

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
(профессионально-творческая практика)**

для направления подготовки 42.04.01 – **Реклама и связи с общественностью**

**Магистерская программа " Коммуникативные технологии в связях с
общественностью и рекламе "**

составлена в соответствии с ФГОС ВО, утвержденным приказом Министерства

образования и науки Российской Федерации от

08.06.2017 № 512

1. Цель и задачи производственной (профессионально-творческой) практики

Цель проведения производственной (профессионально-творческой) практики заключается в приобретении магистрантами практических умений и профессиональных навыков, необходимых для будущей деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью, а также в приобщении к профессиональной среде пресс-служб, отделов по связям с общественностью в сфере государственного и муниципального управления.

Задачами производственной (профессионально-творческой) практики являются:

- Вхождение в проблемное поле современных структур по связям с общественностью и рекламе;
- Закрепление теоретических знаний, полученных во время аудиторных занятий, работы в творческих студиях;
- Формирование умений квалифицированно выполнять соответствующие должностные обязанности, осваивать необходимые виды деятельности и решать профессиональные задачи, а также осуществлять всесторонний анализ своей профессиональной практики;
- Сбор необходимых материалов для написания магистерской диссертации;
- Профессиональная ориентация магистрантов, формирование полного представления о своей профессии;
- Подготовка информационных и других материалов по заданию пресс-служб и индивидуальным планам;
- Получение практических умений в организации работы пресс-службы, отделов по связям с общественностью.

2. Место производственной (профессионально-творческой) практики в структуре образовательной программы

Профессионально-творческая практика Б2. В. 01 (П) относится к модулю Б 2. Практики. В структуре данной образовательной программы творческая практика опирается на базовые знания дисциплин «Б1.О.01.01 Методология и методика медиаисследований», «Б1.О.01.04 Философские основы науки и профессиональной деятельности», «Б1.О.01.07 Современные медиасистемы», «Б1.О.01.10 Иностранный язык в профессиональной деятельности», «Б1.В.01.04 Планирование и управление коммуникационными проектами», «Б1.В.ДВ.01.01 Репутационный менеджмент в государственном и муниципальном управлении», «Б1.В.ДВ.01.02 Практика связей с общественностью и рекламы», «Б1.В.ДВ.04.01 Информационные технологии в профессиональной деятельности», «Б1.В.ДВ.04.02 Гипертекст», направленные на решение задачи применения полученных знаний в научной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.

Профессионально-творческая практика является логическим продолжением профессионального обучения. Она является площадкой для закрепления знаний и умений, полученных на занятиях по данным профессиональным и профильным дисциплинам и для реализации их в практической деятельности специалиста по

рекламе и связям с общественностью в соответствии с профилем магистерской программы.

№ п/п	Наименование компетенции	Предшествующие разделы, дисциплины ОПОП	Последующие разделы, дисциплины ОПОП
1.	ОПК-1	Иностранный язык в профессиональной деятельности.	Язык и стиль СМИ. Язык современного интернет-текста. Когнитивное направление в изучении медиатекстов. Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы.
2.	ПК-1	Планирование и управление коммуникационными проектами. Репутационный менеджмент в государственном и муниципальном управлении. Практика связей с общественностью и рекламы	Бренд-менеджмент. Планирование и управление коммуникационными проектами. Производственная (преддипломная) практика. Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы.
3.	ПК-2		Психология рекламного текста. Искусство публичного выступления. Региональная бюджетная политика и СМИ. Язык современного интернет-текста. Когнитивное направление в изучении медиатекстов. Производственная (преддипломная) практика. Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы.
4.	ПК-3	Планирование и управление коммуникационными проектами	Социологические методы исследования медиа. Планирование и управление коммуникационными проектами. Производственная практика (научно-исследовательская работа)

			Производственная (преддипломная) практика. Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы.
--	--	--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

3. Способы, формы и места проведения производственной (профессионально-творческой) практики

Профессионально-творческая практика ориентирована на получение профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности в пресс-службах и отделах по связям с общественностью в сфере государственного и муниципального управления. Деятельность магистранта в течение практики предполагает квалифицированное выполнение своих должностных обязанностей на месте прохождения практики, анализ современных тенденций развития связей с общественностью, освоение инновационных методов и технологий практической работы в рекламе и PR

Местом прохождения практики являются структуры по связям с общественностью и рекламе Забайкальского края в сфере государственного и муниципального управления.

Место прохождения практики должно соответствовать выбранной специализации/профилизации студента.

