

БЮДЖЕТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
ХАНТЫ-МАНСИЙСКОГО АВТОНОМНОГО ОКРУГА - ЮГРЫ  
«Сургутский государственный университет»

Утверждаю:  
Проректор по УМР

\_\_\_\_\_ Е. В. Коновалова

15 июня 2023 г., протокол УМС № 5

Институт гуманитарного образования и спорта

Кафедра психологии

**Рабочая программа практики**

**УЧЕБНАЯ ПРАКТИКА, ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНАЯ  
ПРАКТИКА (ОЗНАКОМИТЕЛЬНО-ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ)**

|                          |   |
|--------------------------|---|
| Квалификация выпускника  | <b>бакалавр</b>   |
| Направление подготовки   | <b>42.03.01.</b>  |
|                          | <b>Реклама и связи с общественностью</b>                          |
| Направленность (профиль) | <b>Реклама и связи с общественностью<br/>в коммерческой сфере</b> |
| Форма обучения           | <b>очная</b>  |
| Кафедра разработчик      | <b>Психологии</b>   |
| Выпускающая кафедра      | <b>Психологии</b>   |

Сургут, 2023 г.

**Рабочая программа** практики составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» утвержденным 08 июня 2017 г., № 512.

СТО-2.6.4-18 Порядок организации и проведения практики обучающихся от 23.04.2020 № 4.

Автор программы: к.филол.н., доцент Т.А. Родермель  
ст. преподаватель Л.Д. Ганеева

**Согласование рабочей программы:**

| Подразделение<br>(кафедра/ библиотека) | Дата<br>согласования | Ф.И.О., подпись<br>нач. подразделения |
|--|----------------------|---------------------------------------|
| Кафедра психологии                     | 19.04.2023 г.        | Родермель Т.А.                        |
| Отдел комплектования                   | 19.04.2023 г.        | Дмитриева И.И.                        |

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры психологии «19» апреля 2023 г., протокол № 11

Заведующий кафедрой

к. ф. н., доц. Родермель Т.А.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методического совета института гуманитарного образования и спорта «08» июня 2023 года, протокол № 8.

Председатель УМС

к. филол. н., доц. Гришенкова Т.Ф.

Руководитель практики

А.С. Низамбиева

## **1. ЦЕЛИ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ, ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ (ОЗНАКОМИТЕЛЬНО-ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ):**

Целями учебной практики, профессионально-ознакомительной практики (ознакомительно-производственной) являются закрепление и расширение знаний, полученных студентами за время теоретического обучения на основе практического участия в деятельности предприятий, организаций, учреждений, формирование умения применять их в профессиональной деятельности, расширение практических навыков научно-исследовательской работы, а также получение необходимых общекультурных и профессиональных компетенций.

Основными принципами проведения учебной практики студентов являются интеграция теоретической и профессионально-практической, учебной и научно-исследовательской деятельности студентов.

## **2. ЗАДАЧИ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ, ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ (ОЗНАКОМИТЕЛЬНО-ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ):**

Задачами учебной практики, профессионально-ознакомительной практики (ознакомительно-производственной) являются:

1. ознакомление студентов с будущей сферой профессиональной деятельности;
2. подготовка студентов к осознанному и углубленному изучению общепрофессиональных и специальных дисциплин;
3. освоение студентами первичных профессиональных компетенций по избранной специальности;
4. освоение практических должностных обязанностей, предусмотренных направлением подготовки «Реклама и связи с общественностью» для различных государственных, политических, общественных, коммерческих структур.

*К специфическим задачам учебной практики, профессионально-ознакомительной практики (ознакомительно-производственной) относится:*

1. ознакомление с общими принципами деятельности специалиста по связям с общественностью и рекламе в организации (учреждении), в которой проходят практику;
2. ознакомление с законодательной и нормативной базой деятельности служб (организаций, специалистов) по связям с общественностью и рекламе;
3. оказание помощи PR-менеджерам по рекламе в их работе;
4. самостоятельное выполнение некоторых видов PR-работ и рекламных работ.

Полнота и степень детализации этих задач регламентируется в индивидуальном задании применительно к особенностям и возможностям конкретной базы практики, а также с учетом интересов будущего трудоустройства студентов.

