



**СИБУПК**

Частное образовательное учреждение высшего образования  
Центросоюза Российской Федерации



**СИБИРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ  
ЗАБАЙКАЛЬСКИЙ ИНСТИТУТ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**

**УТВЕРЖДЕНА**

протоколом заседания кафедры  
коммерческого товароведения

01 сентября 2017 № 1

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_  В.Н. Кривченко

**ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ:**

Научно - исследовательская работа

**Направление подготовки: 42.03.01. РЕКЛАМА И СВЯЗИ  
С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

**направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью  
в коммерческой сфере**

**Квалификация: БАКАЛАВР**

**Трудоемкость: 6 з.е.**

Чита - 2017

Программа производственной практики: Научно- исследовательская работа разработана в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования, утвержденного Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 11 августа 2016 г. №997, профессионального(ых) стандарта (ов): 11.006 Редактор средств массовой информации. Приказ Минтруда России от 04.08.2014г. № 538н; 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации. Приказ Минтруда России от 04.08.2014г. 535н.

**СОСТАВИТЕЛЬ:** И.И. Лиценберг, канд. экон. наук, доцент кафедры коммерческого товароведения

**РЕЦЕНЗЕНТЫ :** Н.Е. Петрова, канд. экон. наук, доцент кафедры коммерческого товароведения

Представитель работодателя: А.В. Добровлянина, директор рекламно-производственной компании ООО «Мирра+» \_\_\_\_\_



**РЕКОМЕНДОВАНО К ИСПОЛЬЗОВАНИЮ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ**

на заседании кафедры коммерческого товароведения (протокол от 01.09.2017 г. № 1)

**СОГЛАСОВАНО:**

Начальник УМО  
Главный библиотекарь  
Начальник ЦИТ

 Т.С. Аверячкина  
 Л.Г. Беломестнова  
 И.Г. Ширяев

## 1. ВИД ПРАКТИКИ, СПОСОБ И ФОРМА (ФОРМЫ) ЕЕ ПРОВЕДЕНИЯ

В соответствии с учебным планом обучающиеся направления 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*, направленность «*Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере*» проходят производственную практику: Научно-исследовательская работа.

**Тип** – производственная практика: Научно- исследовательская работа.

**Способ проведения практики** – стационарная.

**Форма проведения практики** – дискретно.

Программа производственной практики: Научно- исследовательская работа разработана на основе следующих нормативных документов:

Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования № 997 от 11.08.2016г. профессиональных стандартов:

1. 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации, Приказ Минтруда России от 04.08.2014г. № 535н.
2. 06.008 Специалист по производству продукции сетевых изданий и информационных агентств, Приказ Минтруда России от 21.05.2014г. № 332н.
3. 11.006 Редактор средств массовой информации, Приказ Минтруда России от 04.08.2014г. № 538н.

- Положение о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования в СибУПК;
- Основная образовательная программа высшего образования по направлению 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*, направленность «*Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере*».

Практику по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности обучающиеся проходят в организациях различных организационно-правовых форм собственности.

Базы практики определяются договорами, заключаемыми институтом и организациями, заявками предприятий, организаций и учреждений или собственным выбором места практики обучающимися.

Методическое руководство и контроль за производственной практикой осуществляет кафедра коммерческого товароведения.

К прохождению производственной практики допускаются обучающиеся, прослушавшие теоретический курс и успешно сдавшие все, предусмотренные учебным планом виды контроля (экзамены, зачеты, курсовые работы).

Обсуждена и одобрена на заседании кафедры коммерческого товароведения, протокол от 01 сентября 2017г., №1.

## 2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПРАКТИКИ

**Цель практики** – является обобщение и систематизация исследовательского инструментария по рекламе и связям с общественностью, полученного в процессе освоения образовательной программы и использование его для

сбора и анализа по теме исследования; овладение студентами основными приемами ведения самостоятельной научно-исследовательской работы; формирование у студентов профессиональных знаний в области научно-исследовательской деятельности. закрепить теоретические знания в области организации рекламной деятельности, получить практические умения и навыки согласно требованиям, Федерального государственного образовательного стандарта по направлению 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*, направленность «*Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере*».

**Задачи практики:**

- формирование комплексного представления о специфике деятельности выпускника по направлению «Реклама и связи с общественностью»;
- овладение методами исследования по направлению;
- совершенствование умения и навыков самостоятельной научно-исследовательской деятельности;
- развитие компетентности будущего бакалавра, специализирующегося в сфере рекламы и связей с общественностью;
- сбор и систематизация материалов для написания НИР.

