><b>Знает:</b> основы истории возникновения, становления и развития рекламы и связей с общественностью</p> <p><b>Умеет:</b> интерпретировать исторические факты в области рекламных и PR-коммуникаций с социальной, культурной и коммуникационной точек зрения</p> <p><b>Владеет:</b> информацией о формах влияния рекламы и связей с общественностью на развитие общества</p>                                                                                                                                                                                                                                        |
|                        |                                                                                                                                                                                                              | 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 | <p><b>Знает:</b> достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности и необходимость их учета в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.</p> <p><b>Умеет:</b> применять достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.</p> <p><b>Владеет:</b> навыком применения</p>                                                                                        |

| Категория компетенций | Код и наименование компетенции                                                                               | Код и наименование индикатора достижения компетенции                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                       |                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | достижений отечественной и мировой культуры, а также средств художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Аудитория             | <b>ОПК-4</b> Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности | <b>ОПК-4.1</b> Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп                                                                                                                                                                                | <p><b>Знает:</b> запросы и потребности общества и отдельных аудиторных групп с точки зрения психологии массовой коммуникации, их особенности и их информационные ожидания, а так же методы выявления этих ожиданий</p> <p><b>Умеет:</b> анализировать запросы и потребности общества и отдельных аудиторных групп с точки зрения психологии массовой коммуникации, их особенности и их информационные ожидания, а так же методы выявления этих ожиданий</p> <p><b>Владеет:</b> навыком анализа запросов и потребностей общества и отдельных аудиторных групп с точки зрения психологии массовой коммуникации, их особенности и их информационные ожидания, а так же методов выявления этих ожиданий</p>                                                                                                                                                                                                                                    |
|                       |                                                                                                              | <b>ОПК-4.2</b> 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 | <p><b>Знает:</b> 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</p> <p><b>Умеет:</b> грамотно использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p> <p><b>Владеет:</b> навыками применения инструментария, приемов и технологий поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учета основных характеристик целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p> |

| Категория компетенций         | Код и наименование компетенции                                                                                                                                                                                                                  | Код и наименование индикатора достижения компетенции                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Медиакоммуникационная система | 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            | <p><b>Знает:</b> совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p> <p><b>Умеет:</b> применять в профессиональной деятельности совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p> <p><b>Владеет:</b> навыком применения в профессиональной деятельности совокупностей политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p> |
|                               |                                                                                                                                                                                                                                                 | 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 | <p><b>Знает:</b> свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</p> <p><b>Умеет:</b> осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</p> <p><b>Владеет:</b> навыком осуществления своих профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</p>                                               |
| Технологии                    | ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения профессиональных задач                                                                                                              | ОПК-6.1 Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение                                                                                     | <p><b>Знает:</b> необходимое техническое оборудование и программное обеспечение для осуществления профессиональной деятельности</p> <p><b>Умеет:</b> отбирать для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение</p> <p><b>Владеет:</b> навыком отбора необходимого технического оборудования и программного обеспечения для осуществления профессиональной деятельности</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |

| Категория компетенций                                    | Код и наименование компетенции                                                                                                  | Код и наименование индикатора достижения компетенции                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|----------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                          |                                                                                                                                 | 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><b>Знает:</b> технологию применения современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p> <p><b>Умеет:</b> применять современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p> <p><b>Владеет:</b> навыком применения современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p>                                                                                        |
| Эффекты                                                  | ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности | ОПК-7.1 Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности                                                                                                          | <p><b>Знает:</b> типовые эффекты профессиональной деятельности в области рекламы и PR, принципы социальной ответственности</p> <p><b>Умеет:</b> учитывать социально-психологические последствия рекламы и PR и следовать принципам социальной ответственности в своей профессиональной деятельности</p> <p><b>Владеет:</b> навыками внедрения принципов социальной ответственности в профессиональную деятельность</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><b>Знает:</b> методы и способы отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом</p> <p><b>Умеет:</b> осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом</p> <p><b>Владеет:</b> навыками осуществления отбора 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                                                                                          | ПК-1.1 Выполняет функционал линейного менеджера в рамках                                                                                                                                                                        | Знает: функционал линейного менеджера в рамках текущей                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |

| Категория компетенций                                     | Код и наименование компетенции                                                                                                                           | Код и наименование индикатора достижения компетенции                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|-----------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                           | коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий                                                                                                        | текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью | <p>деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью</p> <p><b>Умеет:</b> выполнять 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><b>Владеет:</b> навыком выполнения функционала 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> |
|                                                           |                                                                                                                                                          | <b>ПК-1.2</b> Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии                                                 | <p><b>Знает:</b> методы и технологии тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии</p> <p><b>Умеет:</b> осуществлять тактическое планирований мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии</p> <p><b>Владеет:</b> навыком тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии</p>                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|                                                           |                                                                                                                                                          | <b>ПК-1.3</b> Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры                | <p><b>Знает:</b> технологию организации внутренних коммуникаций и осуществления мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p> <p><b>Умеет:</b> применять в процессе профессиональной деятельности технологии организации внутренних коммуникаций и осуществлять мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p> <p><b>Владеет:</b> навыком участия в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p>                                                                                              |
| <b>Тип задач профессиональной деятельности: авторский</b> |                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|                                                           | <b>ПК-2</b> Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта | <b>ПК-2.1</b> Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта           | <p><b>Знает:</b> технологию и практику создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта</p> <p><b>Умеет:</b> создавать тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |

| Категория компетенций                                         | Код и наименование компетенции                                                                                                          | Код и наименование индикатора достижения компетенции                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|---------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                               |                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                       | имеющегося мирового и отечественного опыта<br><b>Владеет:</b> навыком создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|                                                               |                                                                                                                                         | <b>ПК-2.2</b> Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта | <b>Знает:</b> технологию создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью<br><b>Умеет:</b> создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применять творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта<br><b>Владеет:</b> навыком создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта |
|                                                               |                                                                                                                                         | <b>ПК-2.3</b> Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании                                                                                | <b>Знает:</b> теорию и практику создания основ сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании<br><b>Умеет:</b> создавать основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании<br><b>Владеет:</b> навыком создания основ сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании                                                                                                                                                                    |
|                                                               |                                                                                                                                         | <b>ПК-2.4</b><br>Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн среде                                               | <b>Знает:</b> инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн среде<br><b>Умеет:</b> применять инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн среде<br><b>Владеет:</b> навыком применения инструментов трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн среде                                                                                                      |
| <b>Тип задач профессиональной деятельности: маркетинговый</b> |                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|                                                               | <b>ПК-3</b> Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта | <b>ПК-3.1</b> Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта                                               | <b>Знает:</b> основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта<br><b>Умеет:</b> применять основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта<br><b>Владеет:</b> навыками применения основных маркетинговых                                                                                                                                                                                        |

| Категория компетенций | Код и наименование компетенции | Код и наименование индикатора достижения компетенции                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-----------------------|--------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                       |                                |                                                                                                                                                           | инструментов при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|                       |                                | <b>ПК-3.2</b> Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта | <b>Знает:</b> способы организации, выполнения и оценки результатов маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта<br><b>Умеет:</b> применять способы и методы организации, выполнения и оценки результатов маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта<br><b>Владеет:</b> навыками организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта |
|                       |                                | <b>ПК-3.3</b> Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами                                                                          | <b>Знает:</b> методику осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами<br><b>Умеет:</b> осуществлять мониторинг обратной связи с разными целевыми группами<br><b>Владеет:</b> навыком осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами                                                                                                                                                                                                                               |

## 6.2. Описание показателей и критериев оценивания результатов прохождения производственной (преддипломной) практики.

Описание показателей и критериев оценивания результатов прохождения практики представлены в таблице 4.