## **3. МЕСТО УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ, ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ (ОЗНАКОМИТЕЛЬНО-ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ) В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО:**

|                                  |  |
|----------------------------------|--|
| <b>Индекс дисциплины (по УП)</b> | <b>Б2.В.01.01(У)</b>   |
| <b>3.1</b>                       | <b>Требования к предварительной подготовке обучающегося</b>  |
|                                  | Учебная практика, профессионально-ознакомительная практика (ознакомительно-производственная) является обязательным видом учебной работы бакалавра, входит в раздел «Б.2. Практики» ФГОС ВО |

|            |   |
|------------|---|
|            | по направлению подготовки 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» (профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»).  |
| <b>3.2</b> | <b>Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее</b>   |
|            | <p>Учебная практика, профессионально-ознакомительная практика (ознакомительно-производственная) по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» является важной составной частью учебного плана подготовки студентов и базируется на основе курсов «Основы теории коммуникации», «Основы связей с общественностью», «Психология профессионального самоопределения», «Корпоративная культура».</p> <p>Учебная практика, профессионально-ознакомительная практика (ознакомительно-производственная) предполагает успешное освоение студентом дисциплин (модулей), относящихся к базовой части программы. Организация учебной практики на всех этапах направлена на обеспечение непрерывности и последовательности овладения студентами профессиональной деятельностью в соответствии с требованиями к уровню подготовки выпускника, а также на реализацию практической направленности на будущее трудоустройство, обучение технологиям личной карьеры, реализации первоначального опыта общения студентов с работодателями во время обучения в вузе.</p> <p>Прохождение учебной практики является необходимым для освоения таких курсов как «Основы журналистики», «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью», «Пресс-служба», «Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью», «Теория и практика массовой информации», «Теория и практика рекламы».</p> |

#### **4. МЕСТО И ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ, ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ (ОЗНАКОМИТЕЛЬНО-ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ):**

| <b>Семестр</b> | <b>Место проведения</b>   | <b>Объект</b>  |
|----------------|---|--|
| <b>II</b>      | Сургутский государственный университет, кафедра психологии и профильные организации | Предприятия города Сургута – пиар-службы, пиар-отделы, редакции газет, журналов и телевидения, Администрации города, развлекательных центров, крупных магазинов или супермаркетов, образовательных учреждениях и учреждениях культуры, отдыха, досуга, творчества, градообразующих предприятий, банков, правоохранительных и медицинских учреждений; рекламные агентства |

Учебная практика, профессионально-ознакомительная практика (ознакомительно-производственная) организуется во 2-м семестре (ее продолжительность составляет 2 недели).

## **5. СПОСОБ ПРОВЕДЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ, ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ (ОЗНАКОМИТЕЛЬНО-ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ)**

Способ проведения учебной практики, профессионально-ознакомительной практика (ознакомительно-производственной): стационарная, выездная.

## **6. ФОРМЫ ПРОВЕДЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ, ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ (ОЗНАКОМИТЕЛЬНО-ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ)**

Практика осуществляется непрерывно в соответствии с календарным учебным графиком и учебным планом.

Формой проведения практики является учебная, которая предполагает в ходе экскурсий на предприятия города предметное ознакомление с:

- основными компонентами коммуникативной среды и процесса ее управления со стороны соответствующих подразделений организации;
- организацией работы конкретного учреждения, осуществляющего информационно-коммуникативную деятельность;
- комплексом действий специалиста по связям с общественностью и рекламе в условиях рыночной экономики.

Студент, в соответствии с общей профессиональной и специальной подготовкой на практике способен осуществлять такие виды деятельности, как:

- информационно-творческая;
- социально-психологическая;
- информационно-коммуникационная;
- рекламно-информационная;
- информационно-аналитическая;
- культурно-просветительская;
- организационно-рекламная;
- информационно-социологическая;
- научно-исследовательская.

Практика является одной из форм профессионального обучения в высшей школе и проводится на базе различных коммуникационных институтов. Учебная практика, профессионально-ознакомительная практика (ознакомительно-производственная) нацелена на ознакомление практиканта с основными компонентами коммуникационной среды и процесса ее управления со стороны соответствующего подразделения; ознакомление с организацией работы конкретного учреждения, осуществляющего информационно-коммуникативную деятельность; приобретение навыков комплекса действий специалиста по связям с общественностью и рекламы в условиях рыночной экономики.

Студент, в соответствии с общей профессиональной и специальной подготовкой на практике способен осуществлять такие виды деятельности, как: информационно-творческая; социально-психологическая; информационно-коммуникационная; информационно-управленческая; рекламно-информационная; информационно-аналитическая; информационно-референтская; культурно-просветительская; организационно-рекламная; информационно-социологическая; научно-исследовательская.