**3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

Процесс прохождения производственной практики направлен на формирование следующих компетенций, приобретение следующих знаний, умений и навыков: ОК-3 ОК-7 ОПК-3 ОПК-6 ПК-9 ПК-10 ПК-11 ПрК-5

<p>Планируемые результаты освоения ООП: код и формулировка компетенции <i>(в соответствии с учебным планом)</i> или ее части</p>	<p>Планируемые результаты обучения: знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций и обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения программы</p>
<p>ОК-3 способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности</p>	<p><b>Знания (З):</b>          - сущности организации экономики, основные принципы построения экономических систем, принципы и методы управления основными и оборотными средствами, методы оценки эффективности их использования, способы экономии ресурсов, механизмы ценообразования, формы оплаты труда  <b>Умения (У):</b>          - находить и использовать необходимую экономическую информацию, определять состав материальных, финансовых, трудовых ресурсов организации, заполнять первичные документы по экономической</p>

	<p>деятельности организации</p> <p><b>Навыки/опыт деятельности (Н/О):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основами экономических знаний в различных сферах деятельности и способен применять их на практике.</li> </ul>
ОК-7 способность к самоорганизации и самообразованию	<p><b>Знания (З):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- структуру познавательной деятельности и условия ее организации;</li> </ul> <p><b>Умения (У):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ставить цели и задачи профессионального и личного самообразования;</li> </ul> <p><b>Навыки/опыт деятельности (Н/О):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками построения индивидуальной траектории интеллектуального, общекультурного и профессионального развития.</li> </ul>
ОПК-3 обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью	<p><b>Знания (З):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- правила создания текстов в сфере рекламы и связей с общественностью;</li> <li>- основные правила редактирования текстов профессиональной деятельности согласно законодательным документам и этическими кодексами</li> </ul> <p><b>Умения (У):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять знания основ журналистики в профессиональной деятельности;</li> <li>- применять правила создания текстов в сфере рекламы и связей с общественностью;</li> </ul> <p><b>Навыки/опыт деятельности (Н/О):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- владеть навыками применения правил создания текстов в сфере рекламы и связей с общественностью;</li> <li>- владеть навыками редактирования текстов профессиональной деятельности согласно законодательными документами и этическими кодексами</li> </ul>
ОПК-6 способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	<p><b>Знания (З):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- общие сведения о применении компьютерных и информационных технологий в рекламе и связях с общественностью</li> </ul> <p><b>Умения (У):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять конкретные методы и методики исследований в сфере рекламы и связей с общественностью;</li> <li>- создавать различные журналистские тексты при соблюдении основных требований информационной безопасности</li> </ul> <p><b>Навыки/опыт деятельности (Н/О):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применения в профессиональной деятельности основных информационных ресурсов, посвященных рекламе и связям с общественностью, культуре речи, лингвистике, социологии, медиалогии</li> <li>- создания различных журналистских текстов при соблюдении основных требований информационной</li> </ul>

	безопасности
ПК-9 способностью проводить маркетинговые исследования	<p><b>Знания (З):</b> - основные понятия и методы маркетинга;</p> <p><b>Умения (У):</b> - использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований в профессиональной деятельности.</p> <p><b>Навыки/опыт деятельности (Н/О):</b> - организации и управления процессом маркетинга в профессиональной деятельности.</p>
ПК-10 способность организовывать и проводить социологические исследования	<p><b>Знания (З):</b> - знать методы социологических исследований и методы изучения субъектов и процессов коммуникации; - особенности развития связей с общественностью в современной России;</p> <p><b>Умения (У):</b> - уметь организовывать проводить исследования социологические исследования понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий применять некоторые методы и технологии связей с общественностью в бизнесе и в политике;</p> <p><b>Навыки /опыт деятельности (Н/О):</b> - владеть методами организации к работе исполнителей: анкетеров, интервьюеров, кодировщиков.</p>
ПК-11 способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов	<p><b>Знания (З):</b> - типы профессиональных изданий, виды исследовательских текстов в области связей с общественностью и рекламы.</p> <p><b>Умения (У):</b> - систематизировать научно- практическую информацию по теме исследований.</p> <p><b>Навыки/опыт деятельности (Н/О):</b> - приемами систематизации и обработки отобранной информации.</p>
ПрК-5 владением основами проектной деятельности в области рекламы и связей с общественностью по разработке бизнес-идеи, в том числе инновационной, подготовке технического задания, разработке бизнес-плана, составлению договора	<p><b>Знания (З):</b> - законы планирования, управления, оценки и контроля в краткосрочной и долгосрочной перспективе; - правила составления проектной документации, различия между видами проектной документации.</p> <p><b>Умения (У):</b> - использовать законы планирования, управления, оценки и контроля; - грамотно и быстро подготавливать проектную документацию.</p> <p><b>Навыки /опыт деятельности (Н/О):</b> - навыками планирования и управления в различных условиях и с различными профессиональными задачами. - информацией о нормативно-правовых актах, регулирующих составление проектной документации.</p>