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 профессионально-творческой практики – дискретная.

Руководство профессионально-творческой практикой по программе специализированной подготовки магистров осуществляет руководитель практики, назначенный на кафедре журналистики и связей с общественностью ЗабГУ.

Сроки прохождения практики определяются учебным планом.

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

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

<p>ОПК-1. Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем</p>	<p>ОПК-1.1. (общий по УГСН) Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.</p>	<p>Знать: Особенности планирования, организации и производства востребованных обществом и индустрией PR - текстов и других медиаматериалов для различных медийных платформ</p>
	<p>ОПК-1.2. Управляет процессом подготовки востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем.</p>	<p>Уметь: Создавать современные PR -тексты и другие медиаматериалы для различных медийных платформ, учитывая их специфику в профессиональной деятельности и используя традиционный инструментарий практической работы в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>Владеть: Навыками создания различных современных PR - текстов и других медиаматериалов для различных медийных платформ, учитывая их специфику в профессиональной деятельности и используя традиционный инструментарий практической работы в сфере рекламы и связей с общественностью</p>
<p>ПК-1. Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	<p>ПК-1.1 Выполняет функционал руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного/рекламного/ PR-агентства</p>	<p>Знать: Специфику руководства подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью, особенности организации мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p>
	<p>ПК-1.2. Организует работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p>	<p>Уметь: Выполнять функционал руководителя подразделения (предприятия) в сфере рекламы и связей с общественностью, контролировать и регулировать ход выполнения проектной работы</p>
	<p>ПК-1.3. Контролирует и регулирует ход выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	<p>Владеть: Навыками руководства подразделения (предприятия) в сфере рекламы</p>
	<p>ПК-1.4. На основании знания специфики функционирования</p>	

	предприятий современной коммуникационной индустрии выстраивает работу подразделения /предприятия, применяет технологии организации коммуникационной работы	и связей с общественностью, контроля и регулирования хода выполнения проектной работы
<p>ПК-2 Способен осуществлять авторскую деятельность любого характера и уровня сложности с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа</p>	<p>ПК-2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта</p>	<p>Знать: Специфику создания текстов рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности и с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа, а также сценариев для специальных событий и мероприятий</p> <p>Уметь: создавать тексты рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности и с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа, разрабатывать сценарии для специальных событий и мероприятий, интегрировать коммуникации для эффективной реализации коммуникационной стратегии</p> <p>Владеть: Навыками создания эффективных текстов рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности и с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа, навыками формулирования целевого репутационного образа организации / компании / персоны</p>
	<p>ПК-2.2. Создает сценарии для специальных событий и мероприятий с учетом специфики коммуникационных задач</p>	
	<p>ПК-2.3. Формулирует целевой репутационный образ организации/ компании/ персоны</p>	
	<p>ПК-2.4. Интегрирует коммуникации для эффективной реализации коммуникационной стратегии</p>	
<p>ПК-3. Способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	<p>ПК-3.1. Формулирует концепцию научного исследования</p>	<p>Знать: Особенности проведения научного исследования в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>Уметь: проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью, формулировать концепцию научного исследования, применять методы качественного и количественного анализа, получать, интерпретировать и представлять результаты исследования, на основе которого составлять практические рекомендации и прогнозировать тенденции</p>
	<p>ПК-3.2. Применяет методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации</p>	
	<p>ПК-3.3. Получает, интерпретирует и представляет результаты исследования. На основе исследования составляет практические рекомендации и прогнозирует тенденции</p>	

	коммуникационной сферы	коммуникационной сферы. Владеть: Навыками проведения научного исследования в сфере рекламы и связей с общественностью, применения методов качественного и количественного анализа, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации
--	------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

5. Объём и содержание практики

Общая трудоемкость практики составляет 6 зачетных единиц, 216 часов 4 недели.

