
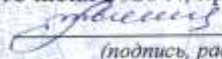


Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Программа практики ВО (бакалавриат, специалитет, магистратура)		

УТВЕРЖДЕНО
решением Ученого совета факультета
от 18 июня 2020 г., протокол № 12/217

Председатель  /Ившина Т.А./
(подпись, расшифровка подписи)
«18» июня 2020 г



ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

Практика	Производственная: профессионально творческая
Способ и форма проведения	Стационарная, выездная дискретно
Факультет	Культуры и искусства
Кафедра	Связей с общественностью, рекламы и культурологии
Курс	2-3/4

Направление (специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль/специализация): Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях
Форма обучения: Очная, заочная

Дата введения в учебный процесс УлГУ: « 1 »__ сентября 2020__ г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № 10 от 15.06.2021г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № __ от __ 20 __ г.


Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № __ от __ 20 __ г.

Сведения о разработчиках:


ФИО	Аббревиатура кафедры (ПЦК, отделения и др.)	Ученая степень, звание
Гончарова Н.В.	Связей с общественностью, рекламы и культурологии	с К.с.и.

СОГЛАСОВАНО

Заведующий выпускающей кафедрой

 / Магомедов А.К.
(Подпись) (ФИО)

« 2 » июня 2020 г.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Программа практики ВО (бакалавриат, специалитет, магистратура)		

1. Цели и задачи практики

Целью производственной практики (профессионально-творческой) являются:

- закрепление и углубление теоретических знаний, полученных студентами при изучении специальных дисциплин;
- углубление практических умений и навыков по профессиональной деятельности по направлению «Реклама и связи общественностью»
- приобретение опыта работы на должностях в различных организациях в целях приобретения навыков самостоятельной работы по решению стоящих перед ними задач;
- развитие навыков оказания рекламных и PR-услуг и проведение рекламных и PR-кампаний и мероприятий;
- изучение опыта по избранной специальности;
- овладение методами аналитической и самостоятельной научно-исследовательской работы в сфере исследований потребителей, рынка, товаров и услуг.

Задачи практики:

- изучение конкретной организации (предприятия) как самостоятельного субъекта рынка и объектно-предметной области исследования;
- систематизация, закрепление и расширение теоретических знаний для решения конкретных задач;
- развитие практических навыков профессиональной деятельности
- активное участие в организации и проведении специальных рекламных мероприятий и PR-акций;
- развитие творческого потенциала, способности самостоятельно формулировать цели, идеи и разрабатывать приемы рекламной и PR-работы;


2. Место практики в структуре ОПОП

Производственная практика студентов является составной частью основной образовательной программы высшего профессионального образования по направлению 42.03.01. "Реклама и связи с общественностью" подготовки бакалавра и проводится в соответствии с утвержденными рабочими учебными планами и графиком учебного процесса в целях приобретения студентами навыков профессиональной работы, углубления и закрепления знаний и компетенций, полученных в процессе теоретического обучения.

Производственная практика - профессионально-творческая проводится у студентов очной формы обучения: в 4-6 семестрах, у студентов заочной формы обучения – в 8 семестре.

Циклы (разделы) ОПОП, предметы, курсы, дисциплины, на освоении которых базируется практика:

Основы конфликтологии. Методы научных исследований. Основы теории коммуникации. Технологии деловой коммуникации в рекламе и связях с общественностью. Введение в теорию и практику связей с общественностью. Введение в теорию и практику рекламы, Социальное предпринимательство, Культурология, Стилистика и литературное редактирование, Демография и основы социальной статистики, Социальные институты и процессы, Теория и практика массовой информации, Основы маркетинга, Основы

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Программа практики ВО (бакалавриат, специалитет, магистратура)		


менеджмента, Технологии имиджмейкинга, Работа с клиентами в рекламе и связях с общественностью. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ, Планирование рекламных кампаний, Планирование PR-кампаний, Речевое воздействие в рекламе и связях с общественностью, Связи с общественностью и реклама в некоммерческих организациях, Информатика, Инфографика и визуализация коммуникационного продукта, Социология массовых коммуникаций, Психология массовых коммуникаций, Правовое регулирование рекламы и связей с общественностью Основы предпринимательского права Профессиональная этика специалиста по рекламе и связям с общественностью PR в сфере культуры.

3. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики студентов


Практические навыки, умения, универсальные и профессиональные компетенции, приобретаемые на данной практике:

ОПК1, ОПК2, ОПК3, ОПК 4, ОПК5, ОПК6, ОПК7, ПК1, ПК2, ПК4, ПК5, ПК6


	Индекс компетенции	Перечень планируемых результатов прохождения практики
ОПК1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	Знать: Орфографические, пунктуационных и стилистических нормы и правила русского языка; нормы литературного языка и основы культуры речи, основы теории коммуникаций, рекламы и связей с общественностью, типы текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, основы литературного редактирования и копирайтинга. Уметь: -Анализировать и создавать тексты и документы, используемые в сфере связей с общественностью и рекламы, осуществлять редакторский анализ и правку текста Владеть: Базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, навыками литературного редактирования, копирайтинга.
ОПК 2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	Знать: систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития Уметь: учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов. Владеть: навыками создания коммуникационных продуктов
ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений	Знать: Важнейшие достижения культуры и системы ценностей, сформировавшиеся в ходе исторического развития человечества; роль и место цивилизаций

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Программа практики ВО (бакалавриат, специалитет, магистратура)		

	отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	<p>прошлого и современности, многообразие культур и цивилизаций в их взаимодействии;</p> <p>Уметь: Свободно ориентироваться в истории культурных, социально-экономических и политических процессов; в сферах общественной жизни и деятельности: в культурной, рекламной, хозяйственной деятельности; в политической и государственной жизни</p> <p>Владеть Способностью анализировать культурные, социальные и политически значимые проблемы и процессы в стране и в мире;</p>
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	<p>знать возможности практического использования коммуникационных кампаний в различных сферах деятельности, знать методы организации и проведения опросов потребителей и общественного мнения</p> <p>уметь анализировать возможные ситуации на рынке, моделируя ту или иную коммуникационную компанию, уметь осуществлять обработку и подготовку данных для анализа</p> <p>владеть практическими навыками анализа, планирования, реализации и мониторинга коммуникационной компании.</p>
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	<p>Знать: основные модели коммуникационного процесса, основные виды коммуникации и их специфику; концепции интегрированных коммуникаций в системе маркетинга и менеджмента; виды, средства, формы и способы организации коммуникационного процесса в рекламных и PR – кампаниях, особенности работы PR-отделов в коммерческих и некоммерческих организациях, стратегии создания эффективной коммуникации, принципы корпоративной культуры, возможности практического использования коммуникационных кампаний в различных сферах деятельности</p> <p>Уметь: анализировать возможные ситуации на рынке при разработке коммуникационной компании, применять на практике, анализировать рекламные и PR-кампании, выявлять барьеры, препятствующие эффективной коммуникации;</p> <p>Владеть практическими навыками анализа, планирования, реализации и мониторинга коммуникационной компании, базовыми навыками организации и управления эффективной рекламной и PR - деятельностью; технологиями анализа рекламных и PR-кампаний; навыками работы с рекламными и PR-текстами, специализированными документами</p>
ОПК-6	Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	<p>Знать: основы информационной и библиографической культуры, виды информационно-коммуникационных технологий, основы информационной безопасности, основные методы, способы и средства получения, хранения, переработки информации;</p> <p>Уметь использовать знания основ информационной и библиографической культуры, методики информационно-коммуникационных технологий, методы информационной безопасности, - производить анализ публичной информации, готовить аналитический отчет с выводами о коммуникационных угрозах, слабых сторонах, преимуществах и возможностях во взаимодействии с</p>

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Программа практики ВО (бакалавриат, специалитет, магистратура)		

		целевыми аудиториями объекта коммуникации, Владение на базовом уровне программами и средствами предоставления визуализации данных, технологиями работы с поисковыми сервисами поиска информации и базами данных, технологиями работы со специализированными базами СМИ и аналитическими системами.
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	Знать: Деловую этику и принятые профсообществом этические нормы профессии Уметь: Ориентироваться в основных принципах этики деловых отношений Владеть: Способностью к рефлексии и передаче собственного профессионального опыта
ПК-1	Способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	Знать: стратегии создания эффективной коммуникации, принципы корпоративной культуры, возможности практического использования коммуникационных кампаний в различных сферах деятельности Уметь: анализировать возможные ситуации на рынке, моделируя ту или иную коммуникационную компанию, анализировать рекламные и PR-кампании, выявлять барьеры, препятствующие эффективной коммуникации; ориентироваться в сущности различных разновидностей интегрированных коммуникаций; осуществлять выбор медиаканалов и медианосителей на основе концепции интегрированных коммуникаций Владеть практическими навыками анализа, планирования, реализации коммуникационной компании, базовыми навыками организации и управления эффективной рекламной и PR - деятельностью; технологиями анализа рекламных и PR-кампаний; навыками работы с рекламными и PR-текстами, специализированными документами
ПК-2	Способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении кампаний и мероприятий по продвижению продуктов	Знать виды коммуникационных кампаний и мероприятий, принципы и правила создания рекламы и принципы работы в сфере связей с общественностью, закономерности функционирования отдела по связям с общественностью, понятия и категории имиджа, подходы к его формированию Уметь: учитывать результатов исследований в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий, создать рекламу и наладить работу отдела по связям с общественностью, выявлять и оценивать имидж личности и организации, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью, разрабатывать рекомендации по улучшению имиджа, принимать участие в работе рекламных и PR-служб, Владеть: способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований, приемами создания рекламы и pr-материалов, навыками формирования имиджа: личности, организации, навыками продвижения товара и услуг организации
ПК-4	Способен организовывать и	Знать: основные приемы литературного редактирования и копирайтинга, типы текстов и документов, используемых