#### **4. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

Обучающиеся очной формы выходят на учебную практику в 6 семестре, обучающиеся заочной формы – на 3 курсе.

Производственная практика базируется на освоении следующих дисциплин: «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Разработка рекламного и PR продукта», «Теория и практика массовой информации», «Психология массовых коммуникаций», «Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)», «Основы теории коммуникации», «Компьютерная графика», «Инновации в рекламе», «Правоведение», «Иностранный язык», «Межкультурная коммуникация».

Производственная практика: Научно-исследовательская работа способствует получению умений и навыков в области рекламной деятельности.

#### **5. ОБЪЕМ ПРАКТИКИ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ И ЕЕ ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ В НЕДЕЛЯХ ЛИБО В АКАДЕМИЧЕСКИХ ИЛИ АСТРОНОМИЧЕСКИХ ЧАСАХ**

Продолжительность практики 4 недели.

Общая трудоемкость практики составляет 6 зачетные единицы, 216 часов.

#### **6. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ**

**График (план) прохождения практики**

№ раздела	Наименование разделов (этапов) практики	Виды работ, в решении которых обучающийся принимает участие в процессе практики (включая самостоятельную работу)	Кол-во дней (недель)	Форма текущего контроля
1.	Составление индивидуального плана НИР	- при подготовке индивидуального плана НИР необходимо изучить и критически проанализировать разноплановую тематическую и профессиональную литературу: монографии, статьи, отчеты исследовательских компаний, материалы агентств и профессиональных сообществ и др.	2,0	Собеседование в рамках зачета с оценкой
2.	Составление библиографического списка по теме исследования	- продолжить изучение литературных источников по теме исследования, обработать и систематизировать записи ранее прочитанных журналов, статей и т.д.;	4,0	Собеседование в рамках зачета с оценкой
3.	Обзор основных направлений научной деятельности по теме исследования	- научно-исследовательская работа должна носить прикладной характер, поэтому цель исследования заключается в непосредственном решении практических задач. Работа основывается на вопросе исследования и рассматривает проблему исследования. В процессе могут формироваться гипотезы, которые требуют подтверждения или опровержения.	4,0	Собеседование в рамках зачета с оценкой
4.	Методология исследования: методы и инструменты научного исследования, технологии их применения, способы обработки	- используя различные методы экономического исследования, детально проанализировать статистический (экспериментальный) материал и результаты наблюдений и выявить резервы повышения эффективности производства;	4,0	Собеседование в рамках зачета с оценкой
5.	Сбор, обработка и систематизация статистических данных, социологический исследований необходимых при написании выпускной квалификационной работы	- организовать сбор необходимых статистических данных, по необходимости провести фотохронометражные и полевые наблюдения;	5,0	Собеседование в рамках зачета с оценкой

6.	Подготовка к защите отчета по НИР	- провести тщательную проверку цифрового материала, расчетов вычислений, оформить их в таблицы, графики, схемы, диаграммы;	5,0	Защита отчета НИР
----	-----------------------------------	--	-----	-------------------

Программа НИР является индивидуальной для каждого студента. Общее учебно-методическое руководство НИР и контроль ее прохождения осуществляется выпускающей кафедрой. В целях осуществления руководства кафедра выделяет преподавателя, который является руководителем НИР студентов. Руководители НИР обеспечивают каждого студента программой НИР контролируют работу студентов.

### **6.1. Организационный раздел**

Знакомство с базой практики и составление плана на весь период прохождения практики - под управлением руководителя практики. В плане должна быть отражена учебная и общественная работа студента, сбор и обработка материалов, необходимых для написания отчета по практике.

### **6.2. Основной раздел**

На этом этапе практики студенты выполняют задание, выдаваемое непосредственно руководителем на месте практики. В отчете данный этап практики может быть отражен в виде описания личных функциональных обязанностей, реализуемых студентом на рабочем месте, и практических результатов, достигнутых в процессе прохождения практики.