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды учебной деятельности на практике, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)	Код, формируемой компетенции
1.	Введение. Конференция по практике	Выбор структуры по связям с общественностью в сфере государственного и муниципального управления. Ознакомление с требованиями и положениями по практике (2 часа)	ОПК-1, ПК-2
2.	Ознакомление с нормативно-правовой базой структуры	Ознакомление с нормативно-правовыми документами структуры по связям с общественностью, их анализ в контексте профессиональной деятельности и коммуникативной стратегии (6 часов)	ОПК-1, ПК-2
3.	Изучение специфики и структуры пресс-службы или отдела по связям с общественностью	Знакомство со структурой и спецификой работы пресс-службы, участие в различных видах планирования работы структуры по связям с общественностью; планирование собственной работы; участие в коллективном анализе текущей деятельности; участие в проведении массовых мероприятий, изучение проблемного поля современных рекламы и PR (20 часов)	ПК-1, ПК-2
4.	Различные	Составление программы для	ОПК-1, ПК-1, ПК-2

	направления творческой профессиональной деятельности в структуре по связям с общественностью	проведения мероприятий по рекламе и связям с общественностью; приобретение навыков создания имиджа персоны, организации; изучение методов сбора информации (интервью, опросы, контент-анализ), знакомство с правовыми и этическими нормами организации; работа с мультимедийными и аудиовизуальными средствами в связях с общественностью; анализ правил отношений со СМИ; подготовка материалов для прессы, написание и рассылка пресс-релизов и других PR-текстов, участие в планировании и организации специальных событий (церемонии открытия, приемы, презентации, пресс-конференции, дни открытых дверей, круглые столы, выставки и др.) (164 часа)	
5.	Выполнение индивидуальных исследований в соответствии с темой диссертации	Выбор объекта и предмета исследования. Определение методики исследования. Проведение экспериментальной работы, подбор иллюстративного материала. Подготовка отчета по практике (20 часов)	ПК-3
6.	Итоговая конференция с приглашением руководителей базовых структур по связям с общественностью, рекламе и СМИ г. Читы и Забайкальского края . Защита практики	Подготовка творческой самопрезентации. Оформление необходимой отчетной документации (4 часа)	ОПК-1, ПК-1, ПК-2, ПК-3

6. Формы отчетности по производственной (профессионально-творческой) практике

По итогам профессионально-творческой практики магистранты обязаны представить руководителю следующие отчетные документы:

1. Письмо-заключение /отзыв/ руководителя пресс-службы, отдела по связям с общественностью, в котором должна содержаться характеристика творческой и иной

работы магистранта во время прохождения практики. Документ должен быть заверен печатью организации или подразделения и подписью.

2. Дневник практики, в котором отражен алгоритм деятельности обучающегося в период практики (Приложение 1).

3. Самооценка по проделанной работе. Собственный письменный отчет /объем 1,5-2 стр./, в котором должны быть указаны виды проделанной работы и высказаны собственные оценки результативности. В собственных отчетах практикантов должно быть два раздела: Раздел I. В нём должна быть отражена краткая история пресс-службы, ее тематическая направленность, типология и организационная структура. Раздел 2. В нём даётся собственный анализ работы магистранта во время практики, указывается тематика материалов, над которыми работал магистрант, указывается на то, что удалось сделать и что не удалось и почему. Возможны предложения по проведению практики. В Приложении 2 представлен пример оформления титульного листа и структуры отчёта по профессионально-творческой практике;

4. Портфолио, представляющее собой собрание работ магистранта за период прохождения профессионально-творческой практики (публикации /ксерокопии/ печатных материалов, PR -тексты (пресс-релизы, кейс-стори, бэкграундеры, заявления для СМИ и др. скрин-шоты страниц из социальных сетей, где были опубликованы посты и т.п., планы и сценарии, результаты мониторинга СМИ и др.

5. Творческая самопрезентация, необходимая для итоговой конференции

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по практике

Промежуточная аттестация по практике проводится в виде дифференцированного зачёта.

Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по 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 практики.

8. Перечень учебной литературы и ресурсов сети Интернет, необходимых для проведения практики

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
4. Лингвокультурологическое моделирование медиатекста: монография (отв. ред. Ерофеева И.В.). - Чита: ЗабГУ, 2017. - 202 с. (5)

8.1.2. 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: отсутствуют

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.
3. 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, 2008.

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.
4. Бусыгина Н. П. Качественные и количественные методы исследований в психологии: Учебник. - М.: Издательство Юрайт, 2017. - 423. <http://www.biblio-online.ru/book/C0B72CE7-A1A1-4CEC-B4D2-66F7F72C46D7>
5. Мясникова, М. А. Практика профессионального медиаобразования : учебное пособие / М. А. Мясникова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 179 с. — (Серия : Образовательный процесс). — ISBN 978-5-534-02625-2.
6. Чумиков А. Н. Медиарилейшнз. [Электронный ресурс]: учеб. пособие — Электрон. дан. М. : Аспект Пресс, 2014.