Выполнение организационной и содержательной частей практики курируется руководителем практики. Руководитель научно-исследовательской работы консультирует студента в случае необходимости.

Студент, прошедший учебную практику, профессионально-ознакомительную практику (ознакомительно-производственную) обязан оформить и сдать руководителю практики отчет в соответствии с предъявляемыми требованиями.

Отчет о практике должен содержать конкретные сведения о выполненной студентом-практикантом работе в соответствии с программой практики и индивидуальным заданием. Небрежно оформленный отчет не принимается руководителем практики, а студент не допускается к представлению результатов практики на итоговой конференции.

Итоговая оценка по учебной практике, профессионально-ознакомительной практике (ознакомительно-производственной) выставляется на итоговой конференции, в работе которой принимают участие представитель от базового предприятия, руководитель практики. В работе конференции обязательно участвуют все студенты, вовремя прошедшие практику и сдавшие отчет.

## 7. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

### 7.1. Компетенции обучающегося, формируемы в результате прохождения учебной практики, профессионально-ознакомительной практики (ознакомительно-производственной)

#### Компетенция 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 |  |   |
| Знает  | Умеет  | Владеет   |
| функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по ССО и рекламы в рамках коммуникационного и консалтингового процесса   | осуществлять профессиональные обязанности с учетом специфики работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью в рекламном агентстве; разработать план мероприятия, кампании продвижения | навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве |

#### Компетенция ПК-1.2.

|   |  |   |
|---|--|---|
| Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии                                      |  |   |
| Знает   | Умеет  | Владеет   |
| основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами в процессе консалтингового управления | основные виды коммуникационных мероприятий и кампаний, этапы их планирования и организации | способностью участвовать в планировании и осуществлении коммуникационные кампании и мероприятия |

#### Коммуникация ПК-1.3.

|   |       |         |
|---|-------|---------|
| Участствует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры |       |         |
| Знает   | Умеет | Владеет |

|   |   |  |
|---|---|--|
| особенности коммуникационной инфраструктуры и корпоративной культуры организации, специфику внутренних и внешних коммуникаций, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации. | разрабатывать коммуникационную инфраструктуру предприятия, его внешние и внутренние коммуникации, формировать корпоративную культуру организации методами рекламы и связей с общественностью. | методикой формирования коммуникационной структуры предприятия, методами реализации внешних и внутренних коммуникаций организации, способами построения корпоративной культуры. |
|---|---|--|

### Компетенция ПК-7.1.

|  |   |  |
|--|---|--|
| Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью |   |  |
| Знает  | Умеет   | Владеет  |
| основные типовые алгоритмы проектирования в сфере рекламы, связей с общественностью        | решать стандартные задачи профессиональной деятельности по организации коммуникации, по созданию и продвижению проектов и кампаний для широкой общественности | современными основными типовыми алгоритмами коммуникаций для подготовки, планирования и реализации проектов и их продвижения |

### Компетенция ПК-7.2.

|  |   |   |
|--|---|---|
| Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью |   |   |
| Знает  | Умеет   | Владеет   |
| основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и связей с общественностью               | реализовать типовые проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью | использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании и продвижении рекламного продукта. |

## 7.2. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

|                |   |
|----------------|---|
| <b>Знать</b>   | <ul style="list-style-type: none"><li>- функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по ССО и рекламы в рамках коммуникационного и консалтингового процесса;</li><li>- основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами в процессе консалтингового управления;</li><li>- особенности коммуникационной инфраструктуры и корпоративной культуры организации, специфику внутренних и внешних коммуникаций, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации;</li><li>- основные типовые алгоритмы проектирования в сфере рекламы, связей с общественностью;</li><li>- основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и связей с общественностью.</li></ul>                                   |
| <b>Уметь</b>   | <ul style="list-style-type: none"><li>- осуществлять профессиональные обязанности с учетом специфики работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью в рекламном агентстве; разработать план мероприятия, кампании продвижения;</li><li>- основные виды коммуникационных мероприятий и кампаний, этапы их планирования и организации;</li><li>- разрабатывать коммуникационную инфраструктуру предприятия, его внешние и внутренние коммуникации, формировать корпоративную культуру организации методами рекламы и связей с общественностью;</li><li>- решать стандартные задачи профессиональной деятельности по организации коммуникации, по созданию и продвижению проектов и кампаний для широкой общественности;</li><li>- реализовать типовые проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью.</li></ul> |
| <b>Владеть</b> | <ul style="list-style-type: none"><li>- навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве;</li><li>- способностью участвовать в планировании и осуществлении коммуникационные кампании и мероприятия;</li><li>- методикой формирования коммуникационной структуры предприятия, методами реализации внешних и внутренних коммуникаций организации, способами построения корпоративной культуры;</li><li>- современными основными типовыми алгоритмами коммуникаций для подготовки, планирования и реализации проектов и их продвижения;</li><li>- использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании и продвижении рекламного продукта.</li></ul>  |