Таблица 4. Показатели и критерии оценивания результатов прохождения практики

| Код компетенций                                                                                                         | РЕЗУЛЬТАТ ОБУЧЕНИЯ<br>(описание результатов представлено в таблице 3) | ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ    |                   |                                      |                                 |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|---------------------|-------------------|--------------------------------------|---------------------------------|
|                                                                                                                         |                                                                       | Неудовлетворительно | Удовлетворительно | Хорошо                               | Отлично                         |
| УК-1,<br>УК-8,<br>УК-9,<br>ОПК-1,<br>ОПК-2,<br>ОПК-3,<br>ОПК-4,<br>ОПК-5,<br>ОПК-6,<br>ОПК-7,<br>ПК-1,<br>ПК-2,<br>ПК-3 | ЗНАНИЯ                                                                | Отсутствие знаний   | Неполные знания   | Полные знания с небольшими пробелами | Системные и глубокие знания     |
|                                                                                                                         | УМЕНИЯ                                                                | Отсутствие умений   | Частичные умения  | Умения с частичными пробелами        | Полностью сформированные умения |
|                                                                                                                         | НАВЫКИ                                                                | Отсутствие навыков  | Частичные навыки  | Отдельные пробелы в навыках          | Полностью сформированные навыки |

Прохождение производственной (преддипломной) практики, заканчивается промежуточной аттестацией, проводимой в форме зачета с оценкой (защита отчета по практике).

### **6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) полученного опыта в процессе прохождения производственной (преддипломной) практики**

1. Изучите правила техники безопасности, разработанные организацией (предприятием) базы практики, пройдите собеседование с инженером по технике безопасности или иным должностным лицом по проверке знаний.

2. Ознакомление с правилами внутреннего трудового распорядка организации.

3. В результате общения с коллективом структурного подразделения, места прохождения производственной (преддипломной) практики, определите приоритетные способы коммуникации во внутренней и внешней среде. Сделайте соответствующие выводы.

4. Подберите перечень локальных нормативных актов организации (базы практики), регламентирующих деятельность структурного подразделения, описание рекламного процесса и (или) процесса связей с общественностью, ответственных за осуществление рекламного процесса и его участников.

5. В результате общения с сотрудниками подразделения выявите место организации (базы практики) на рынке рекламных услуг и услуг по связям с общественностью, основные категории потребителей данных услуг, основных конкурентов организации (базы практики).

6. Проанализируйте организационную структуру организации, определите место и функции структурного подразделения, в котором вы проходите практику.

7. Проанализируйте рекламные кампании, реализуемые организацией для продвижения своих продуктов или в случае агентства – для продвижения продуктов и услуг клиентов. Оцените уместность и эффективность анализируемых объектов.

8. Опишите цель деятельности и перечень выполняемых работ данным структурным подразделением организации, результаты деятельности. Сделайте выводы о возможности достижения целей, поставленных перед данными видами деятельности.

9. Опишите последовательность (процессов) и организацию выполнения работ.

10. Изучите, как в организации происходит работа в команде. Примите участие в командной работе.

11. Примите участие в проведении коммуникационной компании организации, выполнении проекта или ином мероприятии, организованном базой практики.

12. Создайте свой продукт с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа. Обсудите его сильные и слабые стороны с руководителем базы практики. Доработайте продукт до стадии реализации с применением основных технологий маркетинговых коммуникаций.

13. Оцените экономическую эффективность от реализации вашего проекта и его значение для организации/ региона/ общества.

14. Проанализируйте полученные результаты с точки зрения соответствия практической деятельности агентства или рекламной службы организации (службы по связям с общественностью) и теоретическим основам, полученным в результате освоения учебных дисциплин, предшествующих преддипломной практике.

**Формы проверки:**

- устный опрос в форме собеседования с руководителем практики от профильной организации.
- защита письменного отчета о прохождении практики (устный опрос в форме собеседования) с руководителем практики от Института.