8.3. Ресурсы сети Интернет

1. Союз журналистов России // URL: <https://ruj.ru/>
2. Национальная ассоциация исследователей массмедиа // URL: <http://nammi.ru/>
3. Журнал «Журналистика и медиарынок» // URL: <http://www.jourmedia.ru/>
4. Российская ассоциация по связям с общественностью // URL: <https://www.raso.ru/>
5. Работа и профессиональная карьера в медиа, digital и рекламе // URL: <https://mediajobs.ru/>

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

9.1. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

Каждому магистранту 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»; Договор № 223 П/17-121 от 02.05.2017г. www.trmost.ru

ЭБС «Лань»; Договор № 223/17-28 от 31.03.2017г. www.e.lanbook.ru

ЭБС «Лань»; Договор № 223/18-41 от 05.04.2018г. www.e.lanbook.ru

ЭБС «Юрайт»; Договор № 223/17-27 от 31.03.2017г. www.biblio-online.ru

ЭБС «Юрайт»; Договор № 223/18-37 от 30.03.2018г. www.biblio-online.ru

ЭБС «Консультант студента»; Договор № 223/17-12 от 28.02.2017г. www.studentlibrary.ru

ЭБС «Консультант студента»; Договор № 223/18-13 от 06.03.2018г. www.studentlibrary.ru

№ п/п	Название сайта	Электронный адрес
1	Сайт Министерства образования РФ	http://mon.gov.ru/structure/minister/
2	Федеральный портал «Российское образование»	http://www.edu.ru
3	Сайт журнала «Вестник образования России»	http://www.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://www.windows.edu.ru
11	Мир словарей. Коллекция словарей и энциклопедий	www.sinncom.ru
12	Рубрикон – энциклопедический портал.	www.eidos.ru/journal/
13	Словарь методических терминов	http://slovari.gramota.ru/portal_sl.html?d=azimov
14	Каталог образовательных интернет-ресурсов. Журналистика.	http://edu.ru/modules.php?op=modload&name=Web_Links&file=index&l
15	Музей российской печати	http://mediamuseum.guru.ru/
16	Медиаскоп	http://mediascope.ru
17	Союз журналистов России	http://ruj.ru
18	Национальная ассоциация телерадиовещателей	http://nat.ru
19	Гильдия издателей периодической печати.	http://gipp.ru
20	European Journalism Centre	http://www.ejc.nl
21	European Journalism Training Association	http://ejta.eu

9.2. Перечень программного обеспечения:

Программное обеспечение общего назначения: Microsoft Windows, Microsoft Office.
ABBYY FineReader (договор № 223-799 от 30.12.2014 (срок действия - бессрочно)
ESET NOD32 Smart Security Business Edition (договор № 223-1/19-ЗК 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
<p>Практика проходит на базе следующих 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 (и все 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 	<p>Материально-техническое оснащение практики определяется местом ее прохождения и поставленными руководителем практики конкретными заданиями</p>

<p>сфере защиты прав потребителей и благополучия человека по Забайкальскому краю (Управление Роспотребнадзора по Забайкальскому краю)</p> <p>29. Администрация муниципального района «Могойтуйский район» Забайкальского края</p> <p>30. Администрация муниципального района «Улёговский 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</p> <p>42. Администрация Приаргунского муниципального округа Забайкальского края</p>	
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

11. Методические рекомендации для обучающихся по прохождению практики

1. На заседании кафедры утверждаются руководители практики, которые организуют эту работу: уточняют с руководителями базовых предприятий и организаций сроки и формы прохождения практики согласно Договора, о закреплении за ними шеф-наставников из числа профессиональных PR-специалистов. Утверждается список магистрантов-практикантов и базовых предприятий и организаций, где они должны проходить практику. Готовится проект приказа ректора о прохождении практики, который предоставляется в деканат не менее чем за месяц до начала практики.
2. Перед началом практики магистрант обязан согласовать в отделе практики вопрос о месте ее прохождения и получить направление на практику, которое регистрируется в Книге учета направлений на практику. Направление прикладывается к отчету о практике в обязательном порядке.
3. Магистрант имеет право самостоятельно выбирать место прохождения производственной практики. В этом случае он обязан в письменной форме проинформировать отдел практики и выпускающую кафедру не менее, чем за месяц до распределения на практику и получить направление нахождение практики в выбранном им месте.
4. Изменение места прохождения практики допускается при наличии уважительной причины, делающей невозможным прохождение практики по месту направления студента. Во всех случаях студент обязан проинформировать отдел практики и руководителя практики о любых изменениях, происходящих во время прохождения практики, включая изменение сроков прохождения практики, досрочное прерывание практики, изменение места прохождения практики.
5. Во время прохождения практики преподаватели поддерживают постоянный контакт с закреплёнными за ними учащимися и с их шеф-наставниками, при

необходимости решают организационные и творческие проблемы практикантов. Каждый преподаватель должен лично побывать в тех СМИ, где студенты проходят практику. Рекомендуется вникать в суть получаемых практикантами заданий по подготовке материалов и при необходимости оказывать им методическую помощь.

- б. По окончании практики в 20-дневный срок должны быть оформлены отчёты каждым студентом-практикантом, производится аттестация студентов. Участие в итоговой конференции с приглашением руководителей базовых СМИ обязательно.

Разработчик:

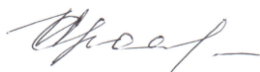
Кандидат философских наук, доцент кафедры журналистики и связей с общественностью ЗабГУ

Сафронова О. В.

Программа рассмотрена на заседании кафедры журналистики и связей с общественностью:

протокол от «22» июня 2021 г. № 11.

Зав. кафедрой



(подпись, ФИО)

Ерофеева И.В.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

для проведения аттестации обучающихся

по производственной (профессионально-творческой) практике

по направлению 42.04.01 – «Реклама и связи с общественностью»
Магистерская программа «Коммуникативные технологии в связях с общественностью и
рекламе»

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	Критерии в соответствии с уровнем освоения ОП			Оценочное средство
		пороговый (удовлетворительно) 55-69 баллов	стандартный (хорошо) 70-84 балла	эталонный (отлично) 85-100 баллов	
ОПК-1	Знать	Специфику современной практики современных PR и рекламы	Положительные и отрицательные стороны современной практики PR и рекламы	Особенности планирования, организации и производства востребованных обществом и индустрией PR - текстов и других медиаматериалов для различных медийных платформ	Теоретические вопросы
	Уметь	Следовать принципам создания современных PR-текстов и других медиаматериалов для различных медийных платформ, учитывая их специфику в профессиональной деятельности	Создавать современные PR - тексты и другие медиаматериалы для различных медийных платформ, используя традиционный инструментальный практической работы в сфере рекламы и связей с общественностью	Создавать современные PR - тексты и другие медиаматериалы для различных медийных платформ, учитывая их специфику в профессиональной деятельности и используя традиционный инструментальный практической работы в сфере рекламы и связей с общественностью	Практическое задание

	Владеть	Навыками работы в структуре по связям с общественностью и рекламе, навыками создания современных PR -текстов и других медиаматериалов	Навыками создания PR -текстов и других медиаматериалов для различных медийных платформ, учитывая их специфику в профессиональной деятельности	Навыками создания различных современных PR -текстов и других медиаматериалов для различных медийных платформ, учитывая их специфику в профессиональной деятельности и используя традиционный инструментарий практической работы в сфере рекламы и связей с общественностью	Задача
ПК-1	Знать	Должностные обязанности и профессиональные задачи в соответствии с профилем магистерской программы	Должностные обязанности и профессиональные задачи относительно канала коммуникации и информационной стратегии той или иной структуры в сфере рекламы и связей с общественностью	Специфику руководства подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью, особенности организации мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	Теоретические вопросы
	Уметь	Выполнять функции руководителя подразделения (предприятия) в сфере рекламы и связей с общественностью;	Выполнять основные функции и задачи руководителя подразделения (предприятия) в сфере рекламы и связей с общественностью;	Выполнять функционал руководителя подразделения (предприятия) в сфере рекламы и связей с общественностью, контролировать и регулировать ход выполнения проектной работы	Практическое задание

	Владеть	Навыками выполнения функций руководителя подразделения (предприятия) в сфере рекламы и связей с общественностью;	Навыками выполнения основных функций и задач руководителя подразделения (предприятия) в сфере рекламы и связей с общественностью;	Навыками руководства подразделения (предприятия) в сфере рекламы и связей с общественностью, контроля и регулирования хода выполнения проектной работы	Задача
ПК-2	Знать	Специфику создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики разных типов СМИ	Специфику создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа, а также сценариев для специальных событий и мероприятий	Специфику создания текстов рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности и с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа, а также сценариев для специальных событий и мероприятий	Теоретические вопросы
	Уметь	Создавать тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа.	Создавать тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа, разрабатывать сценарии для специальных событий и мероприятий.	Создавать тексты рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности и с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа, разрабатывать сценарии для специальных событий и мероприятий, интегрировать коммуникации для эффективной реализации коммуникационной стратегии	Практическое задание

	Владеть	Навыками создания эффективных текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа,	Навыками создания эффективных текстов рекламы и связей с общественностью, навыками формулирования целевого репутационного образа организации / компании / персоны	Навыками создания эффективных текстов рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности и с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа, навыками формулирования целевого репутационного образа организации / компании / персоны	Задача
ПК-3	Знать	Методы качественного и количественного анализа информационного поля	Методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации.	Особенности проведения научного исследования в сфере рекламы и связей с общественностью	Теоретический вопрос
	Уметь	Применять методы качественного и количественного анализа информационного поля.	Применять методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации.	Проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью, формулировать концепцию научного исследования, применять методы качественного и количественного анализа, получать, интерпретировать и представлять результаты исследования, на основе которого составлять практические рекомендации и прогнозировать тенденции коммуникационной сферы.	Практическое задание

	Владеть	Навыками применения методов качественного и количественного анализа информационного поля	Навыками применения методов качественного и количественного анализа информационного поля, методов работы с открытыми данными и большими объемами информации.	Навыками проведения научного исследования в сфере рекламы и связей с общественностью, применения методов качественного и количественного анализа, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации	Отчет по практике
--	---------	------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------

2. Описание критериев и шкал оценивания результатов обучения по практике

2.2. 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	Контролируемые разделы (темы) дисциплины*	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства**
1	Введение. Конференция по практике. Выбор структуры по связям с общественностью в сфере государственного и муниципального управления. Ознакомление с требованиями и положениями по практике	ОПК-1, ПК-2	Теоретический вопрос/практическое задание/задача
2	Ознакомление с нормативно-правовыми документами структуры по связям с общественностью, их анализ в контексте профессиональной деятельности и коммуникативной стратегии	ОПК-1, ПК-2	Теоретический вопрос/практическое задание/задача
3	Изучение специфики и структуры пресс-службы или отдела по связям с общественностью. Знакомство со структурой и спецификой работы пресс-службы, участие в различных видах планирования работы структуры по связям с общественностью; планирование собственной работы; участие в коллективном анализе текущей деятельности; участие в проведении	ПК-1, ПК-2	Теоретический вопрос/практическое задание/задача

	массовых мероприятий, изучение проблемного поля современных рекламы и PR		
4	Различные направления творческой профессиональной деятельности в структуре по связям с общественностью. Составление программы для проведения мероприятий по рекламе и связям с общественностью; приобретение навыков создания имиджа персоны, организации; изучение методов сбора информации (интервью, опросы, контент-анализ), знакомство с правовыми и этическими нормами организации; работа с мультимедийными и аудиовизуальными средствами в связях с общественностью; анализ правил отношений со СМИ; подготовка материалов для прессы, написание и рассылка пресс-релизов и других PR-текстов, участие в планировании и организации специальных событий (церемонии открытия, приемы, презентации, пресс-конференции, дни открытых дверей, круглые столы, выставки и др.)	ОПК-1, ПК-1, ПК-2	Теоретический вопрос/практическое задание/задача
5	Выполнение индивидуальных исследований в соответствии с темой диссертации. Выбор объекта и предмета исследования. Определение методики исследования. Проведение экспериментальной работы, подбор иллюстративного материала. Подготовка отчета по практике	ПК-3	Теоретический вопрос/практическое задание/задача
6	Итоговая конференция с приглашением руководителей базовых структур по связям с общественностью, рекламе и СМИ г. Читы и Забайкальского края. Защита практики. Подготовка творческой самопрезентации. Оформление необходимой отчетной документации	ОПК-1, ПК-1, ПК-2, ПК-3	Отчет по практике

Критерии и шкала оценивания ответов на теоретический вопрос

Оценка	Критерий оценки
«отлично»	Теоретический вопрос раскрыт полно, с приведением примеров и их комментарием
«хорошо»	Теоретический вопрос раскрыт неполно, но примеры приведены и прокомментированы
«удовлетворительно»	Теоретический вопрос раскрыт неполно и/или - не приведены примеры, - отсутствуют комментарии
«неудовлетворительно»	- вопрос не раскрыт

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 отчета по практике

Шкала оценивания	Критерии оценивания
«отлично»	<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
«хорошо»	<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»	<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
«неудовлетворительно»	<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

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, методическую, 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 методических вопросов в объеме программы практики; – 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 	Стандартный
«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 	Пороговый

	<p>применять ее на практике, допускал ошибки в планировании и решении задач;</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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 	
«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

Теоретические вопросы для собеседования

1. Расскажите об основных функциях, назначении и методах работы пресс-службы или отдела по связям с общественностью и рекламы.
2. Какова последовательность действий различных подразделений пресс-службы и их сотрудников по подготовке к выходу пресс-релизов и других информационных материалов для СМИ?
3. Как, когда и кем оценивается качество работы сотрудников пресс-службы или отделов по связям с общественностью и рекламы?
4. По каким критериям и кто оценивает качество работы сотрудника пресс-службы или отдела по связям с общественностью и рекламы?
5. Кто руководит в пресс-службе процессом текущего планирования и какими средствами оно осуществляется?
6. На какую перспективу и насколько подробно оговаривается с сотрудниками пресс-службы текущий план работы?
7. Что является среди сотрудников пресс-службы показателем качественно выполненной работы?
8. С какими трудностями сталкивается магистрант во время прохождения практики в пресс-службе?
9. Какую поддержку оказывают магистранту в период прохождения практики в пресс-службе или отделе по связям с общественностью и рекламе?

10. Какие PR-материалы наиболее часто использовались во время прохождения практики?
11. В чем сложности творческой адаптации в коллективе пресс-службы?
12. В чем сложности выполнения заданий пресс-службы?

Задачи

1. Проанализируйте представленный PR-текст. Определите жанр публикации, его особенности, структуру. Выявите недостатки и ошибки. Отметьте плюсы (материал предоставляется руководителем практики).
2. Определите тему PR-текста, объект, предмет, актуальность, выявите информационный повод.
3. Определите эффективность PR-текста.
4. Объясните, что такое массовая информация? Какие свойства присущи массовой информации?
5. Объясните специфику и этапы подготовки PR-текстов для печатных и электронных средств массовой информации (пресс-релиз, бэкграундер, факт-лист, лист вопросов и ответов и т.п.)
6. Перечислите структурно-содержательные компоненты PR-текста
7. Объясните в чем заключаются отличия PR-текста от текстов смежных коммуникационных сфер – рекламного и журналистского. Приведите примеры.

Практические задания

1. Составьте программу для проведения мероприятий по рекламе и связям с общественностью.
2. Проведите анализ правил отношений сотрудника пресс-службы со СМИ
3. Подготовьте материал для прессы (пресс-релиз, бэкграундер, факт-лист, и т.п.)
4. Спланируйте как собственную работу, так и пресс-службы на короткий отрезок времени (неделю, месяц), а также на перспективу (полгода, год);
5. Спланируйте организацию специальных событий (церемонии открытия, приемы, презентации, пресс-конференции, дни открытых дверей, круглые столы, выставки и др.)
6. Произведите сбор и анализ информации, необходимой для подготовки PR-текстов (пресс-релиз, бэкграундер, факт-лист, лист вопросов и ответов и т.п.)
7. Проведите имиджевое интервью. Составьте перечень вопросов, проработайте тему, подготовьтесь к беседе. Ответьте на вопрос: чем отличается имиджевое интервью от событийного журналистского интервью?
8. Подготовьте лист вопросов и ответов. Самостоятельно придумать информационный повод для материала. В чем заключается специфика данного жанра?

3.2. Оценочные средства промежуточной аттестации

К дифференцированному зачету обучающийся представляет:

1. Отчет, который является документом обучающегося, отражающим, выполненную им работу во время практики.
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
Ответ на теоретический вопрос	Оценка ответов на теоретические вопросы, предусмотренные рабочей программой практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, проводится во время консультаций с научным руководителем магистерской диссертации (ВКР).
Практическое задание/задача	Практические задания и задачи могут быть предложены студентам для выполнения во внеучебное время в ходе практики. Руководитель практики на установочной конференции доводит до сведения студентов содержание заданий, формы выполнения, знакомит с критериями оценивания. В назначенный срок студенты сдают выполненные задания на проверку, затем помещают в отчет.
Отчет по практике	Отчет включает в себя подготовку портфолио, дневник прохождения практики, характеристику с места прохождения практики, которые сдаются на проверку руководителю практики, а также представляются участникам публичной защиты практики;

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;
- качественно и своевременно выполнены задания по практике.