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Программа практики ВО (бакалавриат, специалитет, магистратура)		

	осуществлять работу по созданию и редактированию контента	в сфере связей с общественностью и рекламы, уметь: создавать все виды профессиональных текстов и документов, осуществлять редакторский анализ и правку текста осуществлять регулярный мониторинг существующих средств массовой информации Владеть: навыками литературного редактирования, копирайтинга, навыками корректуры
ПК-5	Способен владеть навыками подготовки аналитических справок, обзоров и прогнозов	Знать: формы представления результатов анализа; принципы сбора, обработки и анализа данных маркетинговой информации с целью изучения текущих проблем на товарном рынке и принятия маркетинговых решений; сущность научной проблемы и научной задачи; формы представления результатов. Уметь: описывать выбранные явления, объекты исследования и факторы, оказывающие воздействие на их состояние; осуществлять обработку и подготовку данных для анализа, осуществлять подбор и проводить анализ научно-практической информации; Владеть: навыками аналитического исследования и обработки данных; техниками обработки данных при формировании выводов и составлении отчета; навыками грамотного изложения результатов научных исследований, навыками составления и оформления материалов для экспертных заключений и отчетов.
ПК-6	Способен применять исследовательские инструменты при проведении маркетинговых и социологических исследований в профессиональной деятельности	знать методы и технологию проведения маркетинговых и социологических исследований, основные понятия маркетинга; основные характеристики и отличия методов сбора информации; принципы, виды, критерии и этапы сегментирования рынка; факторы, оказывающие влияние на имидж организации; принципы отбора и упорядочения собранных материалов путем их систематизации; основы методики и техники проведения социологического исследования Уметь организовать и проводить исследования потребителей с целью выявления их лояльности к товару и фирме, с целью выявления конкурентных преимуществ и недостатков фирмы и организации, задавать параметры наблюдения, опроса и анкетирования; проводить исследования в области рекламы и связи с общественностью, Владеть: навыками анализа результатов исследований, средствами, формами и технологиями аналитического исследования


4. Место и сроки проведения практики

Форма проведения практики:

Дискретно – в 8 семестре (по заочной форме обучения)

Дискретно – в 4 семестре, 6 семестре (по очной форме обучения).

В качестве мест производственной практики кафедра определяет организации (предприятия, учреждения), специализирующиеся на оказании услуг в сфере

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Программа практики ВО (бакалавриат, специалитет, магистратура)		

маркетинговых коммуникаций, прежде всего, в сфере рекламы и связей с общественностью, а также имеющие в своей организационной структуре соответствующие подразделения. К ним относятся маркетинговые, рекламные агентства и агентства по связям с общественностью, консалтинговые компании, а также академические институты и исследовательские агентства, органы государственной власти и т.д.

Практика может быть проведена:

- в коммерческих структурах, частных компаниях, рекламных агентствах;
- в министерствах, ведомствах и других государственных учреждениях в подразделениях по связям с общественностью, пресс-центрах и т.д.;
- в областных, городских, местных администрациях;
- в штабах политических партий, объединений;
- в средствах массовой информации;
- в общественных организациях;
- в научных и учебных организациях и т.д.

Места практики определяются по представлению студентами личных заявлений, формы которых приведены. Кафедра рассматривает заявления студентов о направлении их для прохождения практики в иные организации в случае, если профиль работы последних соответствует профилю и требованиям по направлению «Реклама и связи с общественностью».

При организации практики на руководителя практики от кафедры возлагаются следующие задачи:

- оказывать методическую помощь студенту при выполнении им индивидуальных заданий, сборе материалов и составлении отчета по практике;
- представлять интересы студента перед руководством учреждения-места прохождения практики;
- обеспечивать прием от студента документов по практике;
- в течение недели после окончания практики организовать прием отчета о прохождении практики (Приложение 4);
- через 5 дней после защиты отчетов представлять заведующему кафедрой отчет об итогах прохождения студентами практики. При подведении итогов практики учитывается содержание отзыва организации, объём выполнения программы практики, правильность оформления отчетных документов.


5. Общая трудоемкость практики

Заочная форма

Объем практики		Продолжительность практики
8 семестр (дискретная)		
6	216	4

Очная форма

Объем практики		Продолжительность практики
З.е.	часы	недели
4 семестр (дискретная)		
3	108	2
6 семестр (дискретная)		

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Программа практики ВО (бакалавриат, специалитет, магистратура)		

3	108	2
----------	------------	----------


6. Структура и содержание практики

Объем дисциплины по видам учебной работы (в часах)

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения ____ заочная _____)			
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам		
		8		
1	2	3	4	5
Контактная работа обучающихся с преподавателем	1	1		
Аудиторные занятия:				
Лекции				
практические и семинарские занятия	1	1		
лабораторные работы (лабораторный практикум)				
Самостоятельная работа	211	211		
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы: тестирование, контр. работа, реферат и др.				
Курсовая работа				
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	Дифференцированный зачет (4)	Дифференцированный зачет (4)		
Всего часов по дисциплине	216	216		

**В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий в таблице через слеш указывается количество часов работы ППС с обучающимися для проведения занятий в дистанционном формате с применением электронного обучения*

Объем дисциплины по видам учебной работы (в часах)

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Программа практики ВО (бакалавриат, специалитет, магистратура)		


Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения _____ очная _____)				
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам			
		4	6		
1	2	3	6		
Контактная работа обучающихся с преподавателем					
Аудиторные занятия:					
Лекции					
практические и семинарские занятия					
лабораторные работы (лабораторный практикум)					
Самостоятельная работа	216	108	108		
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы: тестирование, контр. работа, реферат и др.					
Курсовая работа					
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	Дифференцированный зачет	Дифференцированный зачет	Дифференцированный зачет		
Всего часов по дисциплине	216	108	108		

**В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий в таблице через слеш указывается количество часов работы ППС с обучающимися для проведения занятий в дистанционном формате с применением электронного обучения*

Структура и содержание практики

Заочная форма обучения

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды производственной работы, на практике, включая самостоятельную работу студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы текущего контроля
1	подготовительный этап	Организационное собрание, инструктаж по технике безопасности	8	Устный опрос

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Программа практики ВО (бакалавриат, специалитет, магистратура)		


		Составление индивидуального задания на практику Планирование консультационной работы		
2	Сбор, обработка и анализ информации, необходимой для выполнения задания	- изучение, сбор и анализ информации по теме проекта - выполнение задания	192	Дневник по практике
3	Заключительный этап	Обсуждение результатов практики, подготовка отчета по практике	16	Дневник по практике, Отчет
	ВСЕГО		216	

Очная форма 4 семестр

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды производственной работы, на практике, включая самостоятельную работу студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы текущего контроля
1	подготовительный этап	Организационное собрание, инструктаж по технике безопасности Составление индивидуального задания на практику Планирование консультационной работы	8	Устный опрос
2	Сбор, обработка и анализ информации, необходимой для выполнения задания	- изучение, сбор и анализ информации по теме проекта - выполнение задания	84	Дневник по практике
3	Заключительный этап	Обсуждение результатов практики, подготовка отчета по практике	16	Дневник по практике, Отчет
	ВСЕГО		108	

Очная форма 6 семестр

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды производственной работы, на практике, включая самостоятельную работу студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы текущего контроля
1	подготовительный этап	Организационное собрание, инструктаж по технике безопасности Составление индивидуального задания на практику Планирование консультационной работы	8	Устный опрос
2	производственный	- Сбор и систематизация	82	Дневник

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Программа практики ВО (бакалавриат, специалитет, магистратура)		

	(исследовательский) этап	фактического и литературного материала, - обработка и анализ полученной информации - выполнение научно-исследовательских, производственных и научно-производственных заданий		по практике
3	Заключительный этап	Обсуждение результатов практики, подготовка отчета по практике	18	Дневник по практике, Отчет
	ВСЕГО		108	

Производственная практика тесно связана с результатами теоретической и практической подготовки специалистов высшей квалификации и выступает результирующим моментом всего процесса обучения. Каждый студент-практикант совместно со своим научным руководителем составляет конкретную рабочую программу прохождения практики. Руководители практики на местах (руководители от баз практики) дают студентам дополнительные к программе указания, отражающие особенности ее прохождения в конкретной организации.

При организации практики на руководителя практики от предприятия возлагаются следующие задачи:

- контролировать организацию практики студента в соответствии с программой и утвержденным графиком прохождения практики
- обеспечивать проведение инструктажа по охране труда и технике безопасности
- контролировать соблюдение практикантом трудовой дисциплины
- знакомить практиканта с организацией работ на конкретном рабочем месте, с оборудованием, техническими средствами и их эксплуатацией, экономикой производства и т.п.
- организовывать распределение студентов по рабочим местам
- осуществлять контроль за производственной работой практикантов, проводить необходимые консультации
- контролировать подготовку отчета и составлять производственную характеристику по итогам выполнения работы.


Студент при прохождении практики обязан:

- полностью выполнять задания, предусмотренные программой практики
- подчиняться действующим в организации правилам внутреннего трудового распорядка
- изучать и строго соблюдать правила охраны труда, техники безопасности
- нести ответственность за выполняемую работу и ее результаты наравне со штатными сотрудниками
- предоставить руководителю практики письменный отчет о выполнении всех заданий и пройти его защиту.

Подготовительный этап:

Проведение организационного собрания студентов перед началом практики

Собрание проводится ответственным лицом за практику от кафедры. От того, насколько организованно будет проведено собрание студентов, во многом зависят результаты

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Программа практики ВО (бакалавриат, специалитет, магистратура)		

проведения самой практики. На собрании должны присутствовать студенты, которые будут проходить практику, и преподаватели-руководители практики.

Индивидуальное задание. Индивидуальные направления работы определяются руководителями практики.

Программой производственной практики при разработке индивидуальных заданий предусматривается соблюдение следующих требований:

- учет выбранной студентом направления работы;
- учет уровня теоретической подготовки студента по циклам базовых дисциплин, дисциплин по выбору;
- потребности организации, выступающей в качестве базы практики, в реализации конкретного направления профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, доступность и практическая возможность сбора исходных данных определяют выбор того или иного прикладного направления исследований.

Во время производственной практики студент может выполнять следующие виды индивидуальных заданий:

- организация рекламных или PR-мероприятий.
- планирование и организация BTL-акций;
- планирование и проведение рекламной или PR-кампании;
- разработка и проведение промо-акции,
- разработка корпоративного сайта компании в сети Интернет и обновлении информации на сайте;
- разработка пакета презентационных материалов для участия в выставке и работа на стенде;
- разработка программы и проведение маркетингового или рекламного исследования; мониторинга СМИ и пр.;
- разработка, изготовление рекламной и PR-продукции, ее размещение;
- разработка элементов фирменного стиля;
- составление базы данных, работа по поиску заказчиков, рекламодателей; ведение клиентской базы


и иные формы заданий, согласованные с руководителем практики от вуза.

Основная часть производственной практики состоит из двух этапов:

Описание организации, ее рекламно-маркетинговой и PR-деятельности. Студенты должны получить системное представление о коммуникациях в современной организации, о механизмах взаимодействия рекламы и PR с другими видами коммуникационного инструментария. В результате прохождения практики у студентов также должно сложиться комплексное представление о функциях, задачах, принципах работы, статусе и структуре отдела; принципах планирования и программирования, а также организации работы данного отдела и его взаимодействии со смежными подразделениями.

Данные цели и задачи реализуются в форме описания места (организации) прохождения практики как субъекта маркетинговой среды по следующим основным позициям:

- организационно-правовая форма;
- специализация (профиль деятельности) организации;
- характеристика внутриорганизационных и внешних связей организации;
- характеристика рекламно-маркетинговой, PR-деятельности организации.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Программа практики ВО (бакалавриат, специалитет, магистратура)		

В соответствии с темой дипломной работы студент-практикант совместно со своим научным руководителем может, конкретизировать, расширять, углублять, акцентировать направления в изучении специфики деятельности базовой организации.

Во второй части производственной практики студенты должны рассмотреть отдельную проблему по направлению работы:

- описание организации работы в процессе практики,
- описание выполненных работ, практических задач, решением которых студент занимался,
- анализ наиболее сложных и характерных случаев, изученных студентом,
- указания на затруднения, которые возникали при прохождении практики,
- описание приобретенных навыков.


7. Научно-исследовательские и научно-производственные технологии, используемые на практике

В процессе прохождения практики студент использует современные компьютерные системы, Интернет-ресурсы, библиотечные ресурсы учебного заведения и программное обеспечение предприятия

8. Формы промежуточной аттестации по итогам практики

Аттестация по итогам практики проводится в форме защиты практики: на основании дневника практики, отчета студента о прохождении практики и выполнении плана практики. Выставляется дифференцированный зачет.

Дифференцированный зачет проводится на основе контроля выполнения индивидуальных заданий путем наблюдения за деятельностью обучающегося в период прохождения практики, анализа документов, подтверждающих выполнение им всех заданий в соответствии с ПП, оценивая сформированность всех компетенций по данному виду практики, используя ФОС по практике.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Программа практики ВО (бакалавриат, специалитет, магистратура)		

11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

а) Список рекомендуемой литературы

Основная литература


1. Грачев, А. С. PR-служба компании [Электронный ресурс] : практическое пособие / А. С. Грачев, С. А. Грачева, Е. Г. Спирина. — 3-е изд. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 159 с. — 978-5-394-03568-5. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/87616.html>
2. Евстафьев, В. А. Организация и практика работы рекламного агентства : учебник для бакалавров / В. А. Евстафьев, А. В. Молин - Москва - Москва : Дашков и К, 2016. - 512 с. - ISBN 978-5-394-02549-5. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394025495.html>
3. Есикова, И. В. Подготовка и успешное проведение рекламных кампаний / И. В. Есикова. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 160 с. — ISBN 978-5-394-01653-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/75208.html>

Дополнительная литература

1. Шарков, Ф. И. Корпоративная имиджелогия : монография / Шарков Ф. И., Потапчук В. А., Давыдов Д. Г. - Москва : Академический Проект, 2020. - 176 с. - ISBN 978-5-8291-2930-9. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785829129309.html>
2. Абаев, А. Л. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник для бакалавров / Абаев А. Л., Алексунин В. А., Гуриева М. Т. - Москва : Дашков и К, 2019. - 433 с. (Серия "Учебные издания для бакалавров") - ISBN 978-5-394-03141-0. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394031410.html>
3. Нархов Д.Ю. Реклама. Управленческий аспект [Электронный ресурс] : учебное пособие / Д.Ю. Нархов, Е.Н. Нархова. — Электрон. текстовые данные. — Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2015. — 264 с. Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/68468.html>
4. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции [Электронный ресурс]: учебное пособие / Чумиков А.Н., Бочаров М.П., Самойленко С.А. - М.: Дело, 2016. Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785774911356.html>
5. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 514 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/432145>

Учебно-методическая литература

1. Гончарова Н. В. Организация практик бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» : методические указания / Н. В. Гончарова; УлГУ, Фак. культуры и искусства. - Ульяновск : УлГУ, 2019. - Загл. с экрана; Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 380 КБ). - Текст : электронный. - URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/8158>
2. Кузьмина Е. В. Работа с ПР-текстами : учебное пособие для студентов-бакалавров, обучающихся по направлению 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" / Е. В. Кузьмина; УлГУ, ФКИ. - Ульяновск : УлГУ, 2020. - Загл. с экрана. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 531 КБ). - Текст : электронный.- URL:<http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/5662>
3. Кремнева Н. Ю. Культура организации в системе коммуникационного менеджмента: социальная теория и управленческая практика : учебное пособие для студентов-

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Программа практики ВО (бакалавриат, специалитет, магистратура)		

10. Материально-техническое обеспечение практики

Компьютерная техника, видеосистемы, демонстрационный материал (в том числе – аудио-, видео- и изопродукция, компьютерные программы).

11. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ (ОВЗ) И ИНВАЛИДОВ

Обучающиеся с ОВЗ и инвалиды проходят практику совместно с другими обучающимися (в учебной группе) или индивидуально (по личному заявлению обучающегося).

Определение мест прохождения практики для обучающихся с ОВЗ и инвалидов осуществляется с учетом состояния здоровья и требований к их доступности для данной категории обучающихся. При определении мест и условий (с учётом нозологической группы и группы инвалидности обучающегося) прохождения учебной и производственной практик для данной категории лиц учитываются индивидуальные особенности обучающихся, а также рекомендации медико-социальной экспертизы, отраженные в индивидуальной программе реабилитации, относительно рекомендованных условий и видов труда.

При определении места практики для обучающихся с ОВЗ и инвалидов особое внимание уделяется безопасности труда и оснащению (оборудованию) рабочего места. Рабочие места на практику предоставляются профильной организацией в соответствии со следующими требованиями:


– для обучающихся с ОВЗ и инвалидов по зрению - слабовидящих: оснащение специального рабочего места общим и местным освещением, обеспечивающим беспрепятственное нахождение указанным лицом своего рабочего места и выполнение индивидуального задания; наличие видеоувеличителей, луп;

– для обучающихся с ОВЗ и инвалидов по зрению - слепых: оснащение специального рабочего места тифлотехническими ориентирами и устройствами, с возможностью использования крупного рельефно-контрастного шрифта и шрифта Брайля, акустическими навигационными средствами, обеспечивающими беспрепятственное нахождение указанным лицом своего рабочего места и выполнение индивидуального задания;

– для обучающихся с ОВЗ и инвалидов по слуху - слабослышащих: оснащение (оборудование) специального рабочего места звукоусиливающей аппаратурой, телефонами для слабослышащих;

– для обучающихся с ОВЗ и инвалидов по слуху - глухих: оснащение специального рабочего места визуальными индикаторами, преобразующими звуковые сигналы в световые, речевые сигналы в текстовую бегущую строку, для беспрепятственного нахождения указанным лицом своего рабочего места и выполнения индивидуального задания;

– для обучающихся с ОВЗ и инвалидов с нарушением функций опорно-двигательного аппарата: оборудование, обеспечивающее реализацию эргономических принципов (максимально удобное для инвалида расположение элементов, составляющих рабочее место); механизмы и устройства, позволяющие изменять высоту и наклон рабочей поверхности, положение сиденья рабочего стула по высоте и наклону, угол наклона

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Программа практики ВО (бакалавриат, специалитет, магистратура)		

спинки рабочего стула; оснащение специальным сиденьем, обеспечивающим компенсацию усилия при вставании, специальными приспособлениями для управления и обслуживания этого оборудования.

Условия организации и прохождения практики, подготовки отчетных материалов, проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по практике обеспечиваются в соответствии со следующими требованиями:

- Объем, темп, формы выполнения индивидуального задания на период практики устанавливаются индивидуально для каждого обучающегося указанных категорий. В зависимости от нозологии максимально снижаются противопоказанные (зрительные, звуковые, мышечные и др.) нагрузки.

- Учебные и учебно-методические материалы по практике представляются в различных формах так, чтобы обучающиеся с ОВЗ и инвалиды с нарушениями слуха получали информацию визуально (документация по практике печатается увеличенным шрифтом; предоставляются видеоматериалы и наглядные материалы по содержанию практики), с нарушениями зрения – аудиально (например, с использованием программ-синтезаторов речи) или с помощью тифлоинформационных устройств.


- Форма проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации для обучающихся с ОВЗ и инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно, при помощи компьютера, в форме тестирования и т.п.). При необходимости обучающемуся предоставляется дополнительное время для подготовки ответа и (или) защиты отчета.

В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий, организация работы ППС с обучающимися с ОВЗ и инвалидами предусматривается в электронной информационно-образовательной среде с учетом их индивидуальных психофизических особенностей



Разработчик




Доцент Гончарова Н.В.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Программа практики ВО (бакалавриат, специалитет, магистратура)		

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения или ссылка на прилагаемый текст изменения	ФИО заведующего кафедрой, реализующей дисциплину/выпускающей кафедрой	Подпись	Дата
1	Внесение изменений в п.п. а) Список рекомендованной литературы» п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» с оформлением приложения 1	Магомедов А.К.		15.06.21
2	Внесение изменений в п.п. в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» с оформлением приложения 2	Магомедов А.К.		15.06.21

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Программа практики ВО (бакалавриат, специалитет, магистратура)		

Приложение 1

11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

а) Список рекомендуемой литературы

Основная литература


1. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью: учебник для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 552 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14843-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/482662>
2. Шарков, Ф. И. Паблик рилейшнз (связи с общественностью): учебное пособие для вузов / Шарков Ф. И. - Москва : Академический Проект, 2020. - 304 с. ("Gaudemus") - ISBN 978-5-8291-2933-3. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785829129333.html>

Дополнительная литература

1. Грачев, А. С. PR-служба компании [Электронный ресурс] : практическое пособие / А. С. Грачев, С. А. Грачева, Е. Г. Спирина. — 3-е изд. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 159 с. — 978-5-394-03568-5. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/87616.html>
2. Есикова, И. В. Подготовка и успешное проведение рекламных кампаний / И. В. Есикова. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 160 с. — ISBN 978-5-394-01653-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/75208.html>
3. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 431 с. — (Высшее образование) — ISBN 978-5-534-14532-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/477847>
4. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 502 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468982>
5. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью. Практикум : учебное пособие для вузов / А. Н. Чумиков. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 173 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06706-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/474171>
6. Шарков, Ф. И. Корпоративная имиджология : монография / Шарков Ф. И. ; Поташчук В. А. ; Давыдов Д. Г. - Москва : Академический Проект, 2020. - 176 с. - ISBN 978-5-8291-2930-9. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785829129309.html>