Во время учебной практики студенты выполняют индивидуальное базовое и самостоятельное задание, которое выдается руководителем практики. Программой учебной практики при разработке индивидуальных заданий предусматривается соблюдение следующих требований:

- учет уровня теоретической подготовки студента по дисциплинам гуманитарного, социально-экономического, математического и естественно-научного циклов к моменту проведения учебной практики;
- доступность и практическая возможность применения офисных приложений Microsoft Office 2010.

### **6.3. Заключительный раздел.**

Завершающий этап включает в себя завершение оформления дневника и письменного отчета по практике. Оформленные отчет и дневник по практике представляются на рецензию руководителю практики от кафедры до защиты практики, который оценивает отчет и отзыв-характеристику деятельности и дисциплины обучающегося при прохождении практики.

## **7. ФОРМА ОТЧЕТНОСТИ ПО ПРАКТИКЕ**

По результатам практики, обучающиеся предоставляют следующие документы и материалы: дневник практики; отчет по практике, включающий приложения.

Содержание отчетов кратко излагается в докладах, предназначенных для защиты отчетов на итоговой конференции. Полученные во время практики сведения, необходимые расчеты, таблицы, графики, образцы документов после систематизации и обработки используются для подготовки презентации.

Форма отчета и его компоненты определены кафедрой коммерческого товароведения, обязательным компонентом отчета по учебной практике является дневник.

В раздел включить:

- образец титульного листа (пример в приложении 1).
- требования к структуре и содержанию формы отчета (пример структуры отчета по производственной практике представлен в приложении 2).
- порядок и сроки предоставления отчета.

Общий объем отчета (без учета приложений) должен составлять 25-35 страниц. Работа должна быть набрана на компьютере. Текстовая часть работы выполняется на одной стороне листа формата А-4. Должны соблюдаться следующие параметры: поля - левое 25 мм, правое - 15 мм, верхнее - 20 мм,

нижнее - 25 мм, шрифт Times New Roman, кегль 14, межстрочный интервал - полуторный, выравнивание по ширине, абзацный отступ 1,0 см. Разделы отчета нумеруются арабскими цифрами, каждый раздел начинается с новой страницы. Номер страницы указывается вверху посередине листа. Таблицы нумеруются в правом верхнем углу.

## **8. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРАКТИКЕ**

Промежуточная аттестация обеспечивает оценивание окончательных результатов прохождения практики.

### 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Дисциплины /практики, формирующие компетенции	семестр	Перечень компетенций							
		ОК-3	ОК-7	ОПК-3	ОПК-6	ПК-9	ПК-10	ПК-11	ПрК5
Информационные технологии	1				+				
Математика и статистика		+							
Мировая художественная культура			+						
Психология			+						
Информационные технологии в рекламе и связях с общественностью	2				+				
Логика и теория аргументации в рекламе и связях с общественностью				+					
Учебная практика: Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности		+	+				+		
Психология массовых коммуникаций	3		+						
Основы научных исследований					+				
Маркетинг		+				+	+	+	
Экономика		+							+
Инновации в рекламе									+
Безопасность жизнедеятельности	4		+						
Маркетинг		+				+	+	+	
Маркетинговые исследования в рекламе и связях с общественностью						+	+	+	
Психология массовых коммуникаций			+						
Производственная практика: Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности						+			+
Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью	5			+					
Основы журналистики				+					
Теория и практика массовой информации					+				

Разработка рекламного и PR продукта				+					+
Стратегический маркетинг						+		+	
Маркетинговые исследования в рекламе и связях с общественностью						+	+		
Разработка упаковки							+		
Стилистика и литературное редактирование в рекламе и связях с общественностью				+					
Коммуникации и конкурентные преимущества организации						+			
Производственная практика: Научно-исследовательская работа	6	+	+	+	+	+	+	+	+
Разработка рекламного и PR продукта				+					+
Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью				+					
Проектирование рекламных кампаний		+							+
Поиск новых идей в рекламе						+	+		+
Поведение потребителей						+	+		
Стратегии рыночной конкуренции	7	+							
Реклама и связи с общественностью в сети Интернет					+				+
Наружная реклама							+		
Мастер-класс «Копирайтинг»				+					
Государственная итоговая аттестация	8	+	+	+	+	+	+	+	+