**6.3.1. Пример контрольного задания, необходимого для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности для проведения промежуточной аттестации**

Промежуточная аттестация по производственной (преддипломной) практике проводится в форме защиты отчета по практике.

**Примерные теоретические вопросы для подготовки к зачету с оценкой**

1. Организационная структура компании
2. Локально-нормативные акты компании - базы практики, регламентирующие деятельность организации
3. Система требований по охране труда и техники безопасности, разработанные и применяемые предприятием - базой практики.
4. Локальные нормативные акты (порядки, инструкции), регламентирующие процесс управления рекламой
5. Функциональные обязанности сотрудников отдела рекламы или рекламного агентства
6. Процесс разработки рекламных кампаний, проектов: распределение ролей и ответственность
7. Методы анализа рынка продукта в организации
8. Способы обратной связи с потребителями продукта организации
9. Методы определения конкурентных преимуществ продукта организации
10. Выявление сегментов рынка и работа организации по продвижению продукта для различных сегментов
11. Система мотивации сотрудников отдела рекламы или рекламного агентства
12. Методы анализа конкурентной среды
13. Место предприятия-базы практики на рынке рекламных товаров и услуг.
14. Взаимодействие отдела рекламы с отделом маркетинга или продаж или с клиентом (в агентстве)
15. Методы работы с нормативной документацией, регулирующих деятельность организации в целом и локальными нормативными актами организации, регламентирующих рекламную деятельность;
16. Способы изучения спроса и предложения, конкурентов, исследования каналов коммуникаций и сбыта продукции;
17. Методы продвижения продукта компании;
18. Факторы, определяющие эффективность рекламной деятельности.
19. Процессный подход к управлению рекламной деятельностью. Распределение полномочий и проблема делегирования
20. Методы управления операционной деятельностью организации

21. Поиск и организация взаимодействия с деловыми партнерами в том числе субподрядчиками в области рекламной деятельности.
22. Организация командной работы. Место и роль участников. Специфика социального взаимодействия.
23. Особенности реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий. Оценка их результативности и экономической эффективности.
24. Понятие авторской деятельности. Защита авторских прав в России и за рубежом.
25. Реализация авторского продукта с использованием основные технологии маркетинговых коммуникаций
26. Требования, предъявляемые к оформлению подученных в результате исследования выводов в форме аналитической записки или отчета

Критерии оценки:

Оценка **«отлично»** выставляется в том случае, если обучающийся:

- своевременно, качественно выполнил весь объем работы, требуемый рабочей программой преддипломной практики;
- показал глубокую теоретическую, методическую, профессионально-прикладную подготовку;
- умело применил полученные знания во время прохождения преддипломной практики;
- ответственно и с интересом относился к своей работе
- полно и глубоко ответил на теоретические вопросы, заданные во время защиты отчета.

Оценка **«хорошо»** выставляется в том случае, если обучающийся:

- демонстрирует достаточно полные знания всех профессионально-прикладных и методических вопросов в объеме предусмотренных рабочей программы преддипломной практики;
- полностью выполнил программу преддипломной практики, с незначительными отклонениями от качественных параметров;
- проявил себя как ответственный исполнитель, заинтересованный в будущей профессиональной деятельности
- ответил на теоретические вопросы, заданные во время защиты отчета.

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется в том случае, если обучающийся:

- выполнил программу преддипломной практики, однако часть заданий вызвала затруднения;
- не проявил глубоких знаний теории и умения применять ее на практике, допускал ошибки в планировании и решении задач;
- в процессе работы не проявил достаточной самостоятельности, инициативы и заинтересованности
- испытывал затруднения при ответе на некоторые теоретические вопросы

Оценка **«неудовлетворительно»** предполагает, что обучающийся:

- владеет фрагментарными знаниями и не умеет применить их на практике, не способен самостоятельно продемонстрировать наличие знаний при решении заданий;
- не выполнил программу преддипломной практики в полном объеме;
- не может ответить на теоретические вопросы, заданные при проведении защиты отчета.

#### **6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности**

Оценка знаний, умений, навыков по преддипломной практике, проводится в форме текущей и промежуточной аттестации.

К контролю текущей успеваемости относятся проверка знаний, умений и навыков, сформированных компетенций обучающихся при собеседовании и по результатам выполнения заданий отчета обучающихся в ходе индивидуальной консультации преподавателя.

Промежуточная аттестация проводится с целью выявления соответствия уровня теоретических знаний, практических умений и навыков по производственной (преддипломной) практике требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью в форме зачета с оценкой.

К защите производственной (преддипломной) практики допускаются обучающиеся, своевременно и в полном объеме выполнившие программу практики и в указанные сроки, представившие всю отчётную документацию.

Оценка преддипломной практики осуществляется по результатам открытой защиты в Институте обучающимся отчета о прохождении практики перед преподавателем, являющимся руководителем практики от Института.

При этом оцениваются:

- полнота и качество выполнения индивидуального задания и рабочего графика прохождения практики;
- степень практического выполнения обязанностей в ходе практики;
- содержание и качество оформления отчетных документов;
- трудовая дисциплина обучающегося в ходе прохождения практики;
- отзыв-характеристика руководителя практики от профильной организации;
- полнота ответа на теоретические вопросы

Итоги практики обучающихся ежегодно обсуждаются на заседании соответствующей кафедры и могут выноситься на заседание ученого совета Института.

**Автономная некоммерческая организация высшего образования  
«Институт бизнеса и дизайна»  
ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ**

**Отчет по практике**

Вид практики: производственная (преддипломная) практика

Выполнил студент(ка): \_\_\_\_\_

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью,  
направленность (профиль) «Цифровые коммуникации»

№ группы \_\_\_\_\_

Место прохождения практики \_\_\_\_\_  
*полное название предприятия, адрес, телефон*

Период прохождения практики с «\_\_»\_\_\_\_\_ 20\_\_ г. по «\_\_»\_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Руководитель практики от кафедры \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
*(фамилия, имя, отчество, ученая степень, ученое звание)*

Руководитель практики от организации

(предприятия, учреждения) \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
*(фамилия, имя, отчество, должность)*

Подпись студента(ки): \_\_\_\_\_  
*(подпись)*

Дата сдачи отчета: \_\_\_\_\_

Отчет принят: \_\_\_\_\_

Оценка: \_\_\_\_\_  
*(подпись)*

**ОФОРМЛЕНИЕ СТУДЕНТА НА ПРАКТИКУ**

Студент \_\_\_\_\_

Приказ о направлении на практику

№ \_\_\_\_ от «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Срок практики

с «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. по «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Место прохождения практики \_\_\_\_\_

*(юридический адрес и полное наименование организации/предприятия)*

Руководитель практики от Института

Инструктаж по технике безопасности:

- вводный \_\_\_\_\_ инженер по охране труда Юрова Н.В.

*(должность, ФИО ответственного лица, подпись)*

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

- первичный в организации (предприятии, учреждении)

*(должность, ФИО ответственного лица, подпись)*

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

- повторный, связанный с переменой рабочего места

*(должность, ФИО ответственного лица, подпись)*

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Прибыл в организацию (предприятие) «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Выбыл из организации (предприятия) «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель практики от организации (предприятия, учреждения)

*(должность, ФИО ответственного лица, подпись)*

## РАБОЧИЙ ГРАФИК ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

| Дата | Задание                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Отметка о выполнении | Подпись руководителя практики от организации |
|------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|----------------------------------------------|
|      | Ознакомление с программой практики. Утверждение индивидуального плана студента на период практики. Изучение инструкции по охране труда и техники безопасности                                                                                                                                                  |                      |                                              |
|      | Представление направления на практику в отдел кадров организации. Ознакомление с правилами внутреннего распорядка, прохождение инструктажа по технике безопасности, пожарной безопасности, охране труда.                                                                                                       |                      |                                              |
|      | Организация работы по месту практики. Изучение нормативно-правовых документов. Ознакомление с целями, задачами и внутренними коммуникациями подразделения, в котором студент проходит практику. Ознакомление с положением о рекламном отделе и (или) связям с общественностью, рекламной политикой организации |                      |                                              |
|      | Ознакомление с рекламной деятельностью агентства или подразделения организации - места практики. Анализ текущей рекламной кампании, характеристика потребители, рынка и конкурентов, продуктов и услуг, марок, внешних коммуникации                                                                            |                      |                                              |
|      | Работа в отделе по выполнению текущих задач, участие в процессе создания медиапродуктов, мероприятиях, организуемых базой практики.                                                                                                                                                                            |                      |                                              |
|      | Создание собственного (авторского) медиа продукта, обоснование его целесообразности и значимости для организации/общества/индустрии, определение технологии маркетинговых коммуникаций при его реализации с учетом эффектов и последствия своей профессиональной деятельности                                  |                      |                                              |
|      | Оформление отчета по итогам практики                                                                                                                                                                                                                                                                           |                      |                                              |

Руководитель практики от АНО ВО Институт бизнеса и дизайна

\_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_  
 (подпись) (ФИО)

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Руководитель от \_\_\_\_\_  
 (организация)

\_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_  
 (подпись) (ФИО)

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

## ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ

## на прохождение производственной (преддипломной) практики

Студент \_\_\_\_\_  
(ФИО)

курс \_\_\_, направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Цифровые коммуникации»

Период прохождения практики с «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. по «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

| № п/п | Содержание индивидуального задания                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Планируемые результаты*                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.    | Ознакомление с правилами внутреннего распорядка, прохождение инструктажа по технике безопасности, пожарной безопасности, правилам оказания первой помощи, охране труда. Ознакомление с должностной инструкцией специалиста по рекламе и связям с общественностью, организационной структурой предприятия – места практики | Отметка в журнале организации о прохождении инструктажа, по технике безопасности, пожарной безопасности, охране труда, правилам оказания первой помощи.<br>Собранный материал для формирования первой части отчета по практике и прохождения собеседования.<br>Сформированные компетенции, на уровне, предусмотренном программой преддипломной практики |
| 2.    | Ознакомление с целями, задачами и внутренними коммуникациями подразделения, в котором студент проходит практику.                                                                                                                                                                                                          | Оформленная первая часть отчета по практике<br>Сформированные компетенции, на уровне, предусмотренном программой преддипломной практики                                                                                                                                                                                                                 |
| 3.    | Ознакомление с деятельностью организации (предприятия, подразделения) в сфере рекламы и связей с общественностью. Анализ рекламной стратегии предприятия, характеристика потребителей, рынка и конкурентов, товаров и услуг, марок, внешних коммуникации.                                                                 | Обоснование актуальности темы исследования, определение цели, задач исследования, письменное изложение теоретической части.<br>Сформированные компетенции, на уровне, предусмотренном программой преддипломной практики                                                                                                                                 |
| 4.    | Разработка собственного (авторского) медиапродукта, способов его продвижения и расчета экономической эффективности и результативности для организации                                                                                                                                                                     | Перечень обоснованных мероприятий с механизмом реализации и оценкой планируемых затрат и результатов для последующей работы над ВКР.<br>Сформированные компетенции, на уровне, предусмотренном программой преддипломной практики.                                                                                                                       |
| 5.    | Оформление отчета по итогам практики (систематизация, обработка и анализ полученной информации, подготовка к зачету; подготовка и защита отчета по практике)                                                                                                                                                              | Письменный отчет по преддипломной практике, согласованный с руководителем практики.<br>Презентация и доклад.<br>Сформированные компетенции, на уровне, предусмотренном программой преддипломной практики                                                                                                                                                |

\* Раздел заполняется руководителем практики совместно со студентами с учетом темы выпускной квалификационной работы

Руководитель практики от АНО ВО Институт бизнеса и дизайна

\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_  
(подпись) (ФИО)

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель от организации \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

## ОТЗЫВ-ХАРАКТЕРИСТИКА

Студент(ка) \_\_ курса факультета управления бизнесом АНО ВО «Институт  
бизнеса и дизайна» \_\_\_\_\_  
(ФИО студента(ки))

с «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. по «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. прошел(ла) преддипломную  
практику в \_\_\_\_\_

В период практики выполнял (а) обязанности \_\_\_\_\_

За время прохождения практики \_\_\_\_\_  
(ФИО студента(ки))

показал(а) \_\_\_\_\_  
(уровень теоретической подготовки, умение применить и использовать знания)

Программа практики выполнена полностью, компетенции сформированы:

- ☐ в полной мере
- ☐ частично
- ☐ не сформированы.

В целом работа практиканта(ки) \_\_\_\_\_ выполнена  
(ФИО студента(ки))

на должном профессиональном уровне и заслуживает оценки \_\_\_\_\_  
(отлично, хорошо, удовлетворительно)

Руководитель от (организации) \_\_\_\_\_  
(подпись, расшифровка подписи)

МП

Место прохождения практики: \_\_\_\_\_

[illegible]

| №  | Критерии                                                                                             | Соответствует<br>требованиям<br>(соответствует/<br>частично соответствует/<br>не соответствует) |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. | Соответствие структуры отчета методическим указаниям                                                 |                                                                                                 |
| 2. | Точность формулировок цели и задач практики                                                          |                                                                                                 |
| 3. | Логичность и структурированность текста отчета, наличие всех структурных частей                      |                                                                                                 |
| 4. | Характеристика и анализ объекта исследования (предприятия, организации, учреждения - места практики) |                                                                                                 |

|    |                                                                                                                                                                                                 |  |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| 5. | Качество анализа и решения поставленных задач                                                                                                                                                   |  |
| 6. | Качество выбора методов решения, адекватность применяемых подходов (в том числе использование расчетных элементов)                                                                              |  |
| 7. | Полнота и системность вносимых предложений по рассматриваемой проблеме                                                                                                                          |  |
| 8. | Актуальность использования источников и литературы (по теме и году издания)                                                                                                                     |  |
| 9. | Выполнение требований оформления отчета по практике (титульный лист, разметка страницы, размер шрифта, междустрочный интервал, ссылки на литературные источники, список литературы, приложения) |  |

## 2. ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

В результате прохождения производственной практики, преддипломной практики, у обучающегося сформированы в необходимом объеме знания, умения и навыки по компетенциям УК-1, УК-8, УК-9, ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6, ОПК-7, ПК-1, ПК-2, ПК-3.

Уровень сформированности \_\_\_\_\_  
(низкий, средний, высокий)

## 3. ЗАКЛЮЧЕНИЕ РУКОВОДИТЕЛЯ ПО ПРАКТИКЕ ОТ ИНСТИТУТА

Отчет по производственной практике, преддипломной практике, студента (студентки) \_\_\_\_\_ допускается к защите

Руководитель практики от Института \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ /  
подпись (Ф.И.О.)

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

## НАПРАВЛЕНИЕ НА ПРАКТИКУ

АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» просит организовать прохождение в

с «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. по «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. производственной  
(преддипломной) практики по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи  
с общественностью, направленность (профиль) «Цифровые коммуникации»  
студента (ки) \_\_\_\_ курса факультета управления бизнесом \_\_\_\_\_

*ФИО студента*

По результатам практики просим выдать ему(ей) на руки отзыв-  
характеристику, заверенную печатью и подписью руководителя организации.

*Декан факультета  
управления бизнесом*

\_\_\_\_\_ *Н.Е. Козырева*

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

МП