Научный руководитель (руководитель практики) от профильной организации в последний день:

- пишет отзыв руководителя о выполнении обучающимся плана практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности;
- заполняет аттестационный лист по прохождению практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, 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):

Код компетенции	Содержание компетенции	Уровни сформированности компетенций			
		Высокий	Базовый	Минимальный	Компетенция не освоена
ОПК – 1					
ПК-1					
ПК-2					
ПК-3					

– выставляет оценку за выполнение программы практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности.

Научный руководитель (руководитель практики) от профильной организации при оценивании уровня сформированности компетенции у обучающегося должен руководствоваться:

- четкостью владения обучающимся нормативной документацией;
- качеством и своевременностью выполнения обучающимся работ;
- качеством ведения отчетной документации;
- исполнительской дисциплиной обучающегося;
- наличием элементов рационализаторских предложений, поступивших от обучающегося.

Обучающийся в последний день практики:

- сканирует или фотографирует отчетные документы по практике;
- отправляет отчетные документы по практике через электронную информационно-образовательную среду ЗабГУ (личный кабинет обучающегося) научному руководителю (руководителю практики).

Научный руководитель (руководитель практики) в последний день оценивает выполнение обучающимся индивидуального задания, учитывая:

- отчет обучающегося по практике;
- отсутствие и(или) наличие поощрений и(или) замечаний.

Аттестация по итогам практики проводится на основании документации (оформленного отчета и отзыва научного руководителя практики), а также публичной защиты на итоговой конференции.

За несвоевременную сдачу практики без уважительной причины оценка за практику снижается.

Без снижения оценки за практику к защите допускаются материалы практики, сданные без нарушения сроков сдачи, или сданные с нарушением сроков, но по уважительной причине. Магистрант самостоятельно передает практику преподавателю. Преподаватель заблаговременно знакомится с материалами практики.

На защиту практики – итоговую конференцию магистрант готовит презентацию своей работы (10 минут), предоставляет преимущественно распространенные пресс-релизы и другие информационные материалы, распечатки интернет-страниц и рекламных модулей, смоделированных студентом, материалы, опубликованные на информационных сайтах. Студент может защищать так же и не опубликованные (не прошедшие в теле-, радиоэфире), но подготовленные им и заверенные редакцией материалы, пресс-релизы.

Альтернативные материалы, подготовленные учащимся, но не принятые редакцией СМИ к публикации, PR или рекламным отделом к распространению, могут быть представлены к защите, в случае, если на них стоит подпись редакции для которой они готовились («не принят к публикации») и если уровень материала позволяет его

положительно оценить. Студент должен обосновать, почему материал не был принят редакцией. В каждом конкретном случае требуется индивидуальное рассмотрение материала, как отделом практики, так и руководителем практики.

3. Оценка работы студента на практике

Заключение руководителя практики от профильной организации о работе студента

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

4. Результаты практики

Заключение руководителя практики от кафедры о работе студента

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

Оценка при защите _____

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Забайкальский государственный университет»
(ФГБОУ ВО «ЗабГУ»)
Факультет _____
Кафедра _____

**Дневник прохождения производственной (профессионально-творческой) практики
«Реклама и связи с общественностью в сфере государственного и муниципального управления»**

Магистранта ___ курса ___ группы

Фамилия _____
Имя, отчество _____
Сроки практики _____

Руководитель практики от кафедры _____
(должность, звание, степень, фамилия, имя, отчество, номер телефона)

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

«Утверждаю»

Зав.кафедрой _____
« ____ » _____ 20__ г.

1. Рабочий план проведения практики

Дата или день	Рабочий план	Отметка о выполнении

2. Индивидуальное задание на практику
(составляется руководителем практики от кафедры)

Руководитель практики
от кафедры _____ / _____

(подпись)

(Ф.И.О.)

Руководитель практики
от профильной организации _____ / _____

(подпись)

(Ф.И.О.)

Примерная форма отчета по практике

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Забайкальский государственный университет»
(ФГБОУ ВО «ЗабГУ»)

Факультет _____

Кафедра _____

ОТЧЕТ

по _____ практике

в _____
(полное наименование организации)

обучающегося _____
(фамилия, имя, отчество)

Курс _____ Группа _____

Направления подготовки (специальности) _____
(шифр, наименование)

Руководитель практики от кафедры _____
(Ученая степень, должность, Ф.И.О.)

Руководитель практики от предприятия _____
(должность, Ф.И.О.)

подпись, печать

Структура отчёта о прохождении практики

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ

1 *(Описание предприятия и т.д)*

1.1

1.2

2 *(Выполнение работ на практике, выполнение индивидуального задания)*

2.1

2.2

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