

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 Е.М. Бобкова
« 26 » 09 2024 г.

ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

Б2.О.01.02(П) Производственная практика (научно-исследовательская практика)

на 2024/2025 учебный год

Направление
42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль
PR -технологии в современной коммуникативной индустрии

Квалификация
магистр

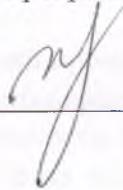
Форма обучения
заочная

ГОД НАБОРА 2023

Тирасполь 2024 г.

Программа производственной (научно-исследовательской) практики разработана в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» и основной профессиональной образовательной программы (учебного плана) по профилю подготовки «PR-технологии в современной коммуникативной индустрии».

Составитель программы практики

Доцент  Л.В. Колодка

Программа практики утверждена на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью

« 4 » сентября 2024 г. протокол № 1

1. Цели и задачи практики.

Целью прохождения производственной (профессионально-творческой) практики является подготовка магистров к осознанному и углубленному изучению общепрофессиональных дисциплин, закрепление теоретических знаний, формирование первичных профессиональных навыков по выбранному направлению; получение необходимых практических знаний и навыков для работы в области рекламы и связей с общественностью, способствовать формированию необходимых качеств и формирования культуры поведения будущего специалиста, обучения навыкам взаимодействия при осуществлении профессиональной деятельности.

Задачами производственной (профессионально-творческой) практики являются:

- Формирование системных знаний и представлений о профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.
- Выработка целостного понимания принципов и норм деятельности специалиста в области рекламы и связей с общественностью.
- Приобретение знания в области практической реализации рекламы и связей с общественностью в современной организации;
- Сбор практических материалов по темам практики и представление их в отчете;
- Обобщение полученных данных и оценка работы специалиста на объекте прохождения практики, формулировка грамотных выводов для принятия и реализации управленческих решений.

2. Место практики в структуре ОПОП:

Производственная (профессионально-творческая) практика магистров 2 курса направления подготовки 42.04.01 – Реклама и связи с общественностью относится к Блоку 2, части формируемой участниками образовательных отношений Б2.О.01.02(П).

3. Виды и тип практики

Вид практики - производственная

Тип практики - профессионально-творческая

4. Место проведения практики

Производственная (профессионально-творческая) практика предполагает работу в качестве сотрудника рекламных агентств, отделов рекламы и связей с общественностью различных компаний, коммуникационных агентств, пресс-служб. Практика проходит непосредственно на предприятии или в организации под руководством сотрудника предприятия. Магистры могут проходить практику индивидуально или группами по несколько человек в зависимости от заявки организации. Руководство практикой осуществляет руководитель от Кафедры философии и социальной коммуникации, отвечающий за общую подготовку и организацию, проводящие непосредственную работу с магистрами.

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

Категория (группа) компетенций	Код и наименование	Код и наименование индикатора достижения компетенций
<i>Универсальные компетенции и индикаторы их достижения</i>		
<p>Системное и критическое мышление</p>	<p>УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий</p>	<p>ИД ук-1.1. Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними</p> <p>ИД ук-1.2. Осуществляет поиск алгоритмов решения поставленной проблемной ситуации на основе доступных источников информации. Определяет в рамках выбранного алгоритма вопросы (задачи), подлежащие дальнейшей детальной разработке. Предлагает способы их решения.</p> <p>ИД ук-1.3. Разрабатывает стратегию достижения поставленной цели как последовательность шагов, предвидя результат каждого из них и оценивая их влияние на внешнее окружение планируемой деятельности и на взаимоотношения участников этой деятельности.</p>
<p>Разработка и реализация проектов</p>	<p>УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла</p>	<p>ИД ук-2.1. Разрабатывает концепцию проекта в рамках обозначенной проблемы, формулируя цель, задачи, актуальность, значимость (научную, практическую, методическую и иную в зависимости от типа проекта), ожидаемые результаты и возможные сферы их применения.</p> <p>ИД ук-2.2.</p>

