


**АНО ВО «МОСКОВСКИЙ ГУМАНИТАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

УТВЕРЖДАЮ  
Проректор по учебной работе  
 А.И. Ковалева  
«22» сентября 2018 г.

**ПРОГРАММА  
ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ  
Б2.П.2**

**Направление подготовки – 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

**Квалификация выпускника – бакалавр**

Кафедра теории рекламы и массовых коммуникаций

**Москва 2018**

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО с учетом рекомендаций ОП ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль подготовки «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

**Автор:** Ксенофонтова А.А. – к.и.н., доцент кафедры теории рекламы и массовых коммуникаций АНО ВО «Московский гуманитарный университет»

**Эксперты:** Головлева Е.Л. – к.и.н., доцент, заведующий кафедрой теории рекламы и массовых коммуникаций АНО ВО «Московский гуманитарный университет»

Коляда Е.О. – член Наблюдательного совета при Правлении Ассоциации директоров по коммуникациям и корпоративным медиа России (АКМР)

#### **ОБСУЖДЕНО**

на заседании кафедры теории рекламы и массовых коммуникаций  
« 4 » октября 2018 г., протокол № 3

#### **ОДОБРЕНО**

Методической комиссией факультета рекламы, журналистики и дизайна  
« 12 » октября 2018 г., протокол № 2

## **1. Вид практики, способ и формы (форма) ее проведения**

Преддипломная практика проводится как стационарным способом (на базе Университета), так и предусматривает выездные способы практической деятельности в сроки, предусмотренные ОП ВО и учебным планом по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Форма проведения преддипломной практики – дискретная.

**Целью преддипломной практики** является отработка умений и навыков обучающихся профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью, умение реализовать на практике общетеоретические знания, полученные в избранной профессиональной сфере.

### **Задачи преддипломной практики:**

- развитие умения адаптироваться в профессиональной среде и выполнять функциональные обязанности в сфере коммуникационной деятельности, рекламы и связей с общественностью в рекламных организациях разного типа, в коммуникационных отделах компаний;

- приобретение опыта работы с клиентами, ведения деловых переговоров и подготовки рекламных и информационных материалов, практики спичрайтинга, мониторинга СМИ, организации и проведении специальных мероприятий (пресс-конференций, презентаций и т.д.);

- участие в планировании работы коммуникационного агентства, отдела (службы) по связям с общественностью и рекламе, организации и проведении информационно-рекламных кампаний, разработке и реализации медиаплана;

- участие в мероприятиях по взаимодействию со СМИ, подготовке и рассылке пресс-релизов;

- совершенствование опыта сбора, хранения и компьютерной обработки информации, аудио- и звукозаписи.

## **2. Планируемые результаты обучения при прохождении практики, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Процесс прохождения практики направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и образовательной программы по данному направлению подготовки:

ОПК-2 владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью;

ОПК-5 умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;

ПК-3 владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами;

ПК-4 владение навыками подготовки проектной документации (техико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);

ПК-6 способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и

внешней коммуникации;

ПК-7 способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;

ПК-8 способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая тестовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;

ПК-10 способность организовывать и проводить социологические исследования;

ПК-11 способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов;

ПК-12 способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;

ПК-16 способность под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая тестовые и графические, рабочие и презентационные материалы.

**В результате прохождения преддипломной практики обучающийся должен:**

**Знать:**

- функциональные обязанности различных специальностей в сфере коммуникации;
- основы корпоративной культуры;
- технологический процесс подготовки и реализации рекламных и PR-мероприятий, рекламной продукции;
- документационное обеспечение профессиональной деятельности;
- этические принципы взаимодействия в индустрии;
- методы проведения исследований в области рекламы и связей с общественностью;

**Уметь:**

- работать в команде для достижения организационных целей и экономического успеха;
- управлять процессом приобретения новых знаний и наработки навыков профессиональной деятельности; самостоятельно и творчески решать производственные задачи в рамках определённого функционала;
- выстраивать коммуникации в рамках решения производственных задач;
- применять полученные знания по планированию и организации мероприятий в практике PR;
- анализировать опыт деятельности своей компании, делать выводы, проводить научные исследования.

**Владеть:**

- основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией;

- основами публичной коммуникации, ораторским искусством, правилами речевого этикета и ведения диалога;
- способностью отстаивать свою точку зрения, аргументировать свои предложения по совершенствованию профессиональной деятельности.

### **3. Место преддипломной практики в структуре образовательной программы**

Преддипломная практика предназначена для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, квалификации бакалавр; входит в блок практик (Б2).

Преддипломной практике предшествует изучение в полном объеме дисциплин профессионального цикла базового и вариативного компонентов образовательной программы высшего образования по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Преддипломная практика предполагает предварительную работу по самоопределению обучающимся направления и профиля деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, темы выпускной квалификационной работы. На профессиональное самоопределение обучающегося направлены:

учебная практика: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков;

производственная практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности;

практическая деятельность в рамках учебных дисциплин, предшествующих преддипломной практике;

индивидуальная и групповая работа с обучающимися в ходе выполнения проектных, творческих и курсовых работ;

работа с научным руководителем в ходе подготовки выпускной квалификационной работы.

В ходе преддипломной практики обучающийся получает возможность завершить профессиональное самоопределение, что должно стать основой в поиске работы и дальнейшей профессиональной деятельности. Кроме того, важной составляющей преддипломной практики является сбор материала и документации для выпускной квалификационной работы.

Знания, умения и компетенции, приобретенные в ходе прохождения преддипломной практики необходимы для подготовки выпускной квалификационной работы, осуществления дальнейшего обучения по направлению 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, квалификация – магистр, а также в дальнейшей трудовой деятельности.

### **4. Объем практики в зачетных единицах и ее продолжительности в неделях либо в академических или астрономических часах**

Общая трудоемкость преддипломной практики 24 зачетных единицы, 864 академических часов.

### Очная форма обучения

Преддипломная практика	Общая трудоемкость в зачетных единицах, в ЗЕТ	Общая трудоемкость в академических часах	Продолжительность, в неделях
7 семестр	9	324	6
8 семестр	15	540	10
<b>Итого:</b>	24	864	16

### Очно-заочная, заочная формы обучения

Преддипломная практика	Общая трудоемкость в зачетных единицах, в ЗЕТ	Общая трудоемкость в академических часах	Продолжительность, в неделях
9 семестр	9	324	6
10 семестр	15	540	10
<b>Итого:</b>	24	864	16

### 5. Содержание практики

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работы на практике включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля
1	Подготовительный этап практики: определение баз практики, инструктаж и выдача индивидуальных заданий.	Проведение организационного собрания по получению информации об особенностях практики, месте и сроках проведения.	Инструктаж по технике безопасности.	Доведение до обучающихся задания на практику и видов отчетности по ней.	—	Явка на организационное собрание
	12 часов	4 часа	4 часа	4 часа		
2.	Содержательный этап: осуществление деятельности в рамках функциональных обязанностей практиканта	—	Выполнение индивидуального задания по практике	Сбор документов и материалов для подготовки и выпускной квалификационной работы	Заполнение дневника практики, сбор материала для подготовки отчета по преддипломной практике	Присутствие на базе проведения практики. Сведения в дневнике по практике. Сведения от руководителя практики

	816 часов	–	624 часа	144 часа	48 часов	
<b>3.</b>	Заключительный этап: подготовка дневника и отчета по преддипломной практике	–	Подготовка отчета по практике, включая мультимедийную презентацию.	Выступление обучающегося на итоговом собрании преддипломной практике.	Письменный отчет руководителя об итогах проведения практики.	Дневник практики, отчет по итогам прохождения практики, представленные на кафедру в установленные сроки
	36 часов	–	24 часа	6 часов	6 часов	

### **Раздел 1. Подготовительный этап практики: определение баз практики, инструктаж и выдача индивидуальных заданий.**

Первое собрание по преддипломной практике проводится за неделю до начала практики, где осуществляется распределение обучающихся на базы практики с учетом их профессиональных склонностей и заинтересованности в определенных видах работы.

Установочное собрание проводится в первый день практики, предусмотренный учебным планом образовательной программы по направлению «Реклама и связи с общественностью». В рамках установочной лекции обучающимся раскрываются цели и задачи практики, поясняются основные виды и содержание практической деятельности, предусмотренной в рамках практики, рекомендуется литература, справочные издания, которые могут помочь обучающимся при выполнении индивидуальных заданий. Вместе с этим в рамках установочной лекции обучающимся даются рекомендации научных руководителей по сбору информационного и практического материала для выпускной квалификационной работы.

Инструктаж предполагает знакомство с руководителями практики, распределение по группам и местам прохождения практики, пояснения по поводу заполнения дневника и составления отчета по практике, выдачу индивидуальных заданий.

После проведения собрания и до начала преддипломной практики в профильной организации руководителем практики от Университета и руководителем практики от профильной организации составляется совместный рабочий график (план) проведения преддипломной практики (Приложение 1).

### **Раздел 2. Содержательный этап: осуществление деятельности в рамках функциональных обязанностей практиканта**

Преддипломная практика по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью предполагает практическую деятельность в следующих направлениях:

## **1. Реклама:**

1.1. Работа в рекламном агентстве: участие в разработке рекламной идеи, подготовке документации и рекламных продуктов, медиапланирование, работа с клиентами рекламных агентств, выполнение иной текущей деятельности.

1.2. Работа в отделе рекламы коммерческой организации: участие в планировании деятельности, размещении рекламы, разработке рекламных материалов, проектировании рекламных кампаний.

1.3 Digital: участие в разработке макетов интернет-рекламы, размещении рекламы на сайтах, в социальных сетях, создании и поддержке контента, таргетинге, выполнение иной сопутствующей работы.

## **2. Связи с общественностью:**

2.1. Работа в коммуникационных компаниях: участие в разработке и осуществлении PR-проектов, участие в организации и проведении мероприятий по повышению имиджа фирм-клиентов, осуществлению контактов с клиентами, разработке коммуникационных идей и т.д.

2.2. Работа в PR-отделе коммерческой организации: участие в организации и проведении мероприятий по повышению имиджа компании, разработке сувенирной и иной презентационной продукции, взаимодействие со средствами массовой информации и т.д.

2.3. Работа в PR-отделе, пресс-службе государственного учреждения, некоммерческой организации: участие в организации и проведении мероприятий по информированию общественности о деятельности организации, разработке сувенирной и иной презентационной продукции, информационное сопровождение государственных программ или социальных проектов, взаимодействие со средствами массовой информации.

**3. Маркетинг:** работа в отделе маркетинга коммерческой организации: участие в маркетинговых исследованиях компании, в организации и проведении промо-акций, иных маркетинговых мероприятий.

## **4. Event-деятельность:**

4.1. Работа по организации event-мероприятий в специализированной компании (коммуникационной группе, рекламной компании): участие в разработке и проведении event-мероприятий, взаимодействии с клиентами, информационном сопровождении мероприятий.

4.2. Работа по организации выставок, форумов, фестивалей в специализированной компании (коммуникационной группе, рекламной компании): участие в организации и проведении выставок, форумов, фестивалей, макетировании стендов, сборе заявок, взаимодействии с клиентами, информационном сопровождении мероприятий.

Каждое направление деятельности сопровождается сбором



информационного и практического материала для выпускной квалификационной работы.

Выполнение индивидуального задания предполагает обязательное изучение методических указаний по практике, нормативно-правовых документов, регламентирующих деятельность в области рекламы и связей с общественностью, правоустанавливающих документов и локальных актов компании – базы практики, проектной, аналитической и иной рабочей документации в рамках функциональных обязанностей практиканта. Все этапы выполнения индивидуального задания отражаются в дневнике преддипломной практики.

### **Раздел 3. Заключительный этап: подготовка дневника и отчета по преддипломной практике**

На заключительном этапе преддипломной практики обучающийся должен обобщить материал, собранный в период прохождения практики, определить его достаточность и достоверность, составить отчет. Практиканту может быть предоставлен отзыв от компании или организации, где он проходил практику, дана рекомендация о приеме в магистратуру, предоставлена официальная информация о готовности принять обучающегося на работу после завершения обучения по программе бакалавриата.

#### **6. Формы отчетности по практике**

Форма промежуточной аттестации по преддипломной практике – дифференцированный зачет.

Формами отчетности по преддипломной практике являются Дневник практики (Приложение 2), Отчет по результатам прохождения практики (Приложение 3) и Отзыв руководителя практики от профильной организации (Приложение 4).

Дневник практики, отчет по итогам прохождения преддипломной практики и отзыв руководителя практики от профильной организации обучающийся сдает на проверку руководителю практики от кафедры сразу после ее окончания. После проверки документов руководитель практики пишет заключение в дневнике практики. Отчет по практике обсуждается и защищается на дифференцированном зачёте по учебной практике.

Дифференцированный зачет по преддипломной практике проходит не позднее чем через две недели после даты окончания практики, предусмотренной учебным планом ОП ВО.

#### **7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной**

## аттестации обучающихся по практике

### 7.1. Компетенции и этапы их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код компетенции	Вид	Содержание	Вид занятий, работы	Критерий оценки
ОПК-2 владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью	Знать	- функциональные обязанности различных специальностей в сфере коммуникации.	Коммуникационная деятельность (выстраивание профессиональных коммуникаций в рамках функциональных обязанностей); Рекламно-информационная (работа по подготовке рекламной документации, ее оформлению, хранению, согласованию с руководством)	Компетенция <b>«освоена»</b> , если обучающийся знает: - функциональные обязанности в сфере коммуникации в соответствии с его практической деятельностью. Компетенция <b>«не освоена»</b> , если обучающийся не знает свои функциональные обязанности.
	Уметь	- работать в команде для достижения организационных целей и экономического успеха.	Коммуникационная деятельность (участие в обсуждении идей проектов, групповой работе по планированию рекламных, маркетинговых кампаний)	Компетенция <b>«освоена»</b> , если обучающийся умеет: - работать в команде для достижения организационных целей и экономического успеха; Компетенция <b>«не освоена»</b> , если обучающийся не умеет работать в команде, имеет замечания руководителя практикой от организации.
	Владеть	- основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки	Рекламно-информационная (работа по подготовке рекламной документации, ее оформлению,	Компетенция <b>«освоена»</b> , если обучающийся владеет: - основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки

		информации, имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией.	хранению, медиапланированию и согласованию с руководством)	информации, имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией. Компетенция « <b>не освоена</b> », если обучающийся не владеет методами, способами и средствами работы с информацией.
ОПК-5 умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	Знать	- технологический процесс подготовки и реализации рекламных и PR-мероприятий.	Коммуникационная деятельность (выстраивание профессиональных коммуникаций в рамках выполнения индивидуального задания)	Компетенция « <b>освоена</b> », если обучающийся знает: - технологический процесс подготовки и реализации рекламных и PR-мероприятий. Компетенция « <b>не освоена</b> », если обучающийся не имеет представления о технологическом процессе подготовки и реализации рекламных и PR-мероприятий.
	Уметь	-анализировать опыт деятельности своей компании, делать выводы, проводить научные исследования	Аналитическая работа (анализ рынка, сбор данных для рекламных и PR-проектов, мониторинг ситуации); Коммуникационная деятельность (участие в обсуждении идей проектов, групповой работе по планированию рекламных, маркетинговых кампаний)	Компетенция « <b>освоена</b> », если обучающийся умеет: -анализировать опыт деятельности своей компании, делать выводы, проводить научные исследования. Компетенция « <b>не освоена</b> », если обучающийся не умеет анализировать опыт деятельности своей компании, делать выводы, проводить научные исследования.
	Владеть	- основами публичной коммуникации, ораторским искусством, правилами речевого этикета и ведения	Рекламно-информационная (работа по подготовке рекламной документации, ее оформлению,	Компетенция « <b>освоена</b> », если обучающийся владеет: - основами публичной коммуникации, ораторским искусством, правилами

		диалога.	хранению, медиапланированию и согласованию с руководством)	речевого этикета и ведения диалога. Компетенция « <b>не освоена</b> », если обучающийся не владеет основами публичной коммуникации и делового общения.
ПК-3 владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами	Знать	- функциональные обязанности различных специальностей в сфере коммуникации; - основы корпоративной культуры; - технологический процесс подготовки и реализации рекламных и PR-мероприятий, рекламной продукции; - документационное обеспечение профессиональной деятельности.	Коммуникационная деятельность (выстраивание профессиональных коммуникаций в рамках овладения компетенцией)	Компетенция « <b>освоена</b> », если обучающийся знает: - функциональные обязанности различных специальностей в сфере коммуникации; - основы корпоративной культуры; - технологический процесс подготовки и реализации рекламных и PR-мероприятий, рекламной продукции; - документационное обеспечение профессиональной деятельности. Компетенция « <b>не освоена</b> », если обучающийся знает только несколько из перечисленных выше категорий.
	Уметь	- работать в команде для достижения организационных целей и экономического успеха; - управлять процессом приобретения новых знаний и наработки навыков профессиональной деятельности; - выстраивать коммуникации в рамках решения производственных	Коммуникационная деятельность (участие в обсуждении идей проектов, групповой работе по планированию рекламных, маркетинговых кампаний)	Компетенция « <b>освоена</b> », если обучающийся умеет: - работать в команде для достижения организационных целей и экономического успеха; - управлять процессом приобретения новых знаний и наработки навыков профессиональной деятельности; - выстраивать коммуникации в

		задач.		рамках решения производственных задач. Компетенция « <b>не освоена</b> », если обучающийся умеет осуществлять деятельность только в одном из перечисленных выше направлений.
	Владеть	- основами публичной коммуникации, ораторским искусством, правилами речевого этикета и ведения диалога.	Рекламно-информационная (работа по подготовке рекламной документации, ее оформлению, хранению, медиапланированию и согласованию)	Компетенция « <b>освоена</b> », если обучающийся владеет: - основами публичной коммуникации, ораторским искусством, правилами речевого этикета и ведения диалога. Компетенция « <b>не освоена</b> », если обучающийся не владеет основами публичной коммуникации и делового общения.
ПК-4 владение навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)	Знать	- документационное обеспечение профессиональной деятельности.	Научно-аналитическая работа (анализ рынка, сбор данных для рекламных и PR-проектов, мониторинг ситуации);	Компетенция « <b>освоена</b> », если обучающийся знает: - документационное обеспечение профессиональной деятельности. Компетенция « <b>не освоена</b> », если обучающийся не имеет представление о документационном обеспечении профессиональной деятельности.
	Уметь	-самостоятельно и творчески решать производственные задачи в рамках определённого функционала; - применять полученные знания по планированию и организации	Коммуникационная деятельность (участие в обсуждении идей проектов, групповой работе по планированию рекламных, маркетинговых кампаний)	Компетенция « <b>освоена</b> », если обучающийся умеет: -самостоятельно и творчески решать производственные задачи в рамках определённого функционала; - применять

		мероприятий в практике PR.		полученные знания по планированию и организации мероприятий в практике PR. Компетенция « <b>не освоена</b> », если обучающийся умеет осуществлять деятельность только в одном из перечисленных выше направлений.
	Владеть	- основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией.	Рекламно-организационная (работа по подготовке рекламной документации, ее оформлению, хранению, медиапланированию и согласованию)	Компетенция « <b>освоена</b> », если обучающийся владеет: - основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией. Компетенция « <b>не освоена</b> », если обучающийся не владеет перечисленными выше видами деятельности.
ПК-6 способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	Знать	- основы корпоративной культуры	Аналитическая работа (сбор данных для рекламных и PR-проектов, мониторинг ситуации);	Компетенция « <b>освоена</b> », если обучающийся знает: - основы корпоративной культуры Компетенция « <b>не освоена</b> », если обучающийся не знает - основ корпоративной культуры.
	Уметь	- выстраивать коммуникации в рамках решения производственных задач.	Организационная деятельность (выполнение поручений в рамках определенных функций, взаимодействие с клиентами, решение	Компетенция « <b>освоена</b> », если обучающийся умеет: - выстраивать коммуникации в рамках решения производственных задач. Компетенция « <b>не освоена</b> », если

			организационных вопросов самостоятельно); Творческая деятельность (участие в реализации рекламных и PR-проектов);	обучающийся не умеет выстраивать коммуникации в рамках решения производственных задач.
	Владеть	- основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией.	Информационно-технологическая работа по сбору, обработке деловой информации, оформлению документации на компьютере в различных офисных специальных программах	Компетенция « <b>освоена</b> », если обучающийся владеет: - основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией. Компетенция « <b>не освоена</b> », если обучающийся не владеет перечисленными выше видами деятельности.
ПК-7 способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий; ПК-12 способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации	Знать	- документационное обеспечение профессиональной деятельности; - этические принципы взаимодействия в индустрии.	Научно-аналитическая работа (анализ рынка, сбор данных для рекламных и PR-проектов, мониторинг ситуации);	Компетенции « <b>освоены</b> », если обучающийся знает: - документационное обеспечение профессиональной деятельности; этические принципы взаимодействия в индустрии. Компетенции « <b>не освоены</b> », если обучающийся не имеет представление о документационном обеспечении профессиональной деятельности; этических принципах взаимодействия в индустрии.
	Уметь	- управлять процессом приобретения новых знаний и	Творческая деятельность (участие в реализации	Компетенции « <b>освоены</b> », если обучающийся умеет: - управлять процессом

		<p>наработки навыков профессиональной деятельности; самостоятельно и творчески решать производственные задачи в рамках определённого функционала;</p> <p>- применять полученные знания по планированию и организации мероприятий в практике PR.</p>	<p>рекламных и PR-проектов);          Организационная (выполнение поручений в рамках определенных функций, взаимодействие с клиентами и коллегами по решению организационных вопросов)</p>	<p>приобретения новых знаний и наработки навыков профессиональной деятельности; самостоятельно и творчески решать производственные задачи в рамках определённого функционала;</p> <p>- применять полученные знания по планированию и организации мероприятий в практике PR.</p> <p>Компетенции <b>«не освоены»</b>, если обучающийся умеет осуществлять деятельность только в одном из перечисленных выше направлений.</p>
	Владеть	<p>- способностью отстаивать свою точку зрения, аргументировать свои предложения по совершенствованию профессиональной деятельности;</p> <p>- основами публичной коммуникации, ораторским искусством, правилами речевого этикета и ведения диалога.</p>	<p>Информационно-технологическая работа по сбору, обработке деловой информации, оформлению документации на компьютере в различных офисных специальных программах</p>	<p>Компетенции <b>«освоены»</b>, если обучающийся владеет:</p> <p>- способностью отстаивать свою точку зрения, аргументировать свои предложения по совершенствованию профессиональной деятельности;</p> <p>- основами публичной коммуникации, ораторским искусством, правилами речевого этикета и ведения диалога.</p> <p>Компетенции <b>«не освоены»</b>, если обучающийся владеет только одним из перечисленных выше способов деятельности.</p>
ПК-8 способность организовывать	Знать	- технологический процесс подготовки	Информационно-технологическая	Компетенции <b>«освоены»</b> , если



<p>подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая тестовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы; ПК-16 способность под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая тестовые и графические, рабочие и презентационные материалы</p>		<p>и реализации рекламных и PR-мероприятий, рекламной продукции; - документационное обеспечение профессиональной деятельности.</p>	<p>работа по подготовке к выпуску, производству и распространению рекламной продукции и PR-продуктов.</p>	<p>обучающийся знает: - технологический процесс подготовки и реализации рекламных и PR-мероприятий, рекламной продукции; - документационное обеспечение профессиональной деятельности. Компетенции <b>«не освоены»</b>, если обучающийся не имеет представление о профессиональных технологических процессах, документационном обеспечении профессиональной деятельности.</p>
	Уметь	<p>- работать в команде для достижения организационных целей и экономического успеха; - самостоятельно и творчески решать производственные задачи в рамках определённого функционала.</p>	<p>Творческая деятельность (участие в реализации рекламных и PR-проектов).</p>	<p>Компетенции <b>«освоены»</b>, если обучающийся умеет: - работать в команде для достижения организационных целей и экономического успеха; - самостоятельно и творчески решать производственные задачи в рамках определённого функционала. Компетенции <b>«не освоены»</b>, если обучающийся умеет осуществлять деятельность только в одном из перечисленных выше направлений.</p>
	Владеть	<p>- способностью отстаивать свою точку зрения, аргументировать свои предложения по совершенствованию профессиональной</p>	<p>Организационная (выполнение поручений в рамках подготовки к выпуску, производству и распространению</p>	<p>Компетенции <b>«освоены»</b>, если обучающийся владеет: - способностью отстаивать свою точку зрения, аргументировать свои предложения по</p>

		деятельности.	рекламной продукции)	совершенствованию профессиональной деятельности. Компетенции « <b>не освоены</b> », если обучающийся не владеет перечисленными выше видами деятельности.
ПК-10 способность организовывать и проводить социологические исследования; ПК-11 способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов;	Знать	- методы проведения исследований в области рекламы и связей с общественностью.	Научно-аналитическая работа (анализ рынка, сбор данных для рекламных и PR-проектов, мониторинг ситуации)	Компетенции « <b>освоены</b> », если обучающийся знает: - методы проведения исследований в области рекламы и связей с общественностью. Компетенции « <b>не освоены</b> », если обучающийся не знает методы проведения исследований, необходимые для работы в профессиональной области.
	Уметь	- управлять процессом приобретения новых знаний и наработки навыков профессиональной деятельности; -анализировать опыт деятельности своей компании, делать выводы, проводить научные исследования.	Научно-аналитическая работа (подготовка аналитической документации по результатам исследований)	Компетенции « <b>освоены</b> », если обучающийся умеет: - управлять процессом приобретения новых знаний и наработки навыков профессиональной деятельности; -анализировать опыт деятельности своей компании, делать выводы, проводить научные исследования. Компетенции « <b>не освоены</b> », если обучающийся умеет осуществлять деятельность только в одном из перечисленных выше направлений.
	Владеть	- основными методами, способами и средствами	Информационно-технологическая работа по сбору, обработке	Компетенции « <b>освоены</b> », если обучающийся владеет: - основными

		получения, хранения, переработки информации, имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией.	деловой информации, оформлению документации на компьютере в различных офисных специальных программах.	методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией. Компетенции <b>«не освоены»</b> , если обучающийся не владеет перечисленными выше видами деятельности.
--	--	--	---	--

## 7.2. Показатели и критерии оценивания компетенций

Промежуточная аттестация по преддипломной практике проходит в виде защиты Отчета по практике и Дневника практики перед комиссией, сформированной кафедрой, организующей практику. Промежуточная аттестация проводится не позднее, через неделю после окончания преддипломной практики.

На защите по практике обучающийся может представить результаты работы как в форме устного доклада, так и в форме мультимедийной презентации.

Обучающемуся ставится **«отлично»**, если он:

- демонстрирует освоенность 90% показателей, отражающих сформированность компетенций;
- грамотно, подробно и своевременно заполнил Дневник практики;
- подготовил подробный Отчет по результатам прохождения практики, отражающий все этапы выполнения индивидуального задания;
- представил положительный отзыв, характеристику или благодарственное письмо от организации, в которой обучающийся проходит преддипломную практику;
- грамотно и полно ответил на вопросы руководителя практики, задаваемые в ходе защиты отчета по преддипломной практике.

Обучающемуся ставится **«хорошо»**, если он:

- демонстрирует освоенность 75% показателей, отражающих сформированность компетенций;
- грамотно, подробно и своевременно заполнил Дневник практики;
- подготовил Отчет по результатам прохождения практики, однако он не отражает некоторые этапы выполнения индивидуального задания;
- не в полной мере ответил на вопросы руководителя практики,

задаваемые в ходе защиты отчета по преддипломной практике.

Обучающемуся ставится **«удовлетворительно»**, если он:

- демонстрирует освоенность 55% показателей, отражающих сформированность компетенций;
- не достаточно подробно или не своевременно заполнил Дневник практики;
- подготовил Отчет по результатам прохождения практики, однако он не отражает большинство этапов выполнения индивидуального задания;
- дал поверхностные ответы на вопросы руководителя практики, задаваемые в ходе защиты Отчета по преддипломной практике.

Обучающемуся ставится **«не удовлетворительно»**, если он:

- демонстрирует освоенность менее 50% показателей, отражающих сформированность компетенций;
- Дневник практики заполнен поверхностно, содержит общие фразы и не отражает содержания работы на практике или подготовлен не своевременно;
- Отчет по результатам прохождения практики не подготовлен или носит формальный поверхностный характер, не позволяющий подтвердить выполнение индивидуального задания обучающимся;
- в ходе практики получал замечания руководителя практики или ответственного лица организации, в которой обучающийся проходил преддипломную практику;
- затруднился в ответах на вопросы руководителя практики, задаваемые в ходе защиты Отчета по преддипломной практике.

### **7.3. Контрольные задания для промежуточной аттестации**

Основными вопросами для промежуточной аттестации являются индивидуальные задания, выдаваемые студентам перед началом практики по каждому направлению практической деятельности. Индивидуальные задания являются предшествующим этапом решению ситуационных задач, предусмотренных в рамках практики магистров.

#### **Индивидуальные задания на преддипломную практику по основным направлениям практической деятельности**

##### **1. Реклама:**

**1.1. Работа в рекламном агентстве: участие в разработке рекламной идеи, подготовке документации и рекламных продуктов, медиапланирование, работа с клиентами рекламных агентств, выполнение иной текущей деятельности.**

### **Общие вопросы индивидуального задания:**

- 1) Название организации, организационно-правовая форма компании.
- 2) Краткая история создания и развития организации.
- 3) Контактная информация: адрес местоположения, телефон, сайт, электронная почта.
- 4) Руководитель организации.
- 5) Руководитель практики или ответственное лицо, организующее практическую деятельность обучающихся.
- 6) Отдел прохождения практики.

### **Содержательные вопросы индивидуального задания:**

- 1) Организационная структура, система подчинения, доля работ, осуществляемых по аутсорсингу.
- 2) Миссия и основные цели агентства.
- 3) Основные требования к персоналу, предъявляемые в рекламном агентстве.
- 4) Особенности и преимущества организации рабочего пространства.
- 5) Оборудование и техническое оснащение деятельности рекламного агентства.
- 6) Основные элементы фирменного стиля рекламного агентства.
- 7) Основные способы организации внутренних коммуникаций.
- 8) Основные услуги рекламного агентства.
- 9) Основные способы продвижения рекламного агентства.
- 10) Способы взаимодействия рекламного агентства с партнерами.
- 11) Деятельность организации в профессиональном сообществе (профессиональные союзы, ассоциации, участие в профессиональных форумах, конференциях и т.п.).
- 12) Продвижение организации на профессиональных выставках, проведение иных мероприятий.
- 13) Способы выстраивания взаимодействия с клиентами.
- 14) Наличие инструкций, алгоритмов работы для сотрудников.
- 15) Основные виды документации, с которыми работает рекламное агентство.

### **Аналитические вопросы индивидуального задания:**

- 1) Доля и место рекламного агентства на рынке.
- 2) Основные показатели конкурентоспособности рекламного агентства, выявленные в ходе практики.
- 3) Оценка эффективности организационной структуры рекламного агентства.
- 4) Оценка успешности фирменного стиля организации.
- 5) Анализ сайта организации: структура, содержание и удобство для пользователей.
- 6) Оценка эффективности корпоративных коммуникаций.
- 7) Оценка эффективности методов продвижения рекламного агентства на рынке.

8) Рекомендации по совершенствованию коммуникационной или маркетинговой деятельности рекламного агентства.

**1.2. Работа в отделе рекламы коммерческой организации: участие в планировании деятельности, размещении рекламы, разработке рекламных материалов, проектировании рекламных кампаний.**

**Общие вопросы индивидуального задания:**

- 1) Название организации, организационно-правовая форма компании.
- 2) Краткая история создания и развития организации.
- 3) Контактная информация: адрес местоположения, телефон, сайт, электронная почта.
- 4) Руководитель организации.
- 5) Руководитель практики или ответственное лицо, организующее практическую деятельность обучающихся.
- 6) Название отдела прохождения практики.

**Содержательные вопросы индивидуального задания:**

- 1) Миссия и основные цели компании. Основные услуги компании.
- 2) Организационная структура компании, основные функции структурного подразделения (отдела), где проходит практика.
- 3) Основные требования к сотрудникам структурного подразделения (отдела), где проходит практика.
- 4) Особенности и преимущества организации рабочего пространства.
- 5) Основные элементы фирменного стиля компании.
- 6) Основные функции структурного подразделения (отдела), где проходит практика.
- 7) Основные способы организации внутренних коммуникаций в компании и/или в структурном подразделении (отделе), где проходит практика.
- 8) Основные проекты и мероприятия, реализация которых осуществлялась в период практики.
- 9) Механизмы взаимодействия отдела рекламы с другими структурными подразделениями и с внешней средой.
- 10) Наличие инструкций, алгоритмов работы для сотрудников структурного подразделения (отдела), где проходит практика.

**Аналитические вопросы индивидуального задания:**

- 1) Анализ сайта организации: структура, содержание и удобство для пользователей.
- 2) Оценка эффективности деятельности структурного подразделения (отдела), где проходит практика.
- 3) Оценка успешности фирменного стиля компании.
- 4) Оценка эффективности внутренних коммуникаций компании.
- 5) Рекомендации по совершенствованию коммуникационной деятельности структурного подразделения (отдела), где проходит практика.

**1.3 Digital: участие в разработке макетов интернет-рекламы,**

**размещении рекламы на сайтах, в социальных сетях, создании и поддержке контента, выполнение иной сопутствующей работы.**

**Общие вопросы индивидуального задания:**

- 7) Название организации, организационно-правовая форма компании.
- 8) Краткая история создания и развития организации.
- 9) Контактная информация: адрес местоположения, телефон, сайт, электронная почта.
- 10) Руководитель организации.
- 11) Руководитель практики или ответственное лицо, организующее практическую деятельность обучающихся.
- 12) Название отдела прохождения практики.

**Содержательные вопросы индивидуального задания:**

- 1) Миссия и основные цели компании.
- 2) Основные требования к компетенциям сотрудников структурного подразделения (отдела), где проходит практика.
- 3) Возможности для обучения сотрудников компании на рабочем месте.
- 4) Особенности и преимущества организации рабочего пространства.
- 5) Основные услуги компании в сфере digital-коммуникаций.
- 6) Техническое и программное обеспечение деятельности компании.
- 7) Основные способы организации внутренних коммуникаций в компании.
- 8) Использование современных технологий в сфере digital-коммуникаций.
- 9) Основные проекты, в реализации которых принимал участие практикант.
- 10) Преимущественные направления и формы digital-коммуникаций, которые осуществляет компания.

**Аналитические вопросы индивидуального задания:**

- 1) Анализ сайта организации: структура, содержание и удобство для пользователей.
- 2) Оценка эффективности деятельности компании, её взаимодействия с клиентами.
- 3) Оценка успешности продвижения компании на рынке digital-коммуникаций.
- 4) Оценка эффективности внутренних коммуникаций компании.
- 5) Рекомендации по совершенствованию деятельности компании.

**2. Связи с общественностью:**

**2.1. Работа в коммуникационных компаниях: участие в разработке и осуществлении PR-проектов, участие в организации и проведении мероприятий по повышению имиджа фирм-клиентов, осуществлении контактов с клиентами, разработке коммуникационных идей и т.д.**

**Общие вопросы индивидуального задания:**

- 7) Название организации, организационно-правовая форма компании.
- 8) Краткая история создания и развития организации.

9) Контактная информация: адрес местоположения, телефон, сайт, электронная почта.

10) Руководитель организации.

11) Руководитель практики или ответственное лицо, организующее практическую деятельность обучающихся.

12) Отдел/структурное подразделение прохождения практики.

**Содержательные вопросы индивидуального задания:**

1) Организационная структура, система подчинения отдела/структурного подразделения, где проходит практика.

2) Миссия и основные цели компании.

3) Основные профессиональные требования, предъявляемые к специалистам по связям с общественностью.

4) Особенности и преимущества организации рабочего пространства.

5) Основные услуги компании.

6) Основные элементы фирменного стиля компании.

7) Основные способы организации внутренних коммуникаций, наличие интранет-портала.

8) Деятельность организации в профессиональном сообществе (профессиональные союзы, ассоциации, участие в профессиональных форумах, конференциях и т.п.).

9) Основные проекты и мероприятия, в реализации которых принял участие практикант.

10) Пакет документов, необходимый при подготовке каждого проекта.

11) Основные способы информационного сопровождения деятельности компании.

12) Основные клиенты компании. Способы выстраивания взаимодействия с клиентами.

13) Наличие инструкций, алгоритмов работы для сотрудников.

**Аналитические вопросы индивидуального задания:**

1) Доля и место компании на рынке.

2) Основные показатели конкурентоспособности компании, выявленные в ходе практики.

3) Оценка эффективности организационной структуры компании.

4) Анализ сайта организации: структура, содержание и удобство для пользователей.

5) Оценка эффективности корпоративных коммуникаций.

6) Оценка эффективности методов продвижения компании на рынке.

7) Рекомендации по совершенствованию коммуникационной или маркетинговой деятельности компании.

**2.2. Работа в PR-отделе коммерческой организации: участие в организации и проведении мероприятий по повышению имиджа компании, разработке сувенирной и иной презентационной продукции, взаимодействие со средствами массовой информации и т.д.**



### **Общие вопросы индивидуального задания:**

- 1) Название организации, организационно-правовая форма компании.
- 2) Краткая история создания и развития организации.
- 3) Контактная информация: адрес местоположения, телефон, сайт, электронная почта.
- 4) Руководитель организации.
- 5) Руководитель практики или ответственное лицо, организующее практическую деятельность обучающихся.
- 6) Название структурного подразделения, обеспечивающего связи с общественностью в компании.

### **Содержательные вопросы индивидуального задания:**

- 1) Миссия и основные цели компании.
- 2) Основные функции структурного подразделения, обеспечивающего связи с общественностью в компании.
- 3) Основные профессиональные требования, предъявляемые к специалистам по связям с общественностью.
- 4) Основные услуги компании.
- 5) Основные элементы фирменного стиля компании.
- 6) Основные способы организации внутренних коммуникаций, наличие интранет-портала.
- 7) Основные проекты и мероприятия, в реализации которых принял участие практикант.
- 8) Пакет документов, необходимый при подготовке каждого проекта.
- 9) Основные способы информационного сопровождения деятельности компании.
- 10) Внутренние и внешние взаимодействия в ходе реализации проектов и мероприятий.
- 11) Выстраивание взаимодействий со средствами массовой информации.
- 12) Наличие инструкций, алгоритмов работы для сотрудников.

### **Аналитические вопросы индивидуального задания:**

- 1) Доля и место компании на рынке.
- 2) Основные показатели конкурентоспособности компании, выявленные в ходе практики.
- 3) Оценка эффективности организационной структуры компании.
- 4) Анализ сайта организации: структура, содержание и удобство для пользователей.
- 5) Оценка эффективности корпоративных коммуникаций.
- 6) Оценка эффективности интранет-портала (если есть).
- 7) Оценка эффективности проектов и мероприятий, реализованных в ходе практики.
- 8) Рекомендации по совершенствованию связей с общественностью компании.

## **2.3. Работа в PR-отделе, пресс-службе государственного учреждения,**

**некоммерческой организации: участие в организации и проведении мероприятий по информированию общественности о деятельности организации, разработке сувенирной и иной презентационной продукции, информационное сопровождение государственных программ или социальных проектов, взаимодействие со средствами массовой информации.**

- 1) Название организации, организационно-правовая форма.
- 2) Краткая история создания и развития организации.
- 3) Контактная информация: адрес местоположения, телефон, сайт, электронная почта.
- 4) Руководитель организации.
- 5) Руководитель практики или ответственное лицо, организующее практическую деятельность обучающихся.
- 6) Название структурного подразделения, в котором проходила практика.

**Содержательные вопросы индивидуального задания:**

- 1) Миссия и основные цели организации.
- 2) Основные социальные и/или государственные услуги организации.
- 3) Организация связей с общественностью в организации (структурные подразделения, специалисты, их функции).
- 4) Основные элементы фирменного стиля организации.
- 5) Основные способы организации внутренних коммуникаций, наличие интранет-портала.
- 6) Основные проекты и мероприятия, в реализации которых принял участие практикант.
- 7) Пакет документов, необходимый при подготовке каждого проекта.
- 8) Основные способы информационного сопровождения проекта или мероприятия.
- 9) Внутренние и внешние взаимодействия в ходе реализации проектов и мероприятий.
- 10) Выстраивание взаимодействий со средствами массовой информации.
- 11) Наличие инструкций, алгоритмов работы для сотрудников.

**Аналитические вопросы индивидуального задания:**

- 1) Основные показатели эффективности деятельности организации.
- 2) Оценка эффективности организационной структуры.
- 3) Анализ сайта организации: структура, содержание и удобство для пользователей.
- 4) Оценка эффективности корпоративных коммуникаций.
- 5) Оценка эффективности интранет-портала (если есть).
- 6) Оценка эффективности проектов и мероприятий, реализованных в ходе практики.
- 7) Рекомендации по совершенствованию связей с общественностью компании.

**3. Маркетинг: работа в отделе маркетинга коммерческой организации: участие в маркетинговых исследованиях компании, в организации и проведении промо-акций, иных маркетинговых мероприятиях.**

**Общие вопросы индивидуального задания:**

- 7) Название организации, организационно-правовая форма компании.
- 8) Краткая история создания и развития организации.
- 9) Контактная информация: адрес местоположения, телефон, сайт, электронная почта.
- 10) Руководитель организации.
- 11) Руководитель практики или ответственное лицо, организующее практическую деятельность обучающихся.
- 12) Название структурного подразделения, в котором проходила практика.

**Содержательные вопросы индивидуального задания:**

- 1) Миссия и основные цели компании.
- 2) Основные услуги компании.
- 3) Основные функции маркетингового структурного подразделения компании.
- 4) Основные профессиональные требования, предъявляемые к специалистам по маркетингу.
- 5) Основные маркетинговые исследования, в которых принимал участие практикант.
- 6) Основные маркетинговые проекты и мероприятия, в реализации которых принял участие практикант.
- 7) Пакет документов, необходимый при подготовке каждого проекта.
- 8) Внутренние и внешние взаимодействия в ходе реализации проектов и мероприятий.
- 9) Наличие инструкций, алгоритмов работы для сотрудников.

**Аналитические вопросы индивидуального задания:**

- 1) Доля и место компании на рынке.
- 2) Основные конкуренты компании и способы выстраивания отношений с ними.
- 2) Основные показатели конкурентоспособности компании, выявленные в ходе практики.
- 3) Оценка эффективности организационной структуры компании.
- 4) Жизненные циклы основные товаров/услуг компании.
- 5) Оценка эффективности маркетинговых исследований, проводимых в компании.
- 6) Оценка эффективности маркетинговых проектов и мероприятий, в которых принял участие практикант.
- 7) Основные способы продвижения компании на рынке.
- 8) Рекомендации по совершенствованию маркетинговой деятельности компании.

#### **4. Event-деятельность:**

**4.1. Работа по организации event-мероприятий в специализированной компании (коммуникационной группе, рекламной компании): участие в разработке и проведении event-мероприятий, взаимодействии с клиентами, информационном сопровождении мероприятий.**

##### **Общие вопросы индивидуального задания:**

- 1) Название организации, организационно-правовая форма компании.
- 2) Краткая история создания и развития организации.
- 3) Контактная информация: адрес местоположения, телефон, сайт, электронная почта.
- 4) Руководитель организации.
- 5) Руководитель практики или ответственное лицо, организующее практическую деятельность обучающихся.
- 6) Отдел/структурное подразделение прохождения практики.

##### **Содержательные вопросы индивидуального задания:**

- 1) Организационная структура компании, система подчинения, доля работ, осуществляемых по аутсорсингу.
- 2) Миссия и основные цели компании. Основные услуги компании.
- 3) Основные требования к event-менеджерам, предъявляемые в компании.
- 4) Особенности и преимущества организации рабочего пространства.
- 5) Оборудование и техническое оснащение деятельности компании.
- 6) Основные элементы фирменного стиля компании.
- 7) Основные способы организации внутренних коммуникаций.
- 8) Способы взаимодействия компании с партнерами.
- 9) Деятельность организации в профессиональном сообществе (профессиональные союзы, ассоциации, участие в профессиональных форумах, конференциях и т.п.).
- 10) Способы выстраивания взаимодействия с клиентами.
- 11) Основные проекты и мероприятия, в реализации которых принял участие практикант.
- 12) Пакет документов, необходимый при подготовке каждого проекта.
- 13) Основные способы информационного сопровождения проекта или мероприятия.
- 14) Наличие инструкций, алгоритмов работы для сотрудников.

##### **Аналитические вопросы индивидуального задания:**

- 1) Доля и место компании на рынке.
- 2) Оценка эффективности организационной структуры и распределения функционала в компании.
- 3) Оценка успешности фирменного стиля компании.
- 4) Анализ сайта организации: структура, содержание и удобство для пользователей.
- 5) Оценка эффективности корпоративных коммуникаций.
- 6) Оценка эффективности методов продвижения компании на рынке.

7) Оценка эффективности проектов и мероприятий, в реализации которых принял участие практикант.

8) Рекомендации для повышения эффективности организации и проведения мероприятия.

**4.2. Участие в организации выставок, форумов, фестивалей: участие в организации и проведении выставок, форумов, фестивалей, макетировании стендов, сборе заявок, взаимодействии с клиентами, информационном сопровождении мероприятий.**

**Общие вопросы индивидуального задания:**

1) Название организации, организационно-правовая форма компании, организующей выставку (форум, фестиваль).

2) Опыт организации и проведения выставок (форумов, фестивалей) компании-организатора.

3) Контактная информация: адрес местоположения, телефон, сайт, электронная почта.

4) Руководитель организационного комитета выставки (форума, фестиваля).

**Содержательные вопросы индивидуального задания:**

1) Краткая информация о выставке (форуме, фестивале): история, основные цели и задачи проведения.

2) Целевая аудитория выставки (форума, фестиваля).

3) Структура и распределение функционала оргкомитета мероприятия.

4) Деловая программа выставки (форума, фестиваля).

5) Наличие и особенности технического оснащения мероприятия.

6) Обязательные требования к оформлению стендов выставки.

7) Организация информационной кампании мероприятия.

8) Основные носители, на которых располагается информация о мероприятии.

9) Способы digital-коммуникаций.

10) Наличие сайта мероприятия и его структура (если есть сайт).

11) Способы взаимодействия оргкомитета с партнерами и участниками выставки (форума, фестиваля).

12) Наличие инструкций, алгоритмов работы для сотрудников.

13) Основные виды документации, необходимые для организации мероприятия.

**Аналитические вопросы индивидуального задания:**

1) Преимущества и возможности для участников мероприятия.

2) Каковы были основные сложности в ходе организации и проведения мероприятия.

3) Оценка эффективности мероприятия.

4) Рекомендации для повышения эффективности организации и проведения мероприятия.

Одновременно с эти предлагается следующий перечень вопросов к промежуточной аттестации:

### **Перечень вопросов промежуточной аттестации**

*Проверяемые компетенции ОПК-2, ПК-3, ПК-6:*

- 1) Организационно-правовая форма организации.
- 2) Особенности организационной структуры организации.
- 3) Основные требования к персоналу, предъявляемые в организации.
- 4) Особенности и преимущества организации рабочего пространства.
- 5) Оборудование и техническое оснащение деятельности организации.
- 6) Основные элементы фирменного стиля организации.
- 7) Оценка успешности фирменного стиля организации.
- 8) Основные способы продвижения организации.
- 9) Наличие уникальных технологий и интеллектуальных продуктов организации.
- 10) Основные клиенты организации.
- 11) Основные партнеры организации, характер взаимодействия с партнерами.
- 12) Основные функции, выполняемые обучающимся в рамках практики.

*Проверяемые компетенции ОПК-5, ПК-7, ПК-12*

- 1) Основные проекты, реализуемые организацией.
- 2) Основные цели и задачи проекта, в реализации которого принимал участие практикант.
- 3) Структура организационной группы проекта.
- 4) Основная идея и содержание проекта.
- 5) Основные участники проекта, масштабность.
- 6) Основная документация проекта.
- 7) Особенности организации информационной компании проекта.
- 8) Информационные материалы проекта, в разработке которых принимал участие практикант (каталог выставки, деловая программа Фестиваля и т.п.).
- 9) Основные виды аналитической и исследовательской работы, осуществляемые в ходе практики.
- 10) Основные достижения обучающегося в период прохождения практики.
- 11) Основные сложности, возникшие в ходе прохождения практики.
- 12) Оценка эффективности проекта, в реализации которого принимал участие практикант.

*Проверяемые компетенции ПК-4, ПК-8, ПК-10, ПК-11, ПК-16*

- 1) Основные требования к организации делопроизводства компании.
- 2) Наличие и типы инструкций, алгоритмов работы для сотрудников.
- 3) Регламент работы компании: понятие, структура и содержание.
- 4) Техническое задание: типы и примеры технических заданий, которые подготовлены в ходе практики.
- 5) Подготовка брифа: этапы и примеры брифов, в подготовке которых принимал участие в ходе практики.
- 6) Виды соглашений, договор и контрактов, в организации подписания которых участвовал в ходе практики.
- 7) Понятие и опыты разработки бизнес-плана.
- 8) Выпуск рекламной продукции: основные производственные этапы.
- 9) Презентации: типы и технические требования к подготовке.
- 10) Понятие и методы проведения социологических исследований
- 11) Подходы профильной организации к организации и проведению социологических исследований в рамках осуществления текущей и проектной деятельности.
- 12) Типы аналитических справок, обзоров и прогнозов, в подготовке которых принимал участие в ходе практики.

**Образцы тестовых заданий:**

1. Соотнесите примеры работы в коммуникативном агентстве с формами трудовой деятельности:

**ПРИМЕРЫ РАБОТЫ**

- 1) переписка с руководством компании
- 2) составление брифа
- 3) наполнение контента сайта компании
- 4) составление текста поздравления для партнеров
- 5) создание сметы и согласование ее с клиентом

**ФОРМЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

- а) текущая работа
- б) проектная работа

1	2	3	4	5

2. Дайте определение понятия рекламного проекта: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_.

3. Постановка задач в рамках командной работы над проектом каждому сотруднику называется:

- а) распределением функционала;
- б) обсуждением пожеланий клиента;
- в) формированием задач проекта;
- г) целеполаганием.

4. Что такое брейн-шторм (мозговой шторм): \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_.

5. Закончите фразу: Бриф – это деятельность в рамках реализации проекта, которая заключается в \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_.

6. Во время прохождения преддипломной практики обучающийся обязан (отметьте все правильные ответы):

- а) соблюдать трудовую дисциплину;
- б) выполнять поручения руководства в рамках предусмотренных функциональных обязанностей;
- в) быть всегда в хорошем настроении;
- г) принимать самостоятельные решения в рамках предусмотренных функциональных обязанностей;
- д) требовать выплаты заработной платы.

7. На каких позициях может работать обучающийся во время прохождения преддипломной практики (отметьте все правильные ответы):

- а) руководитель рекламного холдинга;
- б) продавец-кассир;
- в) помощник account-менеджера;
- г) ассистент менеджера проектов;
- д) консультант генерального директора по инвестициям.

8. Digital-коммуникации – это (отметьте все правильные ответы):

- а) рекламные коммуникации в сети Интернет;
- б) интерактивная деятельность в социальных сетях, блогах, на форумах, микросайтах, вики-страницах;
- в) построение системы коммуникаций с клиентом через цифровые каналы связи;



г) целенаправленное взаимодействие с клиентом.

9. Во время прохождения преддипломной практики обучающийся имеет право (отметьте все правильные ответы):

- а) защищать свою честь, достоинство и трудовые права;
- б) приходить на место прохождения практики в удобное для него время;
- в) получать материальное вознаграждение за труд;
- г) участвовать в работе компании согласно функциональным обязанностям;
- д) руководить производственными процессами.

10. Преддипломную практику обучающийся может проходить (отметьте все правильные ответы):

- а) по месту трудовой занятости;
- б) на базе практики, предложенной кафедрой;
- в) в любое удобное для него время;
- г) только в сроки предусмотренные графиком учебного процесса;
- д) только в случае осознания необходимости практических навыков.

11. Согласно требования Трудового кодекса РФ продолжительность рабочего дня совершеннолетнего гражданина:

- а) 5 часов;            б) 8 часов;            в) 6 часов;            г) не ограничивается.

12. Согласно Типовой инструкции по охране труда при работе на персональном компьютере (утвержденная Приказом Министерства РФ по связи и информатизации от 2 июля 2001 г. № 162) непрерывная работа за компьютером не должна превышать:

- а) 30 минут;            б) 8 часов;            в) 2 часов;            г) 4 часов.

#### **7.4. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков.**

##### **7.4.1. Методические рекомендации обучающимся по заполнению Дневника практики.**

1) Дневник практики является персональным документом обучающегося и включает в себя все виды практик, предусмотренные образовательной программой по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». В период между практиками Дневник хранится на кафедре, осуществляющей руководство практикой.

2) Дневник практики заполняется обучающимся самостоятельно по мере выполнения работ в ходе практики.

3) В первые дни практики обучающийся заполняет Карточку организации, куда вносятся:

полное официальное наименование организации;

контактные данные организации (адрес местонахождения, телефон, адрес сайта и электронной почты);

название отдела, в котором обучающийся проходит практику;

полное имя, отчество и фамилия руководителя организации.

Обучающийся обязательно ставит свою подпись под карточкой организации, которая фиксирует факт начала работы на практике.

4) В дневнике фиксируются все виды работы. Если в один из дней практики обучающимся осуществлялись различные виды работ, то они отражаются рядом с указанной в первом столбце датой. Если один вид работ осуществлялся несколько дней, даты могут быть указаны обобщенно (например, 10-15.03).

4) Подтверждением выполнения работы в рамках преддипломной практики является подпись руководителя практики или ответственного лица от организации, в которой обучающийся проходит практику.

5) На завершающем этапе практики руководитель практики или ответственное лицо от организации, в которой обучающийся проходит преддипломную практику, пишет Отзыв о прохождении практики обучающимся. В отзыве указываются продемонстрированные знания, умения, достижения практиканта; в случае необходимости – замечания к практиканту; готовность принять практиканта на работу после окончания программы бакалавриата.

5) К дневнику практики прилагается Отчет о результатах прохождения практики, который является неотъемлемой частью Дневника.

6) Дневник практики сдается на кафедру вместе с Отчетом по практике не позднее, чем через неделю после окончания преддипломной практики. Руководитель практики от кафедры пишет заключение о работе обучающегося и выставляет рекомендуемую оценку.

#### **7.4.2. Методические рекомендации обучающимся по подготовке Отчета о результатах практики.**

Отчет по результатам преддипломной практики должен отражать все этапы выполнения индивидуального задания, отвечать на все вопросы, указанные в индивидуальном задании.

Образец оформления титульного листа Отчета по практике представлен в Приложении 3.

Рекомендуемая структура отчета по преддипломной практике:

1. Общие положения:

время прохождения практики;

наименование организации и имя руководителя;

отдел, в котором пройдена практика;  
должность и основные обязанности практиканта во время практики.

## 2. Характеристика организации:

общая информация (дата создания, организационно-правовая форма и т.п.).

организационная структура;  
миссия и основные цели организации;  
характеристика товаров или услуг;  
основные достижения организации.

3. Содержание работы во время прохождения практики (соответствует вопросам индивидуального задания).

4. Материалы, собранные в ходе практики для выпускной квалификационной работы.

4. Анализ: основные выводы об эффективности деятельности, в которой принимал участие практикант, своих достижениях и сложностях в ходе практики.

Основные требования к оформлению Отчета по результатам практики:

– Отчет оформляется в виде текстовых, графических, изобразительных материалов; может быть представлен в виде мультимедийной презентации для демонстрации на защите по практике. При этом наличие печатной формы Отчета по практике обязательно.

- Отчет печатается на листах А4 через 1,5 интервал;
- шрифт Times New Roman, кегль 14;
- параметры страницы: левое поле – 3,0 см.; правое поле – 1,0 см.; верхнее поле – 2,0 см.; нижнее поле – 2,0 см.;
- нумерация страниц в нижнем правом углу листа;
- каждый новый раздел отчета начинается после предыдущего через 2 строки.

Приводимые в тексте схемы и таблицы должны иметь заголовки, а графики и рисунки – подпись, размещенную под графиком или рисунком. Сокращение слов в тексте, кроме общепринятых, не допускается.

## **8. Перечень учебной литературы и ресурсов сети «Интернет», необходимых для проведения практики**

### **а) основная литература**

1. Трудовой кодекс Российской Федерации: официальный текст: по состоянию на 01.11.2016. – М.: Проспект, 2016.

2. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (с изменениями от 08.03.2015). – М., 2016.

3. Закон Российской Федерации «О средствах массовой информации» от 27 декабря 1991 года № 2124-1. – М.: Проспект, 2014. – 40 с.

4. Бородай А. Д. Подготовка кадров для рекламной индустрии: проблемы эффективности // Проблемы профессионального воспитания студентов: сб. статей / сост. А. Ю. Выжигин. – М.: Изд-во Моск. гуманит. ун-та, 2012. С. 13–21.

5. Бородай А. Д. Взаимодействие вузов с работодателями в подготовке кадров для рекламной индустрии // Высшее образование в России. 2012. № 6. С. 95–100.

6. Головлева Е. Л. Government Relations: модели коммуникации власти и групп интересов [Электронный ресурс] : Учебник / Е. Л. Головлева, Р. Т. Мухаев ; МосГУ, Каф. теории рекламы и массовых коммуникаций. - Электрон. текстовые дан. - М. : Изд-во Мос. гуманит. ун-та, 2014. - 160 с. - Режим доступа: [elibrary.mosgu.ru](http://elibrary.mosgu.ru)

7. Головлева Е.Л., Грибок Н.Н., Мухаев Р.Т. Молодежная имиджелогия: учеб. Пособие и учебно-методические рекомендации. – М.: Изд-во Мос. гуманит. ун-та, 2015. – 174 с.

8. Рожков И. Я. Брендинг [Текст] : Учебник для бакалавров / И. Я. Рожков, В. Г. Кисмерешкин. - М. : Изд-во Юрайт, 2017. - 331 с.

9. Чумиков А.Н. Связи с общественностью [Текст] : теория и практика: учеб. пособие для вузов / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров ; МГУ им. М. В. Ломоносова. - М. : Дело, 2010. - 557 с.

10. Чумиков А., Бочаров М., Самойленко С. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции: учебное пособие. – М: РАНХиГС, 2016.

11. Шарков Ф. И. Коммуникология: основы теории коммуникации: учебник. - М.: Дашков и К, 2013. - Режим доступа: <http://www.knigafund.ru/books/211949>

#### **б) дополнительная литература**

1. Алексунин В.А., Дубаневич Е.В., Скляр Е.Н. Маркетинговые коммуникации: Практикум. – М.: ИТК Дашков и К, 2016. – 196 с.

2. Грачев А.С. PR-служба компании [Текст] : практ. пособие / А. С. Грачев, С. А. Грачева, Е. Г. Спирина. - М. : Дашков и К', 2010. - 159 с.

3. Григорян Е.С., Юрасов И.А. Корпоративная социальная ответственность: учебник для бакалавров. – М.: ИТК Дашков и К, 2016. – 248 с.

4. Коноваленко М.Ю., Коноваленко В.А. Деловые коммуникации: учебник и практикум. – М.: Юрайт, 2016. – 476 с.

5. Коротков А.В. Маркетинговые исследования [Текст] : учебник для бакалавров / А. В. Коротков. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Изд-во Юрайт, 2012. - 591 с.

6. Кузнецов П.А. Связи с общественностью [Текст] : теория и технологии : учебник для вузов / В. Ф. Кузнецов ; Ин-т гуманит. образования и информ.

технологий (ИГУМО). - 3-е изд., испр. и перераб. - М. : Аспект Пресс, 2009. - 302 с.

7. Культура речи и деловое общение : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. В. Химик [и др.] ; отв. ред. В. В. Химик, Л. Б. Волкова. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 308 с.

8. Песоцкий Е.А. Реклама: Учебно-практическое пособие, 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИТК Дашков и К, 2016. – 384 с.

9. Романцов А.Н. Event-маркетинг [Текст] : практ. пособие / А.Н Романцов. - М. : Дашков и К', 2010. - 115 с.

10. Садовская, В. С. Основы коммуникативной культуры. Психология общения. – 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2016. — 208 с.

11. Спивак В.А. Деловые коммуникации: теория и практика. – М. Юрайт: 2016. – 360 с.

12. Федотова С.Н. Реклама: теория и практика. – М.: Юрайт, 2016. – 391 с.

13. Фролов С.С. Связи с общественностью в работе фирмы. Стратегия, коммуникации, имидж, репутация. – М.: Либроком, 2014. – 368 с.

14. Шарков Ф.И. Коммуникология: энциклопедический словарь-справочник, 3-е изд. – М.: ИТК Дашков и К, 2015. – 768 с.

#### **в) Интернет-ресурсы.**

1. Ассоциация коммуникационных агентств России (АКАР): официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.akarussia.ru/>.

2. Индустрия рекламы: Информационно-справочный портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://adindustry.ru/doc/846>.

3. Маркетинг журнал 4p.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.4p.ru/main/tv/>.

4. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.infowave.ru/>.

5. Наука о рекламе: информационный портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.advertology.ru/>.

6. Российская ассоциация по связям с общественностью. Российский PR портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.raso.ru>

7. Реклама. Маркетинг. PR: специализированный портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.sostav.ru>

8. Сайт о творчестве [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.adme.ru/tvorchestvo-reklama/>.

9. Энциклопедия маркетинга: специализированный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru/>.

10. Advesti.ru: сайт о рекламе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.advesti.ru/>.

11. Propel.ru: сайт о рекламе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://propel.ru/>.

**9. Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)**

Для обеспечения прохождения преддипломной практики используются следующие электронные ресурсы:

№№	ЭБС, к которым имеют доступ обучающиеся (на договорной основе)	Описание ЭБС	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС издательства «Юрайт»	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	<a href="http://www.biblio-online.ru/">http://www.biblio-online.ru/</a> 100% доступ. Версия для слабовидящих.
2.	ЭБС издательства «Лань»	Электронно-библиотечная система, электронные книги, учебники для ВУЗов. Коллекция «Музыка».	<a href="http://e.lanbook.com/">http://e.lanbook.com/</a> 100% доступ. Версия для слабовидящих.
3.	ЭБС IPR BOOKS	Современный ресурс для получения качественного образования, предоставляющий доступ к учебным и научным изданиям, необходимым для обучения и организации учебного процесса	<a href="http://www.iprbookshop.ru/">http://www.iprbookshop.ru/</a> 100% доступ. Версия для слабовидящих.

		в нашем учебном заведении.	
--	--	----------------------------	--

## **10. Материально-техническая база, необходимая для проведения практики.**

Для проведения практики используются специально оборудованные кабинеты и бытовые помещения, соответствующие противопожарным и санитарным нормам, а также требованиям безопасности при проведении учебных и научно-производственных работ. Для выполнения отдельных видов работ в рамках практики используются мультимедийные ресурсы и электронно-библиотечные системы вуза, комплекты электронных образовательных ресурсов, компьютерные классы с выходом в Интернет.

Индивидуальные задания по практике, Дневники практики с рекомендациями по заполнению, Методические рекомендации по заполнению отчета о результатах практики подготовлены в печатной форме и хранятся на кафедре теории рекламы и массовых коммуникаций (ауд. 507, корпус 3).

Защита отчетов по практике проходит с использованием комплекта презентационного оборудования: мультимедиа-проектор, ноутбук, – в кабинете по разработке креативных концепций в рекламе и PR (506 ауд., 3 корпус).

## **11. Особенности обучения лиц с ограниченными возможностями здоровья**

Организация преддипломной практики для лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с «Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса» Министерства образования и науки РФ от 08.04.2014г. № АК-44/05вн и «Положением об обучении студентов-инвалидов и студентов с ограниченными возможностями» АНО ВО «Московского гуманитарного университета» от 20.10.2015г.

Подбор и разработка учебных материалов для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья производится с учетом их индивидуальных особенностей.

Предусмотрена возможность прохождения практики по индивидуальному графику.

*Приложение 1*  
*Образец рабочего графика (плана) практики*

**АВТНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«МОСКОВСКИЙ ГУМАНИТАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**Кафедра теории рекламы и массовых коммуникаций**

СОГЛАСОВАНО

УТВЕРЖДАЮ

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
Ф.И.О. \_\_\_\_\_ руководителя  
практики от профильной  
организации, подпись  
« \_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
Ф.И.О. \_\_\_\_\_ руководителя  
практики от Университета,  
подпись  
« \_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**СОВМЕСТНЫЙ РАБОЧИЙ ГРАФИК (ПЛАН)**

проведения преддипломной практики обучающихся \_\_\_\_\_ курса,  
направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Учебная группа \_\_\_\_\_

	Этапы практики	Виды работ	Срок прохождения этапа (периода) практики

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

Место прохождения практики

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
*(указывается полное название профильной организации и ее структурного подразделения)*



*Приложение 2*  
*Форма Дневника практики по направлению подготовки*  
*42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»*

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«МОСКОВСКИЙ ГУМАНИТАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**Факультет рекламы, журналистики и дизайна**

**Кафедра теории рекламы и массовых коммуникаций**

**ДНЕВНИК**

преддипломной практики

---

*(Ф.И.О. обучающегося)*

Группа \_\_\_\_\_

Направление подготовки  
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Москва 20\_\_

Ф.И.О. обучающегося \_\_\_\_\_

Место проведения практики

---

---

---

Период практики:

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

Руководитель практики от Университета:

\_\_\_\_\_

(Ф.И.О.)

\_\_\_\_\_

(должность)

Телефон кафедры (499) 3747159

Отметка профильной организации

Прибыл « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Выбыл « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Руководитель практики от профильной организации

\_\_\_\_\_

(должность)

\_\_\_\_\_

(подпись)

\_\_\_\_\_

(Ф.И.О.)

М.П.

## ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ

на преддипломную практику

\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О. обучающегося)

Место прохождения практики:

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
(указывается полное название профильной организации или ее структурного подразделения)

№	Наименование видов работ и заданий

Планируемые результаты практики и форма отчетности:

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_.

С индивидуальным заданием ознакомлен

\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_  
(подпись обучающегося) (фамилия, инициалы)

СОГЛАСОВАНО

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О. руководителя практики от профильной организации, подпись)

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

УТВЕРЖДАЮ

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О. руководителя практики от университета, подпись)

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.



### Отзыв руководителя практики от кафедры:

В период прохождения преддипломной практики обучающийся

\_\_\_\_\_ (Ф.И.О)

проявил себя как \_\_\_\_\_

В процессе выполнения индивидуальных заданий по практике были сформированы следующие профессиональные компетенции:

Программа практики выполнена \_\_\_\_\_  
(полностью /не полностью)

Отчет о прохождении практики и отзыв руководителя практики от профильной организации сданы на кафедру \_\_\_\_\_  
(дата)

Обучающийся заслуживает оценки \_\_\_\_\_.

Зачет по практике принят с оценкой \_\_\_\_\_

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

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**Приложение 3**

*Образец титульного листа отчета по практике*

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«МОСКОВСКИЙ ГУМАНИТАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**Факультет рекламы, журналистики и дизайна**

**Кафедра теории рекламы и массовых коммуникаций**

Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

**ОТЧЕТ**

по преддипломной практике

Выполнил студент группы \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_ курса

\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О.)

Руководитель практики от кафедры

\_\_\_\_\_  
(должность, Ф.И.О.)

Дата защиты отчета \_\_\_\_\_

Оценка \_\_\_\_\_

Москва 20 \_\_\_\_

**Отзыв руководителя практики от профильной организации**

О работе обучающегося \_\_\_\_ курса \_\_\_\_\_ формы обучения, факультета рекламы, журналистики и дизайна, направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» \_\_\_\_\_

(Ф.И.О. полностью)

проходившего преддипломную практику в период с «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.  
по «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

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

(указать точное название учреждения, адрес, телефон)

В период практики обучающийся выполнил следующий объем работы \_\_\_\_\_

Краткая характеристика уровня подготовки и отношения обучающегося к работе

Замечания по прохождению практики:

Индивидуальное задание и программа практики выполнены \_\_\_\_\_.

(полностью, не полностью, частично, не выполнены)

Руководитель практики от профильной организации

\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О.)

МП

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.