

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Забайкальский государственный университет»

(ФГБОУ ВО «ЗабГУ»)

Историко-филологический факультет

Кафедра журналистики и связей с общественностью

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета Дроботушенко Е.В.



«22» июня 2021 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
(ПРЕДДИПЛОМНАЯ)**

**для направления подготовки 42.03.01 - «Реклама и связи с общественностью»
направленность «Реклама и связи с общественностью в государственных и бизнес-
структурах»**

составлена в соответствии с ФГОС ВО, утвержденным приказом Министерства образования
и науки Российской Федерации от
8 июня 2017 г. приказ № 512

1. Цель и задачи производственной практики (преддипломной)

Цель: формирование способностей квалифицированно провести самостоятельное авторское научное исследование, осуществлять всесторонний анализ современной практики СМИ, специфики деятельности структур по СО и рекламе.

Задачами производственной практики (преддипломной) являются:

- 1) приобретение студентами опыта в исследовании актуальной научной проблемы в области рекламы в системе бизнес-коммуникаций, а также подбор необходимых материалов для выполнения выпускной квалификационной работы;
- 2) освоение ключевых этапов научно-исследовательской деятельности;
- 3) формирование способностей к эффективной работе в составе научно-исследовательского коллектива;
- 4) освоение новых исследовательских методов и технологий, способности к инновационному мышлению;
- 5) проведение библиографической работы с привлечением современных информационных и коммуникационных технологий по теме исследования;
- 6) овладения методами научного медиаисследования, в том числе методами статистической обработки данных;
- 7) оформление содержания научно-исследовательской работы в текст ВКР;
- 8) публикация научных материалов и медиатекстов по теме выпускной квалификационной работы.

2. Место производственной практики (преддипломной) в структуре образовательной программы

Преддипломная практика относится к модулю Б 2. Практики. В структуре данной образовательной программы преддипломная практика опирается на базовые знания дисциплин Политология, Теория и практика массовой и межличностной коммуникации, Организация работы отделов рекламы и связи с общественностью, Современная пресс-служба, Деятельность пресс-центра, Коммуникационный менеджмент, Маркетинговые исследования и ситуационный анализ, Теория и практика связей с общественностью, Теория и практика создания имиджа, Коммуникативные основы брендинга.

Практика предназначена для закрепления знаний, умений и навыков, полученных при изучении следующих разделов образовательной программы:

№ п/п	Наименование компетенции	Предшествующие разделы, дисциплины ОПОП	Последующие разделы, дисциплины ОПОП
1	УК-1	Философия; История; экономическая теория; Информатика и информационные технологии; Социология; Информационные технологии в прикладных коммуникациях	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена; Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
2	ОПК-1	Русский язык и культура речи; Иностранный язык;	Язык современного медиатекста; Практическая

		Современный русский язык; Стилистика и литературное редактирование медиатекста; Теория и практика рекламы; Теория и практика связей с общественностью; PR-текст в системе публичных коммуникации; Креативные технологии в связях с общественностью и брендинге; Учебная практика (профессионально-ознакомительная)	стилистика; Производственная практика (профессионально-творческая); Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена; Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
3	ОПК-2	Политология, Теория и практика массовой и межличностной коммуникации, Организация работы отделов рекламы и связи с общественностью, Современная пресс-служба Деятельность пресс-центра	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена; Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
4	ОПК-6	Теория и практика рекламы; Информатика и информационные технологии; Техника и технологии СМИ; Информационные технологии в прикладных коммуникациях	Производственная практика (профессионально-творческая); Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена; Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
5	ПК-2	Техника и технологии СМИ; Информационные технологии в прикладных коммуникациях; PR-текст в системе публичных коммуникации Учебная практика (профессионально-ознакомительная)	Производственная практика (профессионально-творческая); Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена; Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
6	ПК-3	Информационные технологии в прикладных коммуникациях; Современная пресс-служба; Деятельность пресс-центра	Организация и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий; Производственная практика (профессионально-творческая); Подготовка к сдаче и сдача

			государственного экзамена; Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
7	ПК-5	Экономика и менеджмент СМИ, Организация работы отделов рекламы и связи с общественностью, Современная пресс-служба Деятельность пресс-центра	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена; Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
8	ПК-6	Коммуникационный менеджмент, Маркетинговые исследования и ситуационный анализ, Теория и практика связей с общественностью, Теория и практика создания имиджа, Коммуникативные основы брендинга	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена; Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

3. Способы, формы и места проведения практики

Производственная практика (преддипломная) проводится на базе кафедры журналистика и связи с общественностью ЗабГУ. Для проведения эмпирического и проектного исследования студенты, по личному заявлению, могут быть направлены в городские и региональные СМИ, в структуры по связям с общественностью и рекламе Забайкальского края. Преддипломная практика проводится в соответствии с программой практики бакалавров и индивидуальной программой практики, составленной студентом совместно с научным руководителем.

Выбор мест прохождения практик для студентов-инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учётом требований их доступности для данной категории обучающихся. В случае необходимости учитываются рекомендации медико-социальной экспертизы, отражённые в индивидуальной программе реабилитации.

Способ проведения практики – стационарная, выездная.

Форма проведения практики – дискретная.

Руководство преддипломной практикой по программе специализированной подготовки бакалавров осуществляет научный руководитель студента по согласованию с руководителем соответствующей программы подготовки.

Сроки прохождения практики определяются учебным планом.

4. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении производственной практики (преддипломной), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс прохождения практики направлен на формирование следующих компетенций:

Процесс прохождения практики направлен на формирование следующих компетенций:

Планируемые результаты освоения образовательной программы		Планируемые результаты прохождения практики
Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции, формируемые в рамках практики	Дескрипторы: знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Выбирает источники информации, адекватные поставленным задачам и соответствующие научному мировоззрению.	Знать: источники информации, адекватные поставленным задачам и соответствующие научному мировоззрению.
	УК-1.2. Демонстрирует умение осуществлять поиск информации для решения поставленных задач в рамках научного мировоззрения.	Уметь: осуществлять поиск информации для решения поставленных задач в рамках научного мировоззрения; рассматривать различные точки зрения на поставленную задачу в рамках научного мировоззрения.
	УК-1.3. Демонстрирует умение рассматривать различные точки зрения на поставленную задачу в рамках научного мировоззрения.	Уметь: рассматривать различные точки зрения на поставленную задачу в рамках научного мировоззрения.
	УК-1.4. Выявляет степень доказательности различных точек зрения на поставленную задачу в рамках научного мировоззрения.	Владеть: способами выявления доказательности различных точек зрения на поставленную задачу в рамках научного мировоззрения.
ОПК-1. 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	ОПК – 1.1. (общий по УГСН) Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ	Знать: отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ Уметь: Выявлять отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных

		<p>медиа сегментов и платформ Владеть: отличительными особенностями медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиа сегментов и платформ</p>
	<p>ОПК – 1. 2. (по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью») Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p>	<p>Знать: Специфику подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов. Уметь: Осуществлять подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем Владеть: Навыками подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p>
<p>ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродукта, и (или) коммуникационных продуктах</p>	<p>ОПК – 2.1. (общий по УГСН) Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития</p>	<p>Знать: систему общественных и государственных институтов Уметь: определять механизмы функционирования общественных и государственных институтов Владеть: навыками анализа и прогнозирования тенденций</p>

		развития общественных и государственных институтов
	ОПК – 2.2. (по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью») Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) коммуникационных продуктов.	Знать: основные тенденции развития общественных и государственных институтов Уметь: создавать ПР-тексты и рекламу, учитывая актуальные тенденции развития общественных и государственных институтов Владеть: навыками создания актуальных ПР-тексты и рекламы и других коммуникационных продуктов.
ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК – 6.1. (общий по УГСН) Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение	Знать: необходимое техническое оборудование и программное обеспечение для осуществления профессиональной деятельности Уметь: отбирать для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение Владеть: технологиями осуществления профессиональной деятельности с использованием необходимого технического оборудования и программного обеспечения
	ОПК-6.2. (по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью») Адаптирует возможности новых стационарных и мобильных цифровых устройств к профессиональной деятельности специалиста по рекламе и связях с	Знать: современные стационарные и мобильные цифровые устройства на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов Уметь: эксплуатировать современные стационарные

	общественностью	и мобильные цифровые устройства на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов Владеть: технологиями эксплуатации современных стационарных и мобильных цифровых устройств на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
ПК-2. Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	ПК-2.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в офлайн и онлайн среде.	Знать: технологии медиарилейшнз и медиапланирования в офлайн и онлайн среде в контексте реализации коммуникационного продукта Уметь: использовать основные технологии медиарилейшнз и медиапланирования в офлайн и онлайн среде; Владеть: современными техническими средствами и основными технологиями цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта
	ПК-2.2. При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в офлайн и онлайн среде.	Знать: технологии копирайтинга в офлайн и онлайн среде в контексте реализации коммуникационного продукта Уметь: использовать

		<p>основные технологии копирайтинга в офлайн и онлайн среде; Владеть: современными техническими средствами и основными технологиями цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта</p>
	<p>ПК-2.3. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами.</p>	<p>Знать: особенности применения технологий организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами. Уметь: использовать технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами. Владеть: технологиями организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами.</p>
	<p>ПК – 2.4. Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций</p>	<p>Знать: особенности формирования корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций. Уметь: участвовать в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций Владеть: инструментарием формирования корпоративной культуры организации с помощью</p>

		основных инструментов внутренних коммуникаций
	ПК – 2.5. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	<p>Знать: современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта.</p> <p>Уметь: использовать современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта.</p> <p>Владеть: технологиями цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта</p>
ПК-3. Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-3.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	Знать: типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью
	ПК-3.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или)	Уметь: готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или)

	<p>связей с общественностью</p> <p>ПК-3.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта.</p>	<p>связей с общественностью</p> <p>Владеть: технологиями разработки, реализации и использования результатов рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта.</p>
<p>ПК-5. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p>	<p>ПК -5.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий и рамках реализации коммуникационной стратегии</p>	<p>Знать: особенности реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий, функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе</p> <p>Уметь: реализовать существующий коммуникационный проект по рекламе и связям с общественностью или по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.</p> <p>Владеть: технологиями реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p>

	<p>ПК – 5.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p>	<p>Знать: особенности внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры. Уметь: участвовать в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры Владеть: навыками планирования и организации мероприятий корпоративного и внешнего ПР</p>
<p>ПК-6 Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта</p>	<p>ПК-6.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта</p>	<p>Знать: основные маркетинговые инструменты и принципы создания мониторинга обратной связи Уметь: использовать основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта Владеть: основными маркетинговыми инструментами при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта</p>

	<p>ПК – 6.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта</p>	<p>Знать: основные маркетинговые инструменты, направленные на разработку и реализацию коммуникационного продукта. Уметь: Принимать участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта. Владеть: технологиями выполнения маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта</p>
	<p>ПК – 6.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами</p>	<p>Знать: основные технологии маркетинговых коммуникаций, особенности мониторинга обратной связи с разными целевыми группами. Уметь: осуществлять мониторинг обратной связи с разными целевыми группами. Владеть: навыками планирования производства и (или) реализации коммуникационного продукта, выполнения маркетинговых исследований, осуществления мониторинга</p>

5. Объем и содержание производственной практики (преддипломной)

Сроки проведения преддипломной практики бакалавров – 8/9 семестр.

Общая трудоемкость практики составляет 6 зачётных единиц, 216 часов.

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды учебной деятельности на практике, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоёмкость	Код формируемой компетенции
-------	--------------------------	--	-----------------------------

1.	Подготовительный этап	Инструктаж по организации и проведению преддипломной практики (8 ч.)	УК-1; ОПК-6; ПК-2; ПК-3
2.	Этап сбора информации	Пополнение библиографии: научной и методической литературой; Пополнение алфавитной и тематической картотеки по теме исследования (40 ч.)	УК-1; ОПК-6; ПК-2; ПК-3
3.	Корректировочный этап	Отбор библиографических источников по теме исследования и включения в выпускную квалификационную работу; Сбор эмпирического материала для второй (прикладной/ проектной) части исследования. Корректировка текста глав выпускной квалификационной работы, выводов по главам (54 ч.)	УК-1; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-6; ПК-2; ПК-3; ПК-5; ПК-6
4.	Конструкторский этап	Работа в СМИ по теме научного исследования. Публикация в СМИ материалов по теме ВКР. Формулирование научной новизны, теоретической и практической значимости исследования; Написание научного доклада (слова для защиты) по материалам исследования; Написание Введения и Заключения выпускной квалификационной работы; Пополнение библиографического списка (54 ч.)	УК-1; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-6; ПК-2; ПК-3; ПК-5; ПК-6
5.	Этап обработки и анализа полученной информации	Описание проведенного творческого/проектного исследования; Анализ полученных теоретических и эмпирических материалов на предмет помещения их в основной текст или в Приложения (40 ч.)	УК-1; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-6; ПК-2; ПК-3; ПК-5; ПК-6
6.	Этап подготовки отчета по научно-исследовательской работе	Подготовка аналитического отчета о проделанной исследовательской работе в период прохождения преддипломной практики; Анализ своей научно-исследовательской деятельности, рефлексивный анализ ее процесса и промежуточных результатов; Представление, оформленного в соответствии с требованиями, электронного варианта ВКР, электронной презентации, научного доклада (слова для защиты) (20 ч.)	УК-1; ОПК-6; ПК-2; ПК-3

6. Формы отчетности по практике

- дневник практики, в котором отражен алгоритм деятельности обучающегося в период практики (Приложение 1).

- отчет по практике, который является документом обучающегося, отражающим выполненную им работу во время практики, полученные им организационные и технические навыки и знания. Требования по оформлению отчёта по преддипломной практике представлены в МИ 4.2-5_47-01-2013 «Общие требования к построению и оформлению учебной текстовой документации», в Приложении 2 представлен пример оформления титульного листа и структуры отчёта по преддипломной практики;

- электронный формат чернового варианта ВКР, оформленный в соответствии с правилами;

- текст научного доклада (слова для защиты);

- электронная презентация научного доклада.

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по практике

Промежуточная аттестация по преддипломной практике проводится в виде дифференцированного зачёта.

Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по преддипломной практике разработан в соответствии с Положением о формировании фондов оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной и государственной итоговой аттестации и представлен в Приложении к программе преддипломной практики.

Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

8.1. Основная литература

8.1.1. Печатные издания

1. Безуглов И.Г. Основы научного исследования. – М.: Академический проект, 2008.
2. Данилина, В.В. Связи с общественностью. Составление документов: Теория и практика: Учеб. пособие для студентов вузов. [Электронный ресурс]: учеб. пособие / В.В. Данилина, Л.В. Минаева, Л.К. Салиева. – М.: Аспект Пресс, 2007.
3. Кукушкина В. В. Организация научно-исследовательской работы студентов (магистров) : учеб. пособие. Москва: ИНФРА-М, 2012. - 265 с

8.2.2. Издания из ЭБС

1. Основы медиабизнеса: Учебник для студентов вузов. [Электронный ресурс] : учеб. — Электрон. дан. — М. : Аспект Пресс, 2014. — 400 с.
2. Жильцова О. Н. Рекламная деятельность: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — М. : Издательство Юрайт, 2017.

8.2. Дополнительная литература

8.2.1. Печатные издания

1. Новожилов Э.Д. Научное исследование (логика, методология, эксперимент). – М.: ФИЗМАТЛИТ, 2005.
2. Чумиков, Александр Николаевич. Связи с общественностью: теория и практика : учеб. пособие для вузов / Чумиков Александр Николаевич. - 5-е изд., перераб. и доп. - Москва : Дело, 2008. - 560с. - (Классический университетский учебник). - ISBN 978-5-7749-0515-7 : 313-00.

8.2.2. Издания из ЭБС

1. Селезнева Л. В. Подготовка рекламного и PR-текста: учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. [Электронный ресурс] — М.: Издательство Юрайт, 2017.
2. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью: учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. М.: Издательство Юрайт, 2017.
3. Связи с общественностью: учебное пособие для вузов // Ф.С. Эркенова и др. М.: Аспект Пресс, 2013.

8.3. Ресурсы сети Интернет

Национальная ассоциация исследователей массмедиа // URL: <http://nammi.ru/>

Журнал «Журналистика и медиарынок» // URL: <http://www.jourmedia.ru/>

Российская ассоциация по связям с общественностью // URL: <https://www.raso.ru/>

Работа и профессиональная карьера в медиа, digital и рекламе // URL: <https://mediajobs.ru/>

Союз журналистов России // URL: <https://ruj.ru/>

9.1. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

Каждому студенту предоставляется возможность индивидуального дистанционного доступа из любой точки, в которой имеется Интернет, к информационно-справочным и поисковым системам, электронно-библиотечным системам, с которыми у вуза заключен договор (ЭБС «Троицкий мост»; ЭБС «Лань»; ЭБС «Юрайт»; ЭБС «Консультант студента»; «Электронно-библиотечная система eLibrary»).

№ п/п	Название сайта	Электронный адрес
1	Сайт Министерства образования РФ	http://mon.gov.ru/structure/minister/
2	Федеральный портал «Российское образование»	http://edu.ru
3	Сайт журнала «Вестник образования России»	http:// wise-gatar.org
4	Национальная электронная библиотека	https://xn--90ax2c.xn--p1ai/
5	Российская национальная библиотека	http://www.nlr.ru/
6	Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина	https://www.prlib.ru/
7	Государственная научная педагогическая библиотека им. Ушинского	http://www.gnpbu.ru/
8	Библиотека Российской Академии наук	http://www.rasl.ru/
9	Электронная библиотека учебников	http://studentam.net/
10	Электронная библиотека института ЮНЕСКО по информационным технологиям в образовании (ИИТО)	http:// windows.edu.ru
11	Мир словарей. Коллекция словарей и энциклопедий	http://sinncom.ru
12	Рубрикон – энциклопедический портал.	http://eidos.ru/journal/
13	Словарь рекламных терминов и понятий	http://hr-portal.ru/article/slovar-terminov-po-reklame-marketingu-i-pr http://grif-reklama.ru/about/dictionary
14	Электронная научная библиотека: реклама и связи с общественностью	http://apso.susu.ru/

9. Перечень программного обеспечения

Программное обеспечение общего назначения: Microsoft Windows, Microsoft Office.

ABBY FineReader (договор № 223-799 от 30.12.2014 (срок действия - бессрочно)

ESET NOD32 Smart Security Business Edition (договор № 223-1/19-3К от 24.09.2019 г. (срок действия - октябрь 2022г.)

Foxit Reader (право использования программного обеспечения предоставляется бесплатно согласно политике компании-разработчика (<https://www.foxitsoftware.com/ru/pdf-reader/eula.html>) (срок действия - право использования программного обеспечения действует до изменения политики правообладателя)

MS Office Standart 2013 (договор № 223-798 от 30.12.2014 (срок действия - бессрочно) Договор № 223-799 от 30.12.2014 (срок действия - бессрочно)

АИБС "МегаПро" (договор №13215/223П/15-569 от 18.12.2015 (срок действия - бессрочно)

MS Windows 7 (договор № 223П/18-1 от 13.02.2018 (срок действия - бессрочно)

Adobe Audition (договор № 223-801 от 30.12.2014 (срок действия - бессрочно)

Adobe Flash (договор № 223-802 от 30.12.2014 (срок действия - бессрочно), Договор № 223-803 от 30.12.2014 (срок действия - бессрочно)

Adobe In Design (договор № 223-807 от 30.12.2014 (срок действия - бессрочно)

Adobe Lightroom (договор № 223-806 от 30.12.2014 (срок действия - бессрочно)

Adobe Photoshop (договор № 223-800 от 30.12.2014 (срок действия - бессрочно) Договор № 223-801 от 30.12.2014 (срок действия - бессрочно)

Corel Draw (договор № 223-803 от 30.12.2014 (срок действия - бессрочно) Договор № 223-807 от 30.12.2014 (срок действия - бессрочно)

Gimp 2 (право использования программного обеспечения предоставляется по GPL лицензии (<https://www.gimp.org/>) (срок действия - право использования программного обеспечения действует до изменения политики правообладателя).

10. Материально-техническое обеспечение практики

Практика проходит на базе кафедры журналистики и связей с общественностью, а также структур по связям с общественностью, рекламе и СМИ г. Читы и Забайкальского края согласно договорам. Материально-техническое оснащение практики определяется местом ее прохождения и поставленными руководителем практики конкретными заданиями.

Наименование помещений для проведения учебных занятий и для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
Учебные аудитории для промежуточной аттестации	Состав оборудования и технических средств обучения указан в паспорте аудитории, закрепленной расписанием по факультету
Учебные аудитории для проведения групповых и индивидуальных консультаций	Состав оборудования и технических средств обучения указан в паспорте аудитории, закрепленной расписанием по кафедре
Учебные аудитории для текущей аттестации	
Помещение для самостоятельной работы	

Наименование помещений для проведения учебных занятий и для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
Практика проходит на базе следующих	Материально-техническое оснащение практики

<p>организаций г. Читы согласно заключенным договорам:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. АО «Издательский дом «Читинское обозрение» 2. ООО «Мега ТВ» (Деятельность в области телевизионного вещания, ЗАБ.ТВ) 3. ГАУ «Редакция краевой общественно-политической газеты «Забайкальский рабочий» 4. ООО «Издательский дом «Азия-пресс» 5. Министерство образования и науки Забайкальского края (ивсе подведомственные учреждения) 6. ООО «Второй том» (Редакция сетевого издания «Московский комсомолец в Чите») 7. Администрация Губернатора Забайкальского края 8. ООО «Страницы» («Аргументы и факты - Забайкалье») 9. МУП «Медиа-Центр «Слава труду» МР «Город Краснокаменск и Краснокаменский район» 10. Министерство культуры Забайкальского края (и все подведомственные учреждения) 11. ООО «Редакционно-издательский комплекс «Земля» 12. ООО «Пропаганда» (Деятельность рекламных агентств, Мигарада) 13. ООО «Алюком» 14. ФГУП ВГТРК «ГТРК «Чита» 15. Комитет физической культуры и спорта администрации городского округа «Город Чита» 16. Администрация городского округа «Город Чита» 17. Дирекция социальной сферы Забайкальской железной дороги – филиала ОАО «РЖД» 18. Министерство ЖКХ Забайкальского края 19. ООО «Медиасервис» (Деятельность рекламных агентств) 20. Государственное автономное учреждение культуры «Забайкальская государственная кинокомпания» 21. ПАО «Россети Сибирь» (и все подведомственные учреждения) 22. МУП «Медиа-Центр «Слава труду» МР «Город Краснокаменск и Краснокаменский район» 23. Комитет физической культуры и спорта администрации городского округа «Город Чита» 24. ООО «Медиасервис» 25. ГАУК «Забайкальская краевая филармония им. О.Л. Лундстрема» 26. Администрация муниципального района «Акшинский район» 27. Государственное автономное учреждение культуры «Забайкальская государственная кинокомпания» (РТК) 28. Управление Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека по Забайкальскому краю 	<p>определяется местом ее прохождения и поставленными руководителем практики конкретными заданиями</p>
---	--

<p>(Управление Роспотребнадзора по Забайкальскому краю)</p> <p>29. Администрация муниципального района «Могойтуйский район» Забайкальского края</p> <p>30. Администрация муниципального района «Улётовский район»</p> <p>31. Администрация муниципального района «Карымский район» Забайкальского края</p> <p>32. АО «Глория Джинс»</p> <p>33. АО «Читаэнергосбыт»</p> <p>34. Борзинский линейный отдел МВД России на транспорте</p> <p>35. ООО «Мобайл-Логистик»</p> <p>36. ООО «Адидас»</p> <p>37. ООО Частное огнезащитное предприятие «Коршун»</p> <p>38. ООО «Джета»</p> <p>39. Администрация муниципального района «Борзинский район» Забайкальского края</p> <p>40. Администрация муниципального района «Могочинский район» Забайкальского края</p> <p>41. Администрация муниципального района «Балейский район» Забайкальского края Администрация Приаргунского муниципального округа Забайкальского края</p>	
---	--

11. Методические рекомендации для обучающихся по прохождению практики

В самостоятельной работе студенты руководствуются консультациями научного руководителя, спланированным содержанием преддипломной практики, которое достигается поэтапно в соответствии с запланированными видами работы.

В ходе прохождения преддипломной практики студенты совместно с научным руководителем обсуждают результаты проведенного исследования, изучают требования по оформлению выпускной квалификационной работы, изучают ГОСТ для оформления списка использованной литературы, определяют возможности использования программных продуктов, относящиеся к профессиональной сфере; анализируют возможности внедрения полученных результатов в практику работы структур по связям с общественностью и рекламы.

Специфика работы в качестве специалиста по связям с общественностью и копирайтера обусловлена выбранной темой выпускной квалификационной работы.

Сбор библиографии, ее обработка, анализ и систематизация результатов теоретического и проектного научного исследования осуществляются путём применения общенаучных методов и приёмов научного исследования, общедидактических и частнометодических методов и приёмов, обусловленных спецификой темы исследования.

Формой представления результатов преддипломной практики являются индивидуальный отчёт студента о проделанной научно-исследовательской и практической работе, электронный формат чернового варианта текста ВКР, оформленный в соответствии с правилами; текст научного доклада (слова для защиты); электронная презентация научного доклада.

Разработчик:

Д.ф.н., зав. кафедрой журналистики

и связей с общественностью



И.В. Ерофеева

Программа рассмотрена на заседании кафедры журналистики и связей с общественностью:
протокол от «22» июня 2021 г. № 11.

Зав. кафедрой


(подпись, ФИО)

Ерофеева И.В.

Приложение 1

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

для проведения текущей и промежуточной аттестации

по производственной практике (преддипломная)

**для направления подготовки 42.03.01 - «Реклама и связи с общественностью»
направленность «Реклама и связи с общественностью в государственных и бизнес-
структурах»**

1. Описание показателей (дескрипторов) и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Контроль качества освоения практики включает в себя *текущий контроль успеваемости* и промежуточную аттестацию. *Текущий контроль успеваемости* и промежуточная аттестация обучающихся проводятся в целях установления соответствия достижений обучающихся поэтапным требованиям образовательной программы к результатам обучения и формирования компетенций.

Компетенции	Показатели (дескрипторы)	Критерии в соответствии с уровнем освоения ОП			Оценочное средство (промежуточная аттестация)
		пороговый (удовлетворительно) 55-69 баллов	стандартный (хорошо) 70-84 балла	эталонный (отлично) 85-100 баллов	
УК-1	Знать	Знать отдельные источники информации, адекватные поставленным задачам и соответствующие научному мировоззрению.	Знать основные источники информации, адекватные поставленным задачам и соответствующие научному мировоззрению.	Знать источники информации, адекватные поставленным задачам и соответствующие научному мировоззрению.	Практическое задание
	Уметь	Уметь осуществлять поиск информации для решения поставленных задач в рамках научного мировоззрения	Уметь осуществлять поиск информации для решения поставленных задач в рамках научного мировоззрения; рассматривать основные точки зрения на поставленную задачу	Уметь осуществлять поиск информации для решения поставленных задач в рамках научного мировоззрения; рассматривать широкий спектр точек зрения на поставленную задачу в рамках научного мировоззрения.	Практическое задание
	Владеть	Частично владеть несколькими способами выявления доказательности различных точек зрения на поставленную задачу	Владеть основными способами выявления доказательности различных точек зрения на поставленную задачу в рамках научного мировоззрения.	Владеть разнообразными способами выявления доказательности различных точек зрения на поставленную задачу в рамках научного мировоззрения.	Отчет по практике

ОПК-1.1	Знать	Знать отдельные отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	Знать отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	Знать отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ	Практическое задание
	Уметь	Уметь выявлять отдельные отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	Уметь выявлять отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	Уметь выявлять отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ	Практическое задание
	Владеть	Владеть отдельными отличительными особенностями медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	Владеть отличительными особенностями медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	Владеть отличительными особенностями медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ	Отчет по практике
ОПК-1.2.	Знать	Знать специфику подготовки отдельных текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Знать специфику подготовки разных текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Знать специфику подготовки разных текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов.	Практическое задание
	Уметь	Уметь осуществлять подготовку отдельных текстов рекламы и связей с общественностью и (или) продуктов	Уметь осуществлять подготовку разных текстов рекламы и связей с общественностью и (или) продуктов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	Уметь осуществлять подготовку разных текстов рекламы и связей с общественностью и (или) продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	Практическое задание

	Владеть		Владеть навыками подготовки разных текстов рекламы и связей с общественностью и (или) продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	Владеть навыками подготовки актуальных и востребованных текстов рекламы и связей с общественностью и (или) продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	Отчет по практике
ОПК-2.1	Знать	Иметь представление и системе общественных и государственных институтов	Частично знать систему общественных и государственных институтов	Знать систему общественных и государственных институтов	Практическое задание
	Уметь	С поддержкой преподавателя уметь определять механизмы функционирования общественных и государственных институтов	Уметь определять отдельные механизмы функционирования общественных и государственных институтов	На основе собственного опыта уметь определять отдельные механизмы функционирования общественных и государственных институтов	Практическое задание
	Владеть	Частично владеть навыками анализа общественных и государственных институтов	Владеть отдельными навыками анализа и прогнозирования тенденций развития общественных и государственных институтов	На основе собственного опыта практической работы владеть отдельными навыками анализа и прогнозирования тенденций развития общественных и государственных институтов	Отчет по практике
ОПК-2.2.	Знать	Иметь представление о тенденциях развития общественных и государственных институтов	Частично знать тенденции развития общественных и государственных институтов	Знать основные тенденции развития общественных и государственных институтов	Практическое задание

	Уметь	С помощью поддержки со стороны практика уметь создавать ПР-тексты и рекламу	Уметь создавать отдельные ПР-тексты и рекламу, учитывая актуальные тенденции развития общественных и государственных институтов	На основе собственного опыта практической работы уметь создавать отдельные ПР-тексты и рекламу, учитывая актуальные тенденции развития общественных и государственных институтов	Практическое задание
	Владеть	Владеть отдельными навыками создания ПР-текстов и рекламы	Владеть навыками создания актуальных ПР-тексты и рекламы и других коммуникационных продуктов.	На основе собственного опыта практической работы владеть навыками создания актуальных ПР-тексты и рекламы и других коммуникационных продуктов.	Отчет по практике
ОПК-6.1.	Знать	Частично знать необходимое в профессиональной деятельности техническое оборудование	Знать необходимое техническое оборудование и программное обеспечение для осуществления профессиональной деятельности	В совершенстве знать необходимое техническое оборудование и программное обеспечение для осуществления профессиональной деятельности	Практическое задание
	Уметь	Уметь отбирать для осуществления профессиональной деятельности некоторые виды технического оборудования	Уметь отбирать для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение	На основе собственного опыта практической работы уметь отбирать для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение	Практическое задание

ОПК-6.2.	Владеть	Владеть отдельными технологиями осуществления профессиональной деятельности с использованием необходимого технического оборудования	Владеть технологиями осуществления профессиональной деятельности с использованием необходимого технического оборудования и программного обеспечения	На основе собственного опыта практической работы владеть технологиями осуществления профессиональной деятельности с использованием необходимого технического оборудования и программного обеспечения	Отчет по практике
	Знать	Знать некоторые современные стационарные и мобильные цифровые устройства для создания текстов рекламы и связей с общественностью	Знать основные современные стационарные и мобильные цифровые устройства на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Знать широкий спектр современных стационарных и мобильных цифровых устройств на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Практическое задание
	Уметь	С поддержкой практика уметь эксплуатировать отдельные стационарные и мобильные цифровые устройства в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью	Уметь эксплуатировать отдельные современные стационарные и мобильные цифровые устройства на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Уметь эксплуатировать широкий перечень современных стационарных и мобильных цифровых устройств на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Практическое задание

	Владеть	С поддержкой практика владеть технологиями эксплуатации отдельных современных стационарных и мобильных цифровых устройств в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью	Владеть отдельными технологиями эксплуатации современных стационарных и мобильных цифровых устройств на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Владеть разнообразными технологиями эксплуатации современных стационарных и мобильных цифровых устройств на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Отчет по практике
ПК-2	Знать	Частично знать несколько технологий медиарилейшнз и медиапланирования в офлайн и онлайн среде в контексте реализации коммуникационного продукта	Знать основные технологии медиарилейшнз и медиапланирования в офлайн и онлайн среде в контексте реализации коммуникационного продукта	Знать разнообразные технологии медиарилейшнз и медиапланирования в офлайн и онлайн среде в контексте реализации коммуникационного продукта	Практическое задание
	Уметь	Уметь использовать несколько технологий копирайтинга в офлайн и онлайн среде; применять отдельные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами	Уметь использовать основные технологии копирайтинга в офлайн и онлайн среде; применять основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами; участвовать в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций	Уметь использовать разнообразные технологии копирайтинга в офлайн и онлайн среде; применять основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами; участвовать в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций	Практическое задание

	Владеть	С помощью поддержки со стороны практика владеть отдельными современными техническими средствами и некоторыми технологиями цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью	Владеть основными современными техническими средствами и основными технологиями цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	На основе собственного опыта практической работы владеть современными техническими средствами и основными технологиями цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	Отчет по практике
ПК-3	Знать	Знать отдельные алгоритмы реализации проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	Знать типовые алгоритмы реализации проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	Знать разнообразные алгоритмы реализации проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	Практическое задание
	Уметь	С поддержкой практика или преподавателя уметь готовить отдельные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	Уметь готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	На основе собственного опыта практической работы уметь готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	Практическое задание
	Владеть	С помощью поддержки со стороны практика или преподавателя владеть отдельными технологиями разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	Владеть основными технологиями разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	Ориентируясь на собственный практический опыт, владеть разными технологиями разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	Отчет по практике

ПК-5	Знать	Частично знать функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе	Знать основной функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе	Ориентируясь на собственный практический опыт, глубоко знать функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе	Практическое задание
	Уметь	С помощью поддержки со стороны практики или преподавателя владеть отдельными навыками планирования и организации мероприятий корпоративного и внешнего ПР	Владеть отдельными навыками планирования и организации мероприятий корпоративного и внешнего ПР	Владеть разными навыками планирования и организации мероприятий корпоративного и внешнего ПР	Практическое задание
	Владеть	С помощью поддержки со стороны практики или преподавателя уметь реализовать существующий коммуникационный проект по рекламе и связям с общественностью	Уметь реализовать существующий коммуникационный проект по рекламе и связям с общественностью или по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	Ориентируясь на собственный практический опыт, уметь реализовать существующий коммуникационный проект по рекламе и связям с общественностью или по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	Отчет по практике
ПК-6	Знать	Частично знать основные маркетинговые инструменты создания мониторинга обратной связи	Знать основные маркетинговые инструменты и принципы создания мониторинга обратной связи	Знать разные маркетинговые инструменты и принципы создания мониторинга обратной связи	Практическое задание
	Уметь	Уметь частично планировать производство и (или) реализацию коммуникационного продукта	Уметь планировать производство и (или) реализацию коммуникационного продукта, работать с разными целевыми группами	Ориентируясь на собственный практический опыт, уметь планировать производство и (или) реализацию коммуникационного продукта, работать с разными целевыми группами	Практическое задание

	Владеть	С помощью поддержки со стороны владеть способностью планирования производства и (или) реализации коммуникационного продукта	Владеть отдельными навыками планирования производства и (или) реализации коммуникационного продукта, выполнения отдельных маркетинговых исследований, осуществления мониторинга	Владеть разными навыками планирования производства и (или) реализации коммуникационного продукта, выполнения комплексных маркетинговых исследований, осуществления мониторинга	Отчет по практике
--	---------	---	---	--	-------------------

2. Описание критериев и шкал оценивания результатов обучения по практике

2.1. Критерии и шкалы оценивания результатов обучения при проведении текущего контроля успеваемости.

Текущий контроль предназначен для проверки хода и качества формирования компетенций, стимулирования учебной работы обучаемых и совершенствования методики освоения новых знаний. Он обеспечивается проведением консультаций, проверкой выполнения заданий на каждом этапе практики. Контролируемые разделы практики, компетенции и оценочные средства представлены в таблице.

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Код контролируемой компетенции и/или индикаторы компетенции	Наименование оценочного средства
1.	Подготовительный этап	УК-1; ОПК-6; ПК-2; ПК-3	Практические задания, в том числе Кейс-задача
2.	Этап сбора информации	УК-1; ОПК-6; ПК-2; ПК-3	Библиография по теме исследования Практическое задание
3.	Корректировочный этап	УК-1; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-6; ПК-2; ПК-3; ПК-5; ПК-6	Библиография по теме исследования Практическое задание
4.	Конструкторский этап	УК-1; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-6; ПК-2; ПК-3; ПК-5; ПК-6	Практическое задание: Написание черновика ВКР
5	Этап обработки и анализа полученной информации	УК-1; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-6; ПК-2; ПК-3; ПК-5; ПК-6	Практическое задание: Написание черновика ВКР
6	Этап подготовки отчета по научно-исследовательской работе	УК-1; ОПК-6; ПК-2; ПК-3	Отчет. Электронная презентация

Критерии и шкала оценивания задач/практических заданий

Оценка	Критерий оценки
«отлично»	Задача решена верно, приведены правильные аргументирующие выводы
«хорошо»	Задача решена верно, приведены не всегда правильные аргументирующие выводы
«удовлетворительно»	Задача решена верно, но не приведены аргументирующие выводы
«неудовлетворительно»	Задача не решена

Критерии и шкала оценивания кейс-задачи

Шкала оценивания	Критерии оценивания
«отлично»	Правильное решение кейса, подробная аргументация обучающимся своего решение, хорошее знание теоретических аспектов решения кейса, со ссылками на норму закона
«хорошо»	Правильное решение кейса, достаточная аргументация обучающимся своего решение, определённое знание теоретических аспектов решения кейса, со ссылками на норму закона
«удовлетворительно»	Частично правильное решение кейса, недостаточная аргументация обучающимся своего решение, со ссылками на норму закона
«неудовлетворительно»	Неправильное решение кейса, отсутствие у обучающегося необходимых знаний теоретических аспектов решения кейса

Критерии и шкала оценивания составленной библиографии

Оценка	Критерий оценки
«отлично»	Список литературы включает научные, прикладные и методические источники, а также диссертационные исследования; содержит как классическую, так и современную литературу; охватывает печатные и электронные издания; количество источников не менее 30, из которых проанализировано (составлены аннотации) не менее 15
«хорошо»	Список литературы включает научные, прикладные и методические источники; содержит как классическую, так и современную литературу; охватывает печатные и электронные издания; количество источников не менее 25, из которых проанализировано (составлены аннотации) не менее 15
«удовлетворительно»	Список литературы включает прикладные и методические источники; содержит современную литературу; охватывает печатные и электронные издания; количество источников не менее 20, из которых проанализированы (составлены аннотации) не менее 10
«неудовлетворительно»	Список литературы включает несистематизированные источники; количество источников не менее 15, из которых проанализированы (составлены аннотации) менее 10.

Критерии и шкала оценивания публикации в СМИ

Шкала оценивания	Критерии оценивания
«отлично»	В СМИ опубликовано ряд материалов разных жанров по теме выпускной квалификационной работы. Получена положительная характеристика от руководителя пресс-службы или редакции.
«хорошо»	В СМИ опубликовано достаточное количество материалов по теме выпускной квалификационной работы. Получена положительная характеристика от руководителя пресс-

	службы или редакции.
«удовлетворительно»	Учащийся не опубликовал материалы по теме выпускной квалификационной работы, получил удовлетворительную характеристику от руководителя пресс-службы или редакции.
«неудовлетворительно»	Учащийся не предоставил публикации в СМИ. Характеристика от руководителя пресс-службы или редакции не представлена.

Критерии и шкала оценивания ВКР

Шкала оценивания	Критерии оценивания
«отлично»	<ul style="list-style-type: none"> – квалификационная работа выполнена в полном объеме и в соответствии с предъявляемыми требованиями; – материал глав изложен грамотно, доказательно; – свободно используются понятия, термины, формулировки; – квалификационная работа оформлена в соответствии с техническими требованиями
«хорошо»	<ul style="list-style-type: none"> – квалификационная работа выполнена в почти полном объеме и в соответствии с предъявляемыми требованиями; – материал глав изложен достаточно грамотно, доказательно; – грамотно используется профессиональная терминология; – четко и полно излагается материал, но не всегда последовательно; – квалификационная работа в целом оформлена в соответствии с техническими требованиями
«удовлетворительно»	<ul style="list-style-type: none"> – квалификационная работа выполнена в большем объеме и в целом в соответствии с предъявляемыми требованиями; – материал глав изложен достаточно грамотно, доказательно; – есть нарушения в грамотном использовании профессиональной терминологии; – четко и полно излагается материал, но не всегда последовательно; – квалификационная работа оформлена с нарушениями технических требований
«неудовлетворительно»	<ul style="list-style-type: none"> – большая часть квалификационной работы не выполнена; – материал глав изложен недостаточно грамотно и доказательно; – есть нарушения в грамотном использовании профессиональной терминологии; – материал изложен неполно, непоследовательно; – квалификационная работа оформлена с нарушениями технических требований

Критерии и шкала оценивания текста доклада

Шкала оценивания	Критерии оценивания
«отлично»	<ul style="list-style-type: none"> – доклад дает четкое представление об основных задачах ВКР и способах их решения; – доклад включает основные результаты исследования, доказывающие научную новизну, теоретическую и практическую значимость; – доклад показывает доказательность положений, представленных в ВКР; – доклад соответствует требованиям жанра и научного стиля
«хорошо»	– доклад дает достаточно четкое представление об основных

	<p>задачах ВКР и способах их решения;</p> <ul style="list-style-type: none"> – доклад включает не все основные результаты исследования, доказывающие научную новизну, теоретическую и практическую значимость; – доклад показывает доказательность положений, представленных в ВКР; – доклад соответствует требованиям жанра и научного стиля
«удовлетворительно»	<ul style="list-style-type: none"> – доклад дает нечеткое представление об основных задачах ВКР и способах их решения; – доклад включает не все основные результаты исследования, доказывающие научную новизну, теоретическую и практическую значимость; – доклад показывает доказательность положений, представленных в ВКР; – доклад не во всем соответствует требованиям жанра и научного стиля
«неудовлетворительно»	<ul style="list-style-type: none"> – доклад дает нечеткое/не дает представление об основных задачах ВКР и способах их решения; – доклад включает не все основные результаты исследования/ не включает результаты исследования, доказывающие научную новизну, теоретическую и практическую значимость; – доклад не показывает доказательность положений, представленных в ВКР; – доклад не во всем соответствует требованиям жанра и научного стиля; – доклад не написан

Критерии и шкала оценивания выступления с презентацией

Шкала оценивания	Критерии оценивания
«отлично»	<ul style="list-style-type: none"> – электронная презентация дает четкое представление об основных задачах практики и способах их решения; – электронная презентация включает основные результаты практики; – электронная презентация соответствует требованиям; – электронная презентация отличается продуманностью дизайна, интересна, привлекает внимание – речь студента грамотная, логичная, соответствует слайдам презентации
«хорошо»	<ul style="list-style-type: none"> – электронная презентация дает достаточно четкое представление об основных задачах практики и способах их решения; – электронная презентация включает в целом основные результаты практики; – электронная презентация доклада соответствует требованиям; – электронная презентация отличается продуманностью дизайна, интересна, привлекает внимание; – речь студента недостаточно грамотная, но логичная, соответствует слайдам презентации

«удовлетворительно»	<ul style="list-style-type: none"> – электронная презентация дает нечеткое представление об основных задачах практики и способах их решения; – электронная презентация включает не все основные результаты практики; – электронная презентация не во всем соответствует требованиям; – электронная презентация не во всем отличается продуманностью дизайна, интересна, привлекает внимание; – речь студента недостаточно грамотная, нелогичная, но соответствует слайдам презентации
«неудовлетворительно»	<ul style="list-style-type: none"> – электронная презентация дает нечеткое/не дает представление об основных задачах практики и способах их решения; – электронная презентация включает не все основные результаты практики/ не включает результаты практики; – электронная презентация не во всем соответствует требованиям; – электронная презентация не продумана, неинтересна, не привлекает внимание; – электронная презентация не сделана; – речь студента недостаточно грамотная, нелогичная, не соответствует слайдам презентации

2.2. Критерии и шкалы оценивания результатов обучения при проведении промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация предназначена для определения уровня освоения всего объема программы практики. Для оценивания результатов обучения при проведении промежуточной аттестации используется 4-балльная шкала.

Шкала оценивания	Критерии оценивания	Уровень освоения компетенций
«отлично»	<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> – своевременно, качественно выполнил весь объем работы, требуемый программой практики; – показал глубокую теоретическую и профессионально-прикладную подготовку; – умело применил полученные знания во время прохождения практики; – ответственно и с интересом относился к своей работе. <p>Отчет:</p> <ul style="list-style-type: none"> – выполнен в полном объеме и в соответствии с предъявляемыми требованиями; – результативность практики представлена в количественной и качественной обработке, продуктах деятельности; – материал изложен грамотно, доказательно; – свободно используются понятия, термины, формулировки; – выполненные задания соотносятся с формированием компетенций 	Эталонный
«хорошо»	<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> – демонстрирует достаточно полные знания всех профессионально-прикладных и профессионально-прикладную вопросов в объеме программы практики; 	Стандартный

	<ul style="list-style-type: none"> – полностью выполнил программу, с незначительными отклонениями от качественных параметров; – проявил себя как ответственный исполнитель, заинтересованный в будущей профессиональной деятельности. <p>Отчет:</p> <ul style="list-style-type: none"> – выполнен почти в полном объеме и в соответствии с предъявляемыми требованиями; – грамотно используется профессиональная терминология; – четко и полно излагается материал, но не всегда последовательно; – описывается анализ выполненных заданий, но не всегда четко соотносится выполнение профессиональной деятельности с формированием определенной компетенции 	
«удовлетворительно»	<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> – выполнил программу практики, однако часть заданий вызвала затруднения; – не проявил глубоких знаний теории и умения применять ее на практике, допускал ошибки в планировании и решении задач; – в процессе работы не проявил достаточной самостоятельности, инициативы и заинтересованности. <p>Отчет:</p> <ul style="list-style-type: none"> – низкий уровень владения профессиональным стилем речи в изложении материала; – низкий уровень оформления документации по практике; – носит описательный характер, без элементов анализа; – низкое качество выполнения заданий, направленных на формирование компетенций 	Пороговый
«неудовлетворительно»	<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> – владеет фрагментарными знаниями и не умеет применить их на практике, не способен самостоятельно продемонстрировать наличие знаний при решении заданий; – не выполнил программу практики в полном объеме. <p>Отчет:</p> <ul style="list-style-type: none"> – документы по практике не оформлены в соответствии с требованиями; – описание и анализ видов профессиональной деятельности, выполненных заданий отсутствует или носит фрагментарный характер 	Компетенции не сформированы

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

3.1. Оценочные средства текущего контроля успеваемости.

1. **Практическое задание:** Кейс-задача для самоанализа выпускной квалификационной работы, выбора методов исследования и их обоснования:

1. Выпускная квалификационная работа – это самостоятельная и логически завершенная работа, связанная с решением задач того вида (видов) деятельности, к которым готовится бакалавр. Докажите, что Ваша ВКР соответствует данным признакам: самостоятельная работа, логически завершенная, в ней решены поставленные задачи.

2. Практические задания:

1. Проведите самоанализ прикладной, проектной части Вашего исследования «Методика формирования...»/ «Система формирования...» сквозь призму утверждения «*В ней описывается разработанная автором система/методика моделирования медиатекста/ решения профессиональной ситуации, и анализ результатов, которые позволили сделать вывод об эффективности разработанной методики*».

2. Докажите на основе утверждения (см. пункт №1) и проведенного Вами исследования, что идея прикладной, проектной части - это доказать эффективность разработанной Вами методики (технологии и т.п.).

3. Проведите самоанализ заключения Вашего исследования сквозь призму утверждения «*Заключение содержит выводы исследования, намеченные основные перспективы дальнейших исследований*».

3.2. Оценочные средства промежуточной аттестации

К дифференцированному зачету обучающийся представляет:

1. Отчет, который является документом обучающегося, отражающим, выполненную им работу во время практики, включающий анализ результатов проведенного теоретического и проектного, прикладного исследования, осуществленного на предприятии (структуры по СО и рекламе, СМИ); черновой вариант текста ВКР; другие материалы проведения практического/проектного исследования в электронном виде.

2. Дневник, являющийся документом обучающегося во время прохождения практики, характеризующим и подтверждающим прохождение практики. В нем отражается текущая работа в процессе практики: выданное индивидуальное задание на практику; анализ состава и содержания выполненной практической работы с указанием структуры, объемов, сроков выполнения и ее оценки руководителем практики от организации; краткая характеристика и оценка работы обучающегося в период практики руководителем практики от организации. По окончании практики дневник, подписанный руководителем практики, предоставляется на кафедру.

3. Доклад и презентация по итогам прохождения практики.

4. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

4.1. Описание процедур проведения текущего контроля успеваемости студентов.

В таблице представлено описание процедур проведения контрольно-оценочных мероприятий текущего контроля успеваемости студентов, в соответствии с рабочей программой практики, и процедур оценивания результатов обучения с помощью спланированных оценочных средств.

Наименование оценочного средства	Описания процедуры проведения контрольно-оценочного мероприятия и процедуры оценивания результатов обучения
Практическое задание	Выполнение задачи осуществляется во внеаудиторное время и на консультациях у руководителя практики и /или научного руководителя ВКР
Практическое задание, выполнение	Оценка выполнения данных практических заданий осуществляется во время проведения заключительной конференции по практике в

которого включается в отчет	форме защиты отчета по преддипломной практике
Кейс-задача	Оценка обоснования решения кейс-задачи, предусмотренной рабочей программой преддипломной практики, проводится во время консультаций с руководителем выпускной квалификационной работы (ВКР).
Публикация в СМИ	Публикация осуществляется по теме выпускной квалификационной работы, по согласованию с руководителем ВКР, на базе структур по СО и рекламе, а также СМИ, с которым заключен договор. Результативность публикации оценивается руководителем редакции в отзыве, заверенном подписью и печатью.

4.2. Описание процедуры проведения промежуточной аттестации – дифференцированного зачета

При определении уровня достижений обучающихся на дифференцированном зачёте обращается особое внимание на следующее:

- даны полные, развернутые ответы на поставленные вопросы;
- ответ логичен, доказателен;
- теоретические положения подкреплены примерами из практики;
- отчет представлен в требуемой форме со всей необходимой информацией;
- дневник представлен в требуемой форме со всей необходимой информацией.
- качественно и своевременно выполнены задания по практике и т.д.

Руководитель практики:

- пишет отзыв о выполнении обучающимся плана практики;
- заполняет аттестационный лист по практике, оценивая уровни сформированности компетенций (качество выполнения обучающимся работ индивидуального задания) у обучающегося; результаты оценивания заносит в следующую таблицу (уровень сформированности компетенции отмечается в таблице, например, знаком «+»; если за компетенцией закреплено несколько видов работы, то при оценивании уровня сформированности компетенции учитываются все виды работы):

Компетенция	Содержание компетенции	Уровни сформированности компетенций			
		Эталонный	Стандартный	Пороговый	Компетенция не освоена

- выставляет оценку за выполнение программы практики;
- оценивает выполнение обучающимся индивидуального задания, учитывая: отчет обучающегося по практике; дневник, отсутствие и (или) наличие поощрений и (или) замечаний, доклад и презентацию по итогам практики.

3. Оценка работы обучающегося на практике

Заключение руководителя практики от профильной организации о работе обучающегося

Руководитель практики
от профильной организации _____ / _____
(подпись) (Ф.И.О.)

4. Результаты практики

Заключение руководителя практики от кафедры о работе обучающегося

Руководитель практики
от кафедры _____ / _____
(подпись) (Ф.И.О.)

Оценка при защите _____

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Забайкальский государственный университет»
(ФГБОУ ВО «ЗабГУ»)
Историко-филологический факультет
Кафедра журналистики и связей с общественностью

Дневник прохождения преддипломной практики

Студента ___ курса ___ группы очной формы обучения

Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с
общественностью»

Фамилия _____

Имя, отчество _____

Сроки практики _____

Руководитель практики от кафедры/научный
руководитель _____

Профильная организация: _____

(полное название предприятия/организации, на которое направлен студент для прохождения практики)

Руководитель от профильной организации _____
(должность, фамилия, имя, отчество, номер телефона)

Печать отдела кадров профильной организации

Пример оформления титульного листа отчета

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Забайкальский государственный университет»
(ФГБОУ ВО «ЗабГУ»)

Историко-филологический факультет
Кафедра журналистики и связей с общественностью

ОТЧЕТ

по преддипломной практике

В _____
(полное наименование организации)

Студента _____
(фамилия имя отчество)
Курс ___ Группа _____

Направление подготовки 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью»
Профиль «Реклама и связи с общественностью в государственных и бизнес-структурах»

Руководитель практики от вуза _____
(Ученая степень, должность, фамилия, И.О.)

Руководитель практики от предприятия _____
(должность, фамилия, И.О.) _____
подпись, печать

г. Чита 202_