Учебно-методическая литература

1. Гончарова Н. В. Организация практик бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»: методические указания / Н. В. Гончарова; УлГУ, Фак. культуры и искусства. - Ульяновск : УлГУ, 2019. - Загл. с экрана; Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 380 КБ). - Текст : электронный. - URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/8158>
2. Кузьмина Е. В. Работа с ПР-текстами : учебное пособие для студентов-бакалавров, обучающихся по направлению 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" / Е. В. Кузьмина; УлГУ, ФКИ. - Ульяновск : УлГУ, 2020. - Загл. с экрана. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 531 КБ). - Текст : электронный. - URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/5662>
3. Кремнева Н. Ю. Культура организации в системе коммуникационного


Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Программа практики ВО (бакалавриат, специалитет, магистратура)		

менеджмента: социальная теория и управленческая практика : учебное пособие для студентов-бакалавров, обучающихся по направлению 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" / Н. Ю. Кремнева; УлГУ, Фак. культуры и искусства. - Ульяновск : УлГУ, 2020. - Загл. с экрана. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 474 КБ). - Текст : электронный. - URL:<http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/5661>

Согласовано:

Гл. библиотекарь ООП/Шмакова И.А.  2021 г.

Профессиональные - Иллюстрации

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Программа практики ВО (бакалавриат, специалитет, магистратура)		

Приложение 2

б) Программное обеспечение:

- Операционная система Windows;
- Пакет офисных программ Microsoft Office.

в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. Электронно-библиотечные системы:

1.1. IPRbooks : электронно-библиотечная система : сайт / группа компаний Ай Пи Ар Медиа. - Саратов, [2021]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.2. ЮРАЙТ : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Электронное издательство ЮРАЙТ. - Москва, [2021]. - URL: <https://urait.ru>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.3. Консультант студента : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Политехресурс. - Москва, [2021]. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.4. Консультант врача : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Высшая школа организации и управления здравоохранением-Комплексный медицинский консалтинг. - Москва, [2021]. - URL: <https://www.rosmedlib.ru>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.5. Большая медицинская библиотечка : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Букар. - Томск, [2021]. - URL: <https://www.books-up.ru/ru/library/>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.6. Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС Лань. - Санкт-Петербург, [2021]. - URL: <https://e.lanbook.com>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.7. Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Знаниум. - Москва, [2021]. - URL: <http://znanium.com>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.8. Clinical Collection : коллекция для медицинских университетов, клиник, медицинских библиотек // EBSCOhost : [портал]. - URL: <http://web.b.ebscohost.com/ehost/search/advanced?vid=1&sid=9f57a3e1-1191-414b-8763-e97828f97e1%40sessionmgr102>. - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

1.9. Русский язык как иностранный : электронно-образовательный ресурс для иностранных студентов : сайт / ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа». - Саратов, [2021]. - URL: <https://ros-edu.ru>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

2. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: справочная правовая система. /ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва: КонсультантПлюс, [2021].

3. Базы данных периодических изданий:

3.1. База данных периодических изданий : электронные журналы / ООО ИВИС. - Москва, [2021]. - URL: <https://dlib.eastview.com/browse/udb/12>. - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

3.2. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО Научная Электронная Библиотека. - Москва, [2021]. - URL: <http://elibrary.ru>. - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

3.3. «Grebennikon» : электронная библиотека / ИД Гребеников. - Москва, [2021]. - URL: <https://id2.action-media.ru/Personal/Products>. - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

4. Национальная электронная библиотека : электронная библиотека : федеральная государственная информационная система : сайт / Министерство культуры РФ ; РГБ. - Москва, [2021]. - URL: <https://нэб.рф>. - Режим доступа: для пользователей научной библиотеки. - Текст : электронный.

5. SMART Imagebase // EBSCOhost : [портал]. - URL: <https://ebco.smartimagebase.com/?TOKEN=EBSCO-1a2ff8c55aa76d8229047223a7d6dc9c&custid=s6895741>. - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Изображение : электронные.

6. Федеральные информационно-образовательные порталы:

6.1. Единое окно доступа к образовательным ресурсам : федеральный портал / учредитель ФГАОУ ДПО ЦРГОП и ИТ. - URL: <http://window.edu.ru/>. - Текст : электронный.

6.2. Российское образование : федеральный портал / учредитель ФГАОУ ДПО ЦРГОП и ИТ. - URL: <http://www.edu.ru>. - Текст : электронный.

7. Образовательные ресурсы УлГУ:

7.1. Электронная библиотека УлГУ : модуль АБИС Мега-ПРО / ООО «Дата Экспресс». - URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>. - Режим доступа: для пользователей научной библиотеки. - Текст : электронный.

Согласовано:

Зам. Начальника УИТитТ / Ключкова А.В.  2021г.

Должность сотрудника УИТитТ

Ф.И.О

подпись

дата