**Перечень компетенций с указанием этапов их формирования  
в процессе прохождения практики**

№ п/п	Темы (разделы) практики, обеспечивающие этапы формирования компетенций	Перечень компетенций с указанием этапов их формирования (З, У, Н/О)	Наименование оценочного средства
1	Инструктаж по практике и по технике безопасности	ОК-3:з,у ОК-7:з,у ОПК-3:з	Собеседование в рамках зачета с оценкой
2	Анализ рекламных предложений в соответствии с классификацией видов - рекламы.	ОПК-3:н/о ПК-10з,у ПК-11у	Разделы отчета по практике Собеседование в рамках зачета с оценкой
3	Знакомство с особенностями современного рекламного процесса.	ОПК-6:з,у ПК-9н/о ПК-10 у	Разделы отчета по практике Собеседование в рамках зачета с оценкой
4	Разработка рекламной стратегии предприятия	ОК-3:н/о ОПК-3:н/о ПК-9 з	Разделы отчета по практике Собеседование в рамках зачета с оценкой
5	Разработка рекламной кампании предприятия	ОК-7:н/о ОПК-6:н/о ПК-9 у ПрК-5 з	Разделы отчета по практике Собеседование в рамках зачета с оценкой
6	Выбор средств распространения рекламы	ОПК-3:н/о ПК-9 н/о ПК-11 з ПрК-5 з	Разделы отчета по практике Собеседование в рамках зачета с оценкой
7	Определение оптимальных приемов создания рекламы	ОПК-6: у, н/о ПК-9 н/о ПК-10 у	Разделы отчета по практике Собеседование в рамках зачета с оценкой
8	Разработка рекламного обращения	ПК-9 у ПК-10 н/о ПК-11 з,у	Разделы отчета по практике Собеседование в рамках зачета с оценкой
9	Оформление рекламного обращения	ПК-10 з,у ПК-11 н/о ПрК-5 н/о	Разделы отчета по практике Собеседование в рамках зачета с оценкой
10	Защита отчета		Зачет с оценкой

**8.2. Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования. Шкала оценивания**

Результаты обучения	Код формируемой компетенции	Шкала оценивания			
		<i>отлично</i>	<i>хорошо</i>	<i>удовлетворительно</i>	<i>неудовлетворительно</i>
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>

<b>знает:</b>		<b>Критерии оценки знаний</b>			
- способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности	ОК-3:	знания все-сторонние и глубокие, в рамках материала основной и дополнительной литературы	знания уверенные, в рамках материала основной и дополнительной литературы	знания достаточные (освоена большая часть программы), в рамках материала основной литературы	знания поверхностные, бессистемные,
- способность к самоорганизации и самообразованию	ОК-7:				
- обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью	ОПК-3:				
<b>умеет:</b>		<b>Критерии оценки умений</b>			
- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	ОПК-6:	свободно и самостоятельно демонстрирует умения, предусмотренные программой, применяя творческий подход	свободно и самостоятельно демонстрирует умения, предусмотренные программой, действуя по стандартным алгоритмам	демонстрирует умения, предусмотренные программой, действуя по стандартным алгоритмам, прибегая к помощи	не показывает необходимых умений в большей части заданий
- способность использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	ПК-9				
- способность реализовывать проекты и владением методами их реализации	ПК-10				
<b>владеет /имеет опыт:</b>		<b>Критерии оценки навыков / опыта</b>			

- способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов	ПК-11				
- владением основами проектной деятельности в области рекламы и связей с общественностью по разработке бизнес-идеи, в том числе инновационной, подготовке технического задания, разработке бизнес-плана, составлению договора	ПрК-5	свободно и самостоятельно выполняет задания, предусмотренные программой, применяя творческий подход	свободно и самостоятельно выполняет задания, предусмотренные программой, действуя по стандартным алгоритмам	выполняет задания, предусмотренные программой, действуя по стандартным алгоритмам, прибегая к помощи	не справляется с большей частью заданий

### **8.3. Типовые контрольные задания, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе прохождения практики.**

#### *Вопросы к собеседованию при защите отчета для оценки знаний*

1. Тенденции развития российской и международной рекламной индустрии;
2. Маркетинговые стратегии компании и задачи коммерческих коммуникаций: принципы согласования;
3. Коммуникационные аспекты брендинга. Разработка, развитие и продвижение торговых марок: маркетинговая, коммуникативная и креативная составляющие;
4. Особенности бренд-коммуникаций на российском рынке;
5. Знаки идентификации и дифференциации торговых марок.
6. Законы нейминга. Дизайн-проектирование торговых марок;
7. Дифференциация торговых марок на разных стадиях жизненного цикла: стратегии и тактики коммуникационных решений;
8. Анализ примеров успешