

**Государственное образовательное учреждение
«Приднестровский государственный университет им. Т.Г. Шевченко»**

**Институт государственного управления
и социально-гуманитарных наук**

Кафедра рекламы и связей с общественностью



Е.М. Бобкова

2024г.

ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

**ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА
ПРЕДДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА**

на 2024/2025 учебный год

Направление
5.42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль
общий

Квалификация
бакалавр

Форма обучения
очная

ГОД НАБОРА 2021

Тирасполь 2024 г.

Программа производственной преддипломной практики разработана в соответствии с требованиями Государственного образовательного стандарта ВО по направлению подготовки 5.42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и основной профессиональной образовательной программы (учебного плана) по профилю подготовки «Общий».

Составитель рабочей программы:

Доцент



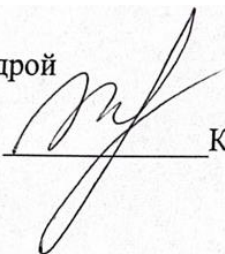
Леонтьева О.В.

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью

« 4 » сентября 2024г. протокол №1

Зав. выпускающей кафедрой

« 04 » сентября 2024г.



Колодка Л.В.

1. Цели и задачи практики

Целью производственной (преддипломной) практики является:

- систематизация и закрепление ранее полученных знаний по дисциплинам программы бакалавриата применительно к практическим задачам рекламы и связей с общественностью;
- усвоение полученных знаний при выполнении профессиональных обязанностей на преддипломной практике;
- получения практических навыков решения задач, поставленных перед студентами в выпускной квалификационной работе;
- сбор фактического материала по теме выпускной квалификационной работы.

Задачами производственной (преддипломной) практики являются:

- углубление и практическое применение знаний, полученных при изучении дисциплин базовой и вариативной части учебной программы;
- изучение современного состояния и перспективных направлений развития рекламы и связей с общественностью;
- выполнение этапов работы в тематике выпускной квалификационной работы, определенных индивидуальным заданием на преддипломную практику, календарным планом, формой представления отчетных материалов и обеспечивающих достижение планируемых результатов;
- оформление отчета, содержащего материалы этапов работы, раскрывающих уровень освоения заданного перечня компетенций и входящих в состав исходных данных для выполнения ВКР.

Иные конкретные задачи прохождения преддипломной практики могут быть определены руководителем практики.

2. Место практики в структуре ОПОП

Производственная (преддипломная) практика студентов 4 курса направления подготовки 5.42.03.01 – Реклама и связи с общественностью относится к обязательному разделу учебного плана Б2.О.02.02 (П).

3. Вид, тип и формы проведения практики

Вид практики: производственная.

Тип практики: преддипломная.

Форма проведения практики: Дискретно, в соответствии с календарным графиком. Стационарная, выездная практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности или научно-исследовательская работа. Проводится, для выполнения выпускной квалификационной работы.

4. Место и время проведения практики

Место проведения практики: преддипломная практика проводится на кафедре социологии и социальных технологий ИГУ и СГН, ПГУ им. Т.Г. Шевченко, предприятиях, в организациях и учреждениях различных форм на основе договоров, заключенных с этими организациями, подходящих для исследования по теме ВКР.

Время проведения практики: Данная практика проходит в соответствии с учебным планом по направлению подготовки 5.42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», в 8 семестре в течение 4 недель.

5. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения практики и индикаторы их достижения

Категория (группа) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
---	--	---

Системное и критическое мышление	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	ИД-1 Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними ИД-2 Критически оценивает надежность источников информации, работает с противоречивой информацией из разных источников ИД-3 Разрабатывает и содержательно аргументирует стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов
Разработка и реализация проектов	УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	ИД-1 Формулирует на основе поставленной проблемы проектную задачу и способ ее решения через реализацию проектного управления ИД-2 Осуществляет мониторинг хода реализации проекта, корректирует отклонения, вносит дополнительные изменения в план реализации проекта, уточняет зоны ответственности участников проекта ИД-3 Предлагает процедуры и механизмы оценки качества проекта, инфраструктурные условия для внедрения результатов проекта
Командная работа и лидерство	УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	ИД-1. Вырабатывает стратегию командной работы и на ее основе организует отбор членов команды для достижения поставленной цели ИД-2 Разрешает конфликты и противоречия при деловом общении на основе учета интересов всех сторон; создает рабочую атмосферу, позитивный эмоциональный климат в команде ИД-3 Делегирует полномочия членам команды и распределяет поручения, дает обратную связь по результатам, принимает ответственность за общий результат
Коммуникация	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах); на	ИД-1. Устанавливает контакты и организует общение в соответствии с потребностями совместной деятельности, используя современные коммуникационные технологии ИД-2 . Составляет в соответствии с нормами

	государственных языках ПМР.	русского языка деловую документацию разных жанров Организует обсуждение результатов исследовательской и проектной деятельности на различных публичных мероприятиях на русском языке, выбирая наиболее подходящий формат ИД-3. Составляет типовую деловую документацию для академических и профессиональных целей на иностранном языке Организует обсуждение результатов исследовательской и проектной деятельности на различных публичных мероприятиях на русском языке, выбирая наиболее подходящий формат Представляет результаты исследовательской и проектной деятельности на различных публичных мероприятиях, участвует в академических и профессиональных дискуссиях на иностранном языке
Межкультурное взаимодействие	УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	ИД-1 Анализирует важнейшие идеологические и ценностные системы, сформировавшиеся в ходе исторического развития ИД-2. Выстраивает социальное и профессиональное взаимодействие с учетом особенностей деловой и общей культуры представителей других этносов и конфессий, различных социальных групп ИД-3. Обеспечивает создание недискриминационной среды для участников межкультурного взаимодействия при личном общении и при выполнении профессиональных задач
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	ИД -1 Оценивает свои ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные, временные), целесообразно их использует. ИД-2 Выбирает и реализует с использованием инструментов непрерывного образования возможности развития профессиональных компетенций и социальных навыков ИД-3 Выстраивает гибкую профессиональную траекторию, с учетом накопленного опыта профессиональной деятельности, динамично изменяющихся требований рынка труда и стратегии личного развития
	УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической	ИД-1. Знает: - значение физической культуры как фактора развития человеческого капитала,

	подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	основной составляющей здорового образа жизни; - основные показатели физического развития, функциональной подготовленности и работоспособности и влияние физических упражнений на данные показатели; - основы организации здорового образа жизни; - требования профессиональной деятельности в области физической культуры и спорта к уровню физической подготовленности работников; - правила безопасности при проведении занятий по физической культуре и спорту; - методики обучения технике двигательных действий и развития физических качеств средствами базовых видов спорта и ИВС; - основы планирования и проведения занятий по физической культуре; - основы контроля и самооценки уровня физической подготовленности по результатам тестирования. - правила эксплуатации контрольно- измерительных приборов и инвентаря ИД-2 . Умеет: - самостоятельно оценивать уровень физической подготовленности; - планировать отдельные занятия и циклы занятий по физической культуре оздоровительной направленности с учетом особенностей профессиональной деятельности; - проводить занятия по общей физической подготовке; - определять и учитывать величину нагрузки на занятиях; - соблюдать правила техники безопасности при выполнении упражнений; - пользоваться спортивным инвентарем, оборудованием и контрольно-измерительными приборами и обнаруживать их неисправности ИД-3. Имеет опыт: - проведения с обучающимися теоретических занятий и бесед о пользе, значении физической культуры и спорта, основах здорового образа жизни, о важности физической подготовки к систематическим занятиям и использовании средств физической культуры и спорта для оптимизации двигательного режима; - планирования и проведения занятий по обучению технике базовых видов спорта; - планирования и проведения учебно-тренировочных занятий по ИВС по обучению технике выполнения упражнений, развитию физических качеств и воспитанию
--	--	---

		личности; - владения техникой основных двигательных действий базовых видов спорта и ИВС на уровне выполнения контрольных нормативов; - самоконтроля и анализа своего физического состояния, физической подготовленности
Безопасность жизнедеятельности	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	ИД-1 Знает: причины, признаки и последствия опасностей, способы защиты от чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов; основы безопасности жизнедеятельности, телефоны служб спасения ИД-2 Выявляет: признаки, причины и условия возникновения чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов; оценивает вероятность возникновения потенциальной опасности; предлагает мероприятия по предотвращению чрезвычайных ситуаций ИД-3 Имеет опыт: анализа факторов вредного влияния элементов среды обитания (технических средств, технологических процессов, материалов, зданий и сооружений, природных и социальных явлений)
Экономическая культура в том числе финансовая грамотность	УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	ИД-1 Знает: базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике ИД-2 Умеет: применять методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей ИД-3 Имеет опыт: использования финансовых инструментов для управления личными финансами, контроля собственных экономических и финансовых рисков
Гражданская позиция	УК-10. Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению	ИД-1 Анализирует действующие правовые нормы, обеспечивающие борьбу с коррупцией в различных областях жизнедеятельности, а также способы профилактики коррупции и формирования нетерпимого отношения к ней ИД-2 Планирует, организует и проводит мероприятия, обеспечивающие

		формирование гражданской позиции и предотвращение коррупции в обществе ИД-3 Соблюдает правила общественного взаимодействия на основе нетерпимого отношения к коррупции
--	--	---

Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Категория (группа) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
Продукт профессиональной деятельности	ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиа тексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ИД-1 Выявляет отличительные особенности медиа текстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиа сегментов и платформ ИД-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 ИД -3 Представляет результаты исследовательской и проектной деятельности на различных публичных мероприятиях
Общество и государство	ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиа текстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ИД-13нает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития ИД-2 Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов. ИД -3 умеет формулировать медиа текст толерантного содержания с национальных и этнических особенностей
Культура	ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений	ИД-1Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового

	отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	культурного процесса ИД-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. ИД-3 умеет использовать коммуникативные культурные особенности региона в процессе создания и продвижения медиатекста
Аудитория	ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ИД-1 Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп ИД-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 ИД – 3 способен изучить специфические особенности целевой аудитории и выстроить стратегию работы в соответствии с ними
Медиа коммуникационная система	ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиа коммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ИД-13нает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиа коммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ИД-2 Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиа коммуникационной системы ИД- 3 применяет знания о тенденциях развития медиа коммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из

		политических и экономических условий при формировании рекламного продукта.
Технологии	ОПК-6 Способен принимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ИД-1 Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение ИД-2 Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов ИД-3 соблюдает нормы информационной безопасности при работе с информационно-коммуникационными технологиями
Эффекты	ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ИД-1 Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности ИД-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 ИД-3 соблюдает общепринятые и профессиональные этические нормы, осознавая деонтологическую составляющую профессиональной деятельности.

Обязательные профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Задача ПД	Объект и область знания	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание (ПС, анализ опыта)
Тип задач профессиональной деятельности: организационный				
Организация процесса создания	текст рекламы и связей с общественностью и	ПК-1. Способен участвовать в реализации	ИД-1. Выполняет функционал линейного менеджера в	06.009 Специалист по продвижению и

коммуникационный продукт	(или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности	коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью ИД-2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии ИД-3. Участствует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	распространению продукции средств массовой информации 06.012. Менеджер продуктов в области информационных технологий
--------------------------	---	---	--	--

Тип задач профессиональной деятельности: проектный

Осуществление авторской деятельности и по созданию текста рекламы / связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности	ПК-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ИД-1 Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ИД-2 Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта ИД-3 Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 06.012. Менеджер продуктов в области информационных технологий
--	--	--	---	--

Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности	ПК-3. способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ИД-1 Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью ИД-2 Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью ИД-3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR кампании при создании коммуникационного продукта	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 06.012. Менеджер продуктов в области информационных технологий
--	--	---	--	--

Тип задач профессиональной деятельности: социально-просветительский

Продвижение социально значимых ценностей с помощью коммуникационного продукта	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности	ПК-4. Продвижение социально значимых ценностей с помощью коммуникационного продукта социальной ответственности	ИД-1. Участует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы ИД-2 При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной Социальной ответственности ИД-3 Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 06.012. Менеджер продуктов в области информационных технологий
Продвижение коммуникационного продукта путем	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной	ПК-5. Участие в разработке и реализации индивидуального	ИД-1 Использует основные маркетинговые инструменты при	06.009 Специалист по продвижению и распространению

взаимодействи я с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации	коммуникацион ный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группа м общественности	о и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественность ю Участие в разработке и реализации индивидуальног о и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественность ю	планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта ИД-2 Принимает участие в организации и выполнении Маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта ИД-3 Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	ю продукции средств массовой информации 06.012. Менеджер продуктов в области информационны х технологий
--	--	--	---	--

6. Структура и содержание практики

Практика проводится в течение 4 недель во 9 семестре. Практика содержит ряд ключевых этапов:

Этап 1. Этап подготовки к практике.

Этап 2. Этап реализации.

Раздел 3. Заключительный этап

Общая трудоемкость практики составляет 6 зачетных единиц, 216 часов

	Разделы (этапы) практики	Все виды работ на практике обучающихся (по семестрам)	Трудоемкость (в часах)		Формы текущего контроля
			Кант. раб.	Сам. раб.	
1.	Этап подготовки к практике (24 ч.)	Ознакомительная лекция руководителя практики в рамках установочной конференции. Студенты знакомятся с программой практики, нормативными и методическими материалами по организации практики, форм отчетности и контроля. При необходимости заключается договор с профильным учреждением – базой практики.	-	2	Дневник по прак- тике
		Студенты проходят инструктаж по технике	-	2	

		безопасности.			
		Лекция (беседа) представителя базы практики	-	2	
		Студенты знакомятся с материалами исследований в сфере PR, проводимых на базе практики; с работой структурных подразделений базы практики.	-	18	
2.	Этап реализации (158 ч.)	Выбор темы исследования, получение задания от руководителя практики.	-	4	Дневник по практике
		Выполнение практических заданий по сбору, обработке и систематизации материала для подготовки выпускной квалификационной работы. При написании дипломного проекта студент осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации намеченной коммуникационной стратегии; использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации проекта коммуникационного продукта; принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию проектного коммуникационного продукта; использует результаты исследований для планирования рекламной или PR кампании при создании проекта коммуникационного продукта; в рамках проекта создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики используемых каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта.	-	84	
		Анализ полученной информации, подготовка отчета по практике, получение от-	-	72	Дневник по практике/

		зыка-характеристики. Выработка на основе проведенного исследования, выводов и предложений; Анализ собственной деятельности по результатам практики. Итогом проделанной работы, в рамках практики, является проект коммуникационного продукта, презентация которого осуществляется в рамках письменного отчета.			Отчет
3.	Заключительный этап (34 ч.)	Оформление и сдача отчета по производственной (преддипломной) практике в соответствии с требованиями; отчетной ведомости по практике, дневника и отзыва - характеристики на кафедру философии и социальной коммуникации, устранение замечаний руководителя практики.	-	28	Дневник по практике/ Отчет и отчетная ведомость/ Защита отчета
		Выступление на итоговой конференции.	-		
Итого			-	216 ч.	

7. Форма отчетности по практике

По итогам прохождения практики обучающийся представляет:

1. Дневник практики ведется индивидуально на протяжении всей практики (начиная с установочной конференции), содержит индивидуальный план работы студента и отражает результаты работы студента-практиканта за каждый день.

Подписывается дневник руководителем практики от кафедры и является допуском к итоговому отчету по практике на итоговой конференции.

Дневник должен содержать следующие разделы:

- график прохождения основных этапов практики;
- ежедневный краткий отчет о выполнении заданий практики, информация о сборе и анализе материала для подготовки выпускной квалификационной работы.

Вести дневник необходимо каждый день в виде таблицы. В ней должны быть указаны место и день практики, виды и содержание работы в течение дня, полученные результаты и отметка о выполнении.

2. Отчет. По результатам прохождения практики студент составляет отчет о выполнении заданий в соответствии с программой практики и индивидуальным планом, свидетельствующих о закреплении знаний, умений, приобретении практического опыта, освоении перечня компетенций, обозначенных учебным планом, с описанием решения задач практики. Итоговый отчет по практике выполняется и сдается индивидуально.

3. Отчетную ведомость по практике. Ведомость предоставляется студентам во время прохождения инструктажа руководителем практики.

Примечание: Весь отчет оформляется в соответствии с требованиями, предъявляемыми к оформлению выпускных квалификационных работ. Отчет должен быть выполнен с использованием компьютера, на одной стороне листа белой бумаги формата А4 в текстовом

редакторе MSWORD, шрифтом TimesNewRoman размером 14 nm через полтора интервала, с выравниванием по ширине страницы.

8. Промежуточная аттестация по итогам практики

Форма аттестации: зачет с оценкой.

Требования по формам защиты отчета: конференция.

При оценке результатов практики в первую очередь учитываются следующие составляющие:

- уровень теоретического и практического осмысления обучающимися своей практической деятельности (её целей, задач, содержания, методов);
- степень сформированности профессиональных умений;
- мнение, высказанное руководителем практики в отзыве;
- содержание записей в дневнике и аккуратность его ведения;
- качество отчётной документации и своевременность её сдачи на кафедру (в течение 3 дней по окончании практики);
- выступление на итоговой конференции.

Промежуточная аттестация за преддипломную практику проводится по результатам выполнения задания и итогового отчета бакалавра.

Промежуточная аттестация по итогам преддипломной практики проводится на основании оформленного в соответствии с установленными требованиями письменного отчета и дневника практики, а также отзыва-характеристики руководителя практики от организации (предприятия). Дневник практики и отзыв-характеристика подписываются руководителем практики от организации(предприятия).

Оценка **«отлично»** выставляется обучающему, который выполнил в срок и на высоком уровне весь намеченный объём работы, проявил самостоятельность, творческий подход, общую и профессиональную культуру.

Оценка **«хорошо»** выставляется обучающему, который полностью выполнил весь намеченный объём работы, проявил инициативу, но не смог вести творческий поиск или не проявил потребность в творческом росте.

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется обучающему, который выполнил программу практики, но не показал глубоких теоретических знаний и умений применения их на практике, допускал ошибки при планировании и в практической деятельности.

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется обучающему, который не выполнил программу практики, обнаружил слабые теоретические знания, практические умения.

Снижаются оценки за нарушение сроков сдачи отчёта, за необоснованные пропуски либо отказы от выполнения каких-либо заданий, за небрежное ведение дневника.

Обучающиеся, не прошедшие практику в установленные сроки или получившие оценку «неудовлетворительно» при промежуточной аттестации результатов прохождения практики какого-либо вида, проходят практику повторно по индивидуальному плану.

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение практики

9.1. Обеспеченность обучающихся учебниками, учебными пособиями

№ п/п	Наименование учебника, учебного пособия	Автор	Год издания	Кол-во экз-ов	Электронная версия	Место размещения электронной версии
Основная литература						
1	Организация и проведение практики по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» : методиче-	составители : О. В. Леонтьева, Л. В. Колodka, В. В.	2024			https://mega.nz/folder/mBNG0CQB#Mo8thp37ITHiJ3EsPb

	ские указания [Электронный ресурс] / ГОУ «Приднестровский государственный университет им. Т. Г. Шевченко» ; Институт государственного управления и социально-гуманитарных наук /. – Тирасполь : Изд-во Приднестр. ун-та,. – 84 с.	Михайлова				9cA/folder/SE1BzR4A
2	Основы рекламы и паблик рилейшнз /; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Кубанский государственный университет. – Краснодар: Кубанский гос. ун-т,. – 188 с	И.А. Мальцева	2022			https://mega.nz/folder/mBNG0CQB#Mo8thp37ITHiJ3EsPb9cA/folder/SE1BzR4A
3	Инновационные стратегии предприятий масс-медиа в XXI веке: учебник. — Тверь: Издательство Тверского государственного университета,. — 140 с.		2022			https://mega.nz/folder/mBNG0CQB#Mo8thp37ITHiJ3EsPb9cA/folder/SE1BzR4A
4	Технологии PR и рекламы в современном обществе : материалы XIII Всероссийской научно-практической конференции 20 марта 2018 г. Санкт Петербург /. – СПб. : Изд-во Политехн. ун-та, – 171 с.	под ред. И. Р. Тростинской	2018.			https://mega.nz/folder/mBNG0CQB#Mo8thp37ITHiJ3EsPb9cA/folder/SE1BzR4A
	Васильева, М. М. Связи с общественностью в органах власти : учебник для академического бакалавриата /— М. : Издательство Юрайт,— 495 с.	М. М. Васильева [и др.].	2018.			https://mega.nz/folder/mBNG0CQB#Mo8thp37ITHiJ3EsPb9cA/folder/SE1BzR4A
Дополнительная литература						
1	Организация и проведение рекламных мероприятий посредством BTL-коммуникаций	Шпаковский В.О.	2015			Корпус 6 Метод.каб. moodle.spsu.ru
2	Секреты эффективной интернет-рекламы : практическое пособие	Бердышев, С. Н.	2018			Корпус 6 Метод.каб. moodle.spsu.ru
3	Организация и практика работы рекламного агентства : Учебник для бакалавров	Евстафьев В.А.	2016			Корпус 6 Метод.каб. moodle.spsu.ru
Итого по практике: % печатных изданий: % электронных 100						

9.2. Программное обеспечение и Интернет-ресурсы

Основное программное обеспечение, используемое в процессе освоения дисциплины, включает такие программные продукты, как: MS Office (Word, PowerPoint); антивирусные программы, мультимедийные кодеки, архиваторы и др.

Необходимы компьютеры с доступом к Интернету, к системе «Moodle». Для обучающихся обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам. К числу основных баз данных, информационных систем, используемых в процессе освоения дисциплины относятся:

Научная электронная библиотека ELIBRARY.RU: полнотекстовая база данных научных периодических изданий, <http://www.elibrary.ru/>

Интеллект-библиотека IQlib: электронная библиотека полнотекстовых версий печатных изданий, снабженная современной поисковой системой, позволяющей обрабатывать большой массив информации с высокой скоростью и эффективностью; электронный каталог библиографических описаний; энциклопедический и справочный аппарат. <http://www.iqlib.ru/>

Энциклопедические Интернет-ресурсы (Рубрикон <http://www.rubricon.com>; Мегаэнциклопедия <http://mega.km.ru/>; Википедия <http://ru.wikipedia.org>).

Глобальные поисковые системы (Yahoo: www.yahoo.com; Lycos: www.lycos.com; Altavista: www.altavista.com и др.) и локальные (Rambler: www.rambler.ru; Yandex: www.yandex.ru и др.).

9.3. Методические указания и материалы по прохождению практики

Комбинированный формат проведения практики включает контактную работу обучающихся с преподавателями в аудитории и работу обучающихся и работу обучающихся с преподавателями дистанционно в режимах онлайн (onlain) и офлайн (oflain) с использованием образовательного портала «Электронный университет ПГУ» (Moodle); платформ видеоконференций – Zoom и др.; возможности мессенджеров – Viber, Skype и др., а так же проведение работы посредством групповой электронной почты обучающихся и электронной почты преподавателей.

10. Материально-техническое обеспечение практики

Компьютерный класс для выполнения расчетно-графической работы.

Реализация учебной программы должна обеспечиваться доступом каждого студента к информационным ресурсам – институтскому библиотечному фонду и сетевым ресурсам Интернет. Для использования ИКТ в учебном процессе необходимо наличие программного обеспечения, позволяющего осуществлять поиск информации в сети Интернет, систематизацию, анализ и презентацию информации, экспорт информации на цифровые носители.

Технологическая карта дисциплины

Курс 4 группы ИГ21ДР62РО, семестр 8

Руководитель практики от университета – Леонтьева О.В.

Кафедра рекламы и связей с общественностью

Кредитно-модульная система в ИГУ и СГН не введена.

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Производственная (преддипломная) практика» разработана в соответствии с требованиями Государственного образовательного стандарта ВО по направлению подготовки 5.42.03.01 Реклама и связи с общественностью и основной профессиональной образовательной программы (учебного плана) по профилю «общий».