		<p>Способен видеть результат деятельности и планировать последовательность шагов для его достижения. Формирует план-график реализации проекта и план контроля за его выполнением.</p> <p>ИД ук-2.3. Представляет публично результаты проекта и (или его этапов, частей) в виде статей, выступлений на научно-практических конференциях, семинарах, форумах, круглых столах.</p>
Командная работа и лидерство	<p>УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели</p>	<p>ИД ук-3.1. Вырабатывает стратегию сотрудничества и на ее основе организует работу команды для достижения поставленной цели.</p> <p>ИД ук-3.2. Учитывает в своей социальной и профессиональной деятельности интересы, особенности поведения и мнения (в том числе критические) людей с которыми работает</p> <p>ИД ук-3.3. Обладает навыками преодоления возникающих в команде разногласий, споров и конфликтов на основе учета интересов всех сторон.</p>
Коммуникация	<p>УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия</p>	<p>ИД ук-4.1. Демонстрирует интегративные умения для выполнения письменного перевода и редактирования различных академических текстов (рефератов, статей, эссе, обзоров и т.д.)</p> <p>ИД ук-4.2. Представляет результаты академической и профессиональной деятельности на различных</p>

		<p>научных мероприятиях, включая международные.</p> <p>ИД ук-4.3. Демонстрирует интегративные умения, необходимые для эффективного участия в академических и профессиональных дискуссиях.</p>
Межкультурное взаимодействие	УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	<p>ИД ук-5.1. Адекватно объясняет особенности поведения и мотивации людей различного социального и культурного происхождения в процессе взаимодействия с ними, опираясь на знание причин появления социальных обычаев и различий в поведении людей.</p> <p>ИД ук-5.2. Использует навыки создания недискриминационной среды взаимодействия при выполнении поставленных задач.</p> <p>ИД ук-5.3. Учитывает особенности разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия</p>
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровье сбережение)	УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	<p>ИД ук-6.1. Находит, обобщает и творчески использует имеющийся опыт в соответствии с задачами саморазвития.</p> <p>ИД ук-6.2. Самостоятельно выявляет мотивы и стимулы для саморазвития, определяя реалистические цели профессионального роста.</p> <p>ИД ук-6.3. Планирует профессиональную траекторию с учетом профессиональных особенностей, а также других</p>

		видов деятельности и требований рынка труда.
<i>Общепрофессиональные компетенции и индикаторы их достижения</i>		
Общество и государство	ОПК-2. Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ИД оПК-2.1. Выявляет причинноследственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов ИД оПК-2.2. Анализирует основные тенденции развития общественных и государственных институтов и использует результаты анализа при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
Культура	ОПК-3. Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ИД оПК-3.1. Знает этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса ИД оПК-3.2. Анализирует и использует достижения отечественной и мировой культуры при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов
Аудитория	ОПК-4. Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	ИД оПК-4.1. Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп ИД оПК-4.2. Организует процесс изучения аудиторий и использует его результаты, выявленные данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке /реализации иных

		коммуникационных продуктов
Медиа коммуникационная система	ОПК-5. Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ИД ошк-5.1. Выявляет особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ИД ошк-5.2. При принятии профессиональных решений по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов использует выявленные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира. Разрабатывает коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования
Эффекты	ОПК-7. Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	ИД ошк-7.1. Знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности ИД ошк-7.2. Осуществляет профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования

		возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений. Применяет при разработке и реализации коммуникационного продукта принципы социальной ответственности
<i>Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения</i>		
Создание концепции, планирование реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-2. Способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью	ИД ПК-2.1. Формулирует концепцию научного исследования ИД ПК-2.2. Применяет методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации ИД ПК-2.3. Получает, интерпретирует и представляет результаты исследования. На основе исследования составляет практические рекомендации и прогнозирует тенденции коммуникационной сферы
Проведение научного исследования в сфере рекламы и связей с общественностью на основе самостоятельно разработанной или адаптированной методологии и методик	ПК-3. Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы	ИД ПК-3.1. Отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике. ИД ПК-3.2. Проводит анализ ситуации и разрабатывает проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью.
Системное выстраивание производственного процесса выпуска коммуникационного продукта с применением современных	ПК-4. Способен применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций	ИД ПК-4.1. Использует современные онлайн и офлайн технологии выстраивания коммуникаций с разными стейкхолдерами (органами государственной власти, финансовым сообществом, медиа,

<p>информационных технологий</p>		<p>локальными сообществами, потребителями, общественными организациями).</p> <p>ИД ПК-4.2. Разрабатывает и применяет современные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми аудиториями</p> <p>ИД ПК-4.3. Разрабатывает и применяет современные инструменты внутренних коммуникаций для формирования корпоративной культуры организации</p> <p>ИД ПК-4.4. Использует технические средства и интегрирует современные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта</p>
<p>Осуществление авторской деятельности любого уровня сложности в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	<p>ПК-5. Способен осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта</p>	<p>ИД ПК-5.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта</p> <p>ИД ПК-5.2. Создает сценарии для специальных событий и мероприятий с учетом специфики коммуникационных задач</p> <p>ИД ПК-5.3. Формулирует целевой репутационный образ организации/ компании/ персоны</p> <p>ИД ПК-5.4. Интегрирует коммуникации для эффективной реализации</p>

		коммуникационной стратегии
--	--	----------------------------

6. Структура и содержание учебной практики

Общая трудоемкость практики составляет 12 зачетных единиц, или 8 недели.

3 семестр

№ п/п	Разделы (этапы практики)	Все виды работ на практике обучающихся (по семестрам)	Трудоемкость (в часах)		Формы текущего контроля
			Контакт. раб.	Сам. раб.	
1	Подготовительный	Участие в работе установочной конференции. Определение индивидуального плана работы на практике с распределением рабочей нагрузки (порядок, время, виды работ). Знакомство с правами и обязанностями студентов во время прохождения практики.	-	12	Инструктаж по технике безопасности, получение индивидуальных и групповых заданий
2	Производственный	Знакомство, беседа с представителями администрации учреждения (организации); изучение правил внутреннего распорядка; направлений деятельности, режима работы, структуры учреждения; истории развития. Изучение и характеристика содержания оказываемых услуг населению. Экскурсия по учреждению и знакомство со специалистами по PR. Беседа со специалистами по PR. Изучение нормативно-правового обеспечения и регулирования	-	90	Проверка дневника практиканта

		функционирования организации.			
3	Проектно-аналитический	Самостоятельная работа студентов с документами, регламентирующими деятельность специалистов по PR.	-	90	Проверка дневника практиканта
4	Отчетный	Написание отчета по практике. Выступление на итоговой конференции.	-	20	Защита отчета
Итого			-	212	
Зачет				4	
Всего				216ч.	

7. Формы отчётности по практике

По итогам прохождения практики обучающийся представляет:

1. Дневник практики, включающий в себя:

- ежедневный краткий отчет о выполнении заданий практики, информация о сборе полевого материала.

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.

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

2. Отчет по итогам практики.

Составляется отчет о выполнении заданий в соответствии с программой практики и индивидуальным планом, свидетельствующих о закреплении знаний, умений, приобретении практического опыта, освоении общекультурных и общепрофессиональных компетенций, с описанием решения задач практики. Итоговый отчет по практике выполняется и сдается индивидуально.

3. Ведомость по практике.

Ведомость предоставляется магистрантам во время прохождения инструктажа руководителем практики.

8. Промежуточная аттестация по итогам практики

По окончании производственной (профессионально-творческой) практики руководителем практики от университета организуется итоговая конференция, на котором подводятся итоги прохождения практики, выставляются оценки в зачетную ведомость.

Основаниями для аттестации по практике являются заполненный и подписанный дневник, ведомость, письменный отчет и участие в итоговой конференции.

Проверка выполнения студентами программы практики осуществляется в форме текущего и промежуточного контроля руководителями практики от университета и руководителями (кураторами) практики принимающей стороны.

Текущий контроль проводится в течение периода прохождения практики. Руководители и кураторы следят за выполнением студентами их обязанностей во время практики, составлением отчёта, проверяют качество ведения дневника, собранного материала. В случае выявления существенных недостатков, студенту назначается срок для устранения замечаний.

Промежуточный контроль осуществляется в форме проведения итоговой

конференции.

Итоговая конференция проводится руководителем практики в заранее установленное время, не позднее двух дней после окончания практики, о чём студенты информируются заранее.

Аттестация по итогам производственной практики (профессионально-творческой) проводится в форме открытой презентации отчёта о приобретенных в процессе прохождения практики умениях и навыках в присутствии представителей учреждений.

По результатам аттестации выставляется зачёт в 1 семестре и зачет с оценкой во 2 семестре.

Оценка результатов практики складывается из оценки, выставленной руководителем учреждения, оценки по ведению документации и оценки отчёта магистра.

При оценке результатов практики в первую очередь учитываются следующие составляющие:

- уровень теоретического осмысления 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 и пр.

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

«5»

Обучающийся своевременно выполнил весь требуемый объём работы, показал глубокую теоретическую, методическую, профессионально-прикладную подготовку; умело применил полученные знания в процессе практики, точно и целесообразно использовал научную и профессиональную терминологию; грамотно, в соответствии с требованиями сделал отчет о практике в семестре; отчет логично и в полном объеме отражает этапы и характер проделанной работы.

«4»

Обучающийся демонстрирует достаточно полные знания по организации деятельности; полностью выполнил индивидуальное задание, но допустил незначительные ошибки при выполнении задания; грамотно использует научную и профессиональную терминологию при оформлении отчетной документации по практике.

«3»

Обучающийся выполнил индивидуальное задание, однако в процессе работы не проявил достаточной самостоятельности, инициативы и заинтересованности, допустил существенные ошибки при выполнении отдельных заданий; демонстрирует недостаточный объем знаний и низкий уровень их применения на практике; неосознанное владение научным инструментарием, низкий уровень владения терминологией; низкий уровень владения профессиональным стилем речи; низкий уровень оформления документации по практике.

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

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

Магистры, не выполнившие программу практики без уважительной причины или

получившие отрицательную оценку при защите отчёта, могут быть отчислены из ИГУиСГН, в порядке, установленном Уставом университета. Задолженность по практике может быть ликвидирована при наличии письменного разрешения директора Института.

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение практики

9.1. Обеспеченность обучающихся учебниками, учебными пособиями

№ п/п	Наименование учебника, учебного пособия	Автор	Год издания	Количество экз-ов	Электронная версия	Место размещения электронной версии
<i>Основная литература</i>						
1	Практика для студентов, обучающихся по направлению «Реклама и связи с общественностью» : учеб. пособие	К.Н. Тендит, А.В. Иваньков	2014	-	Электронная версия	https://mega.nz/folder/mBNG0COB#Mo8thp37ITHiJ3EsPb_9cA/folder/zdVBWTYb
2	Теория и практика рекламы и связей с общественностью : учебное пособие	под ред. В. В. Тулупова	2022	-	Электронная версия	https://mega.nz/folder/mBNG0COB#Mo8thp37ITHiJ3EsPb_9cA/folder/zdVBWTYb
3	Организация и проведение практики по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» : учеб.-метод. пособие	сост. С.А. Даньшина, Н.А. Кононова, Т.А. Пичугина, О.П. Соколова, С.А. Стерхова, Л.Д. Фирулёва, И.В. Чернышева, А.В. Шквырина	2017	1	Электронная версия	https://mega.nz/folder/mBNG0COB#Mo8thp37ITHiJ3EsPb_9cA/folder/zdVBWTYb
<i>Дополнительная литература</i>						
1	Связи с общественностью	С. Ю. Нарциссова, К. Б. Барышников, Е. В.	2021	-	Электронный ресурс	https://mega.nz/folder/mBNG0COB#Mo8thp37ITHiJ3EsPb_9cA/

		Маклакова, Т. Л. Шкляр				folder/OYFh TJbT
2	Теория и практика рекламы и связей с общественностью : учебное пособие	под ред. В. В. Тулупова	2022	-	Электронная версия	https://mega.nz/folder/mBNG0COB#Mo8thp37ITHiJ3EsPb_9cA/folder/OYFh TJbT
3	Теория и практика массмедиа : учебное пособие	М.Р. Абдуллина, М.В. Гончаренко, Е.Ю. Кармалова, А.Д. Кривоносов ; под ред. А.Д. Кривоносова.	2019	-	Электронная версия	https://mega.nz/folder/mBNG0COB#Mo8thp37ITHiJ3EsPb_9cA/folder/OYFh TJbT
Итого по практике: 10% печатных изданий _____: 90 % электронных ____						

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:

Электронный каталог книг, диссертаций, газетно-журнальных статей библиотеки МГПУ: <http://www.mspu.edu.ru>

«Рубрикон»: крупнейший энциклопедический ресурс Интернета, <http://www.rubricon.com/>

Электронная библиотека диссертаций Российской государственной библиотеки, <http://diss.rsl.ru>

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/>

Library.ru: Информационно-справочный портал при поддержке Министерства культуры РФ. <http://www.library.ru/>

Информационно-правовая система КонсультантПлюс. <http://www.consultant.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.).

1	Библиотека маркетинга	http://www.bma.ru/
6	Архивы журналов (электр. Вер.)	http://www.cfin.ru/press/
7	Журнал «Практический маркетинг»	http://www.bci-marketing.aha.ru/
8	Корпоративный менеджмент	http://www.cfin.ru/
9	Журнал «Маркетинг в России и за рубежом» (архив)	http://www.cfin.ru/press/marketing/index.shtml
10	Рекламное измерение	http://www.ri.ru

9.3. Методические указания и материалы по прохождению практики

Студенты проходят практику по установленному рабочему плану практики, разрабатываемому совместно с преподавателем-руководителем практики. На рабочие места практиканты распределяются руководителем практики от организации в соответствии с их индивидуальными заданиями. При наличии в организациях вакантных мест студенты-практиканты могут работать на штатных должностях. Практика тесно связана с результатами теоретической и практической подготовки высококвалифицированных специалистов по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью». В рамках практики студент отрабатывает теоретические знания на конкретном проекте – участии в подготовке и проведении рекламных и/или PR-мероприятий, ведении клиентской базы, участие в проведении промо-мероприятий и др. Деятельность практиканта на месте прохождения практики сопровождается руководителем практики от принимающего предприятия, который определяет перечень индивидуальных заданий для практиканта, необходимых для выполнения, помимо заданий кафедры. Руководители практики на местах дают студентам дополнительные к программе указания, отражающие особенности ее прохождения в конкретной организации. Обязательным условием является соответствие индивидуальных заданий направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью». Работа по подготовке материалов итогового отчета, анализ и систематизация полученной информации осуществляется студентом самостоятельно.

В результате проведенной работы студенты делают выводы о сущности, задачах и методах профессиональной деятельности в рамках обучения по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью», осуществляют сбор эмпирического материала для подготовки отчета по итогам практики. Для решения конкретных вопросов, возникающих в процессе прохождения учебной практики, студент обязательно должен обращаться за помощью к руководителю практикой от предприятия, а также активно пользоваться учебной, монографической и периодической литературой, действующим законодательством и другими нормативными документами. По прибытии на место практики и в период ее прохождения студент обязан:

- представиться администрации учреждения и организации;
- изучить инструкцию по технике безопасности работы на предприятии;
- ознакомиться с деятельностью предприятия;
- приступить к выполнению общего и индивидуального заданий практики;
- выполнять все работы в данном юридическом учреждении под руководством руководителя практики от предприятия;
- подчиняться действующим на предприятии / в учреждении / организации правилам внутреннего трудового распорядка. Поддерживать надлежащую трудовую дисциплину;
- нести ответственность за выполняемую работу и ее результаты наравне со штатными сотрудниками;
- по окончании практики подготовить и защитить отчет о результатах ее прохождения.

10. Материально-техническое обеспечение практики

Для проведения аудиторных занятий наличествует стандартный набор специализированной учебной мебели и учебного оборудования, а также мультимедийное оборудование для демонстрации презентаций на лекциях.

Реализация учебной программы обеспечивается доступом к информационным ресурсам – институтскому библиотечному фонду и сетевым ресурсам Интернет. Ноутбук, проектор, звуковые колонки, микрофон, экран, доска.

Для проведения учебной практики соответствующее подразделение оснащается техническими средствами в количестве, необходимом для выполнения целей и задач практики: аудио- и видеозаписывающей и воспроизводящей аппаратурой, фотоаппаратурой, портативными и стационарными компьютерами с периферией (принтерами, сканерами), программным обеспечением, расходными материалами, канцелярскими принадлежностями, средствами связи.