## 8. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ, ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ (ОЗНАКОМИТЕЛЬНО-ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ):

Общая трудоёмкость практики составляет **3** зачётных единиц, **108** часов, продолжительность во 2 семестре – 2 недели.

| № | Наименование разделов и содержания практики  | Семестр | Виды работ и ее трудоемкость (в часах) |       | Компетенции                                       | Формы текущего контроля  |
|---|--|---------|--|-------|---|--|
|   |  |         | Лекц                                   | Практ |   |  |
| 1 | Организация установочной конференции на базе СурГУ (кафедра психологии ИГОиС) по проведению практики. Ознакомительная лекция, инструктаж по технике безопасности, охране труда, пожарной безопасности, правилами внутреннего трудового распорядка. Организационные методические, педагогические, психологические установки.  | II      |  | 4     | ПК-1.1.<br>ПК-1.2.<br>ПК-1.3.<br>ПК-7.1<br>ПК-7.2 | Согласование и утверждение программы и плана прохождения практики. Отметка о присутствии на конференции. Журнал по технике безопасности, охране труда, пожарной безопасности, правилами внутреннего трудового распорядка |
| 2 | Подготовительный этап. Мероприятия по сбору, обработки и систематизации материала, наблюдение. Определение источников информации, направлений деятельности и плана практики. Разработка плана деятельности.  | II      | -                                      | 20    | ПК-1.1.<br>ПК-1.2.<br>ПК-1.3.<br>ПК-7.1<br>ПК-7.2 | Заполнение отчетной документации.  |
| 3 | Производственный этап. Выполнение индивидуальных занятий, необходимых для получения опыта работы по выбранной профессии. Ознакомительные экскурсии по предприятиям и учреждениям города Сургута. Обработка и анализ полученной информации. Создание профиограммы специалиста по связям с общественностью. Написание сценария мероприятия. Подготовка PR- и рекламных текстов (буклеты, объявления, плакаты), сопровождающих мероприятие. | II      | -                                      | 60    | ПК-1.1.<br>ПК-1.2.<br>ПК-1.3.<br>ПК-7.1<br>ПК-7.2 | Заполнение отчетной документации. Список вопросов к пиар-специалистам. Фотоотчет. Таблица-профиограмма. Коллаж. Тексты, макеты раздаточных материалов и демонстрационной продукции.                                      |

|   |  |    |  |            |   |  |
|---|--|----|--|------------|---|--|
|   | Проведение мероприятия для выпускных классов учреждения.   |    |  |            |   |  |
| 4 | Этап обработки и анализа полученной информации по выполненным заданиям. Организация итоговой конференции. Мероприятия по сбору, обработке и систематизации материала, наблюдение. Обработка и анализ полученной информации по выполненным заданиям. Проверка методических материалов и документации. Подготовка к выступлению на итоговой конференции. Проверка руководителем текста подготовленной документации, внесение коррективов. Обсуждение проблемных вопросов практики, обмен опытом. | II |  | 24         | ПК-1.1.<br>ПК-1.2.<br>ПК-1.3.<br>ПК-7.1<br>ПК-7.2 | Оформление отчетной документации. Оформление дневника, составление отчета. Подтверждение итогов практики, оценивание индивидуальной работы студентов. Зачет. |
|   | <b>ИТОГО: 108 ч</b>  |    |  | <b>108</b> |   | <b>Зачет</b>   |

## 9. ФОРМЫ ОТЧЕТНОСТИ ПО ИТОГАМ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ, ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ (ОЗНАКОМИТЕЛЬНО-ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ)

По итогам проведения практики студенты составляют письменный отчет, проходят предварительное собеседование с руководителем практики по результатам практики и защищают свой отчет на конференции по практике после ее окончания. По итогам практики студенту выставляется зачет.

## 10. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ (ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРАКТИКЕ)

(Приложение 1)

Оцениваются итоги практики на основе представленных отчетов студентами. Оценка по итогам прохождения практики и защита отчета проставляется в ведомость в виде зачета: «зачтено», «не зачтено».

Оценка результатов практики производится в соответствии со следующими критериями:

**«Зачтено»** – студент продемонстрировал высокий уровень теоретических знаний при реализации конкретных практических задач, умение планировать и организовывать рекламные и информационные компании, специальные мероприятия, составлять различные PR-документы, навыки организации и управления фирмой или подразделением, осуществляющим связи с общественностью, навыки публичного выступления перед различными аудиториями, литературного редактирования, работы с офисной техникой. Студент обобщил полученные эмпирические данные, сформулировал на их основе теоретические выводы, полностью выполнил программу практики, своевременно и качественно оформил и сдал отчетные документы.

«Не зачтено» – теоретические знания студента не отвечают требованиям государственного стандарта по специальности, студент не выполнил программу практики, либо был отстранён от прохождения практики, отчётные документы не представлены или не соответствуют предъявляемым требованиям.

## 11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

| 11.1 Рекомендуемая литература    |                     |   |   |  |
|----------------------------------|---------------------|---|---|--|
| 11.1.1 Основная литература       |                     |   |   |  |
|                                  | Авторы, составители | Заглавие  | Издательство, год   | Кол-во экз.  |
| 1                                | Назайкин А.         | Медиарилейшнз на 100%: Искусство взаимодействия с прессой                               | Москва: Альпина Паблишер, 2019  | Режим доступа: <a href="http://www.iprbookshop.ru/82715.html">http://www.iprbookshop.ru/82715.html</a> .                 |
| 2                                | Чумиков А.Н.        | Государственный PR : связи с общественностью для государственных организаций и проектов | Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2020  | Режим доступа: <a href="http://znanium.com/catalog/document?id=348165">http://znanium.com/catalog/document?id=348165</a> |
|                                  | Шарков Ф. И.        | Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг                        | Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации<br>2<br>Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2020 | Режим доступа: <a href="http://znanium.com/catalog/document?id=358550">http://znanium.com/catalog/document?id=358550</a> |
| 3                                | Шарков Ф. И.        | Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы                    | Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2020   | Режим доступа; <a href="http://znanium.com/catalog/document?id=358568">http://znanium.com/catalog/document?id=358568</a> |
|                                  | Коноваленко В. А.   | Реклама и связи с общественностью: введение в специальность : учебник                   | Москва : Юрайт, 2022  | Режим доступа: <a href="https://urait.ru/bcode/489018">https://urait.ru/bcode/489018</a>                                 |
| 11.1.2 Дополнительная литература |                     |   |   |  |
|                                  | Авторы, составители | Заглавие  | Издательство, год   | Кол-во экз.  |

|   |                  |   |                                      |  |
|---|------------------|---|--------------------------------------|--|
| 1 | Жильцова О. Н.   | Рекламная деятельность : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры  | Москва : Юрайт, 2022                 | Режим доступа: <a href="https://urait.ru/bcode/489960">https://urait.ru/bcode/489960</a>                                 |
| 2 | Мухаев Р. Т      | Медиаполитика : учебник [Электронный ресурс]  | Москва : ИНФРА-М, 2020.              | Режим доступа: <a href="http://znanium.com/catalog/document?id=354200">http://znanium.com/catalog/document?id=354200</a> |
| 3 | Ульяновский А.В. | Креативные индустрии: смена поколений и актуальных героев [Электронный ресурс]: учебное пособие   | Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2021        | Режим доступа: <a href="https://www.iprbookshop.ru/101352.html">https://www.iprbookshop.ru/101352.html</a>               |
| 4 | Зверева Е.А.     | Современные практики и методы исследования медиасферы: новые медиа, социальные медиа и мультимедиа [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие | Тамбов : ТГУ им. Г.Р.Державина, 2020 | Режим доступа: <a href="https://e.lanbook.com/book/177104">https://e.lanbook.com/book/177104</a>                         |
| 5 | Синяева И.М.     | Реклама и связи с общественностью : Учебник для бакалавров  | Москва : Издательство Юрайт, 2022.   | Режим доступа: <a href="https://urait.ru/bcode/488737">https://urait.ru/bcode/488737</a>                                 |

### 11.1.3 Методические разработки

|   | Авторы, составители                           | Заглавие  | Издательство, год                      | Кол-во экз.   |
|---|---|---|--|---|
| 1 | Мамкина Т. М., Плеханова Н. П., Ганеева Л. Д. | Подготовка социальных проектов, курсовых и дипломных работ по программе бакалавриата "Реклама и связи с общественностью": учебно-методическое пособие | Сургут: Издательский центр СурГУ, 2018 | Режим доступа: Корпоративная сеть СурГУ или с любой точки подключения к Интернет, по логину или паролю. — Сургут: Издательский центр СурГУ, 2018, <a href="https://elib.surgu.ru/fulltext/5964">https://elib.surgu.ru/fulltext/5964</a> |

### 11.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

|   |  |
|---|--|
| 1 | Knigainfo <a href="http://www.knigainfo.ru">http://www.knigainfo.ru</a>  |
| 2 | АРБИКОН <a href="http://www.arbicon.ru">http://www.arbicon.ru</a>  |
| 3 | БД Сургутский Государственный университет «Книги» <a href="http://www.lib.surgu.ru/abis.php">http://www.lib.surgu.ru/abis.php</a>  |
| 4 | БД Сургутский Государственный университет «Периодические издания» <a href="http://www.lib.surgu.ru/abis.php">http://www.lib.surgu.ru/abis.php</a>  |
| 5 | Реферативные журналы ИНИОН РАН «Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература» <a href="http://www.elibrary.ru">http://www.elibrary.ru</a>                                    |
| 6 | Российская национальная библиография <a href="http://biblio.ebiblioteka.ru/">http://biblio.ebiblioteka.ru/</a>   |
| 7 | Электронная библиотека РНБ: фонд авторефератов диссертаций <a href="http://www.nlr.ru:8101/cgi-bin/wdbp95.cgi/avtoref/avtoref/form">http://www.nlr.ru:8101/cgi-bin/wdbp95.cgi/avtoref/avtoref/form</a> |

|   |  |
|---|--|
| 8   | <a href="http://www.raso.ru/">http://www.raso.ru/</a> - Российский PR-портал   |
| 9   | <a href="http://www.pr-club.com/">http://www.pr-club.com/</a> - ЗАО «Международный пресс-клуб»)  |
| 10  | <a href="http://www.sovetnik.ru">http://www.sovetnik.ru</a> – Профессиональный PR-портал   |
| 11  | <a href="http://www.prnews.ru">http://www.prnews.ru</a> – Профессиональный портал по мониторингу СМИ и PR-анализу  |
| 12  | <a href="http://pr-life.ru/">http://pr-life.ru/</a> - История PR в России и в мире   |
| 13  | <a href="http://www.communicators.ru/library">http://www.communicators.ru/library</a> - международная страница бизнес-коммуникаторов                                     |
| <b>11.3 Перечень информационных технологий</b>          |  |
| <b>11.3.1 Перечень программного обеспечения</b>         |  |
| <b>11.3.2 Перечень информационных справочных систем</b> |  |
| 1   | <a href="http://www.ipras.ru/cntnt/rus">http://www.ipras.ru/cntnt/rus</a> авторефераты диссертаций, психологический журнал, библиотека-онлайн                            |
| 2   | <a href="http://www.dissercat.com/catalog/psikhologicheskie-nauki">http://www.dissercat.com/catalog/psikhologicheskie-nauki</a> электронная библиотека диссертаций       |
| 3   | <a href="http://www.dslib.net/free/psixologia.html">http://www.dslib.net/free/psixologia.html</a> каталог бесплатных авторефератов и диссертаций (психологические науки) |

#### **11.4. Перечень материально-технического обеспечения работы студентов при прохождении учебной практики, профессионально-ознакомительной практики (ознакомительно-производственной)**

Материально-техническое обеспечение включает в себя: помещения для проведения практических занятий укомплектованы необходимой учебной мебелью; наличие компьютерного класса общего пользования с подключением к Интернету; компьютерный мультимедийный проектор Toshiba TLP-XC3000A.

## **12. ОСОБЕННОСТИ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ ОБУЧАЮЩИМИСЯ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ**

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья при выборе места прохождения практик должно учитываться состояние здоровья студента и требования по доступности. Согласно СТО-2.6.16-17 «Организация образовательного процесса инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья» согласно п. 7.9., заведующие кафедрами обеспечивают выбор мест прохождения практик для инвалидов и лиц с ОВЗ с учётом требований доступности для данных обучающихся. При определении места прохождения учебной и производственной практики необходимо учитывать рекомендации, данные по результатам медико-социальной экспертизы, содержащиеся в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда. При направлении инвалида и обучающегося с ОВЗ в организацию или предприятие для прохождения предусмотренной учебным планом практики Университет согласовывает с организацией (предприятием) условия и виды труда с учётом рекомендации медико-социальной экспертизы и индивидуальной программы реабилитации инвалида. При необходимости для прохождения практик могут создаваться специальные рабочие места соответствии с характером нарушений, а также с учётом профессионального вида деятельности и характера труда, выполняемых обучающимся-инвалидом трудовых функций.

**ФОНДЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

Приложение к программе (*Учебная практика, профессионально-ознакомительная практика (ознакомительно-производственная) практики*)

---

|                          |   |
|--------------------------|---|
| Квалификация выпускника  | <i>Бакалавр</i>   |
| Направление подготовки   | <i>42.03.01</i>   |
| Направленность (профиль) | <i>Реклама и связи с общественностью</i><br><i>Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере</i> |
| Форма обучения           | <i>Очная</i>  |
| Выпускающая кафедра      | <i>Психологии</i>   |

## Перечень компетенций, которые формируются в процессе освоения дисциплины

### Компетенция 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 |  |   |
|--|--|---|
| Знает  | Умеет  | Владеет   |
| функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по ССО и рекламы в рамках коммуникационного и консалтингового процесса   | осуществлять профессиональные обязанности с учетом специфики работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью в рекламном агентстве; разработать план мероприятия, кампании продвижения | навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве |

### Компетенция ПК-1.2.

| Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии                                      |  |   |
|---|--|---|
| Знает   | Умеет  | Владеет   |
| основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами в процессе консалтингового управления | основные виды коммуникационных мероприятий и кампаний, этапы их планирования и организации | способностью участвовать в планировании и осуществлении коммуникационные кампании и мероприятия |

### Коммуникация ПК-1.3.

| Участствует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры  |   |  |
|--|---|--|
| Знает  | Умеет   | Владеет  |
| особенности коммуникационной инфраструктуры и корпоративной культуры организации, специфику внутренних и внешних коммуникаций, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, | разрабатывать коммуникационную инфраструктуру предприятия, его внешние и внутренние коммуникации, формировать корпоративную культуру организации методами рекламы и связей с общественностью. | методикой формирования коммуникационной структуры предприятия, методами реализации внешних и внутренних коммуникаций организации, способами построения корпоративной культуры. |

|  |  |  |
|--|--|--|
| коммерческими структурами, средствами массовой информации. |  |  |
|--|--|--|

### Компетенция ПК-7.1.

|  |   |  |
|--|---|--|
| Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью |   |  |
| Знает  | Умеет   | Владеет  |
| основные типовые алгоритмы проектирования в сфере рекламы, связей с общественностью        | решать стандартные задачи профессиональной деятельности по организации коммуникации, по созданию и продвижению проектов и кампаний для широкой общественности | современными основными типовыми алгоритмами коммуникаций для подготовки, планирования и реализации проектов и их продвижения |

### Компетенция ПК-7.2.

|  |   |   |
|--|---|---|
| Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью |   |   |
| Знает  | Умеет   | Владеет   |
| основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и связей с общественностью               | реализовать типовые проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью | использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании и продвижении рекламного продукта. |

## **Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования**

### **Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования**

Оцениваются итоги практики на основе представленных отчетов студентами. Оценка по итогам прохождения практики и защита отчета проставляется в ведомость в виде зачета с оценкой: «зачтено» и «не зачтено».

Оценка результатов практики производится в соответствии со следующими критериями:

«зачтено» – студент полностью выполнил программу практики, своевременно подготовил отчет. В отзыве представителя базового учреждения отсутствуют замечания в адрес практиканта. Студент принял участие во всех предусмотренных научно-исследовательской практикой мероприятиях.

«не зачтено» – студент не выполнил программу практики либо выполнил только часть задания, не подготовил отчет, не подготовил доклад к итоговой конференции, не принял участие в итоговой конференции.

### **Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы**

Оценочные средства должны позволять достоверно оценивать сформированность компетенций как целостного новообразования – комплекса способностей, используемых для достижения социальных или профессиональных целей, отражающих результаты освоения основной профессиональной образовательной программы.

Контроль уровней сформированности компетенции осуществляется с позиций оценивания составляющих ее частей по трехкомпонентной структуре компетенции: знать, уметь, владеть и (или) иметь опыт деятельности.

При этом под указанными категориями понимается:

«знать» – воспроизводить и объяснять освоенный материал с требуемой степенью научной точности и полноты;

«уметь» – решать типичные задачи на основе воспроизведения стандартных алгоритмов решения;

«владеть» – решать усложненные задачи на основе приобретенных знаний, умений и навыков, в нетипичных ситуациях.

Оценка сформированных компетенций должна осуществляться в процессе наблюдения за выполнением программы практики, подготовкой, выполнением и защитой отчета, в полной мере раскрывающих особенности профессиональной деятельности обучающегося. При этом оцениваются правильность выполнения подготовительных и основных работ, промежуточные и конечные результаты. Оценивание компетенций проводится на основе оценки знаний, умений, навыков, опыта деятельности их формирующих. Знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности в полной мере находят свое отражение в материалах, собранных в процессе прохождения практики, решении задач практики, качестве выполнения и оформления отчета о прохождении практики, содержании доклада на его защите и ответах на вопросы.

Показатели оценивания компетенций, приобретаемых в результате прохождения практики, формируются из:

- показателей оценивания отчета;
- показателей защиты отчета;

- отзыва руководителя практики.

Показатели оценивания отчета по практике:

- уровень освоения учебного материала;
- уровень умения использовать теоретические знания при выполнении практических задач;
- уровень умения активно использовать электронные образовательные ресурсы, находить требующуюся информацию, изучать ее и применять на практике;
- уровень обоснованности и четкости изложения материала;
- уровень оформления материала и соответствие требованиям стандарта, полнота представленного материала;
- уровень умения ориентироваться в потоке информации, выделять главное;
- уровень умения четко формулировать проблему, предложив ее решение, критически оценить решение и его последствия;
- уровень умения определить, проанализировать альтернативные возможности, варианты действий;
- уровень умения формулировать собственную позицию, оценку и аргументировать ее;
- востребованность результатов практики на предприятии.

Обучающиеся оцениваются по итогам всех видов деятельности при наличии документации по практике. Отчетные документы по практике включают:

- типовой дневник о прохождении практики;
- типовой титульный лист;
- отчет о прохождении практики;
- иные необходимые документы, поясняющего или уточняющего характера.

Решение о соответствии сформированности компетенции обучающегося требованиям ФГОС и образовательной программы принимается руководителем практики от института на основании оценки каждого из показателей (формализованного описания оцениваемых параметров процесса или результата деятельности).

Уровни сформированности компетенций:

- 3 балла – высокий уровень сформированности;
- 2 балла – хороший уровень сформированности;
- 1 балл – частично сформированы;
- 0 баллов – не сформированы.

### Критерии оценивания отчета

| Показатели оценивания  | Оценивание отчета | Оценивание защиты отчета |
|--|-------------------|--------------------------|
| уровень освоения учебного материала  | 0-3               | -                        |
| уровень умения использовать теоретические знания при выполнении практических задач   | 0-3               | -                        |
| уровень умения активно использовать электронные образовательные ресурсы, находить требующуюся информацию, изучать ее и применять на практике | 0-3               | -                        |
| уровень обоснованности и четкости изложения материала  | 0-3               | 0-3                      |

|   |         |     |
|---|---------|-----|
| уровень оформления материала и соответствие требованиям стандарта   | 0-3     | -   |
| уровень умения ориентироваться в потоке информации, выделять главное  | 0-3     | 0-3 |
| уровень умения четко формулировать проблему, предложив ее решение, критически оценить решение и его последствия | 0-3     | 0-3 |
| уровень умения определить, проанализировать альтернативные возможности, варианты действий                       | 0-3     | 0-3 |
| уровень умения формулировать собственную позицию, оценку и аргументировать ее                                   | 0-3     | 0-3 |
| Востребованность результатов практики на предприятии  | 0 или 3 | -   |

Отзыв руководителя от предприятия учитывается в соответствии с выставленной оценкой по четырех-балльной системе следующим образом:

- оценка «зачтено» - 2-3 балла;
- оценка «не зачтено» - 0-1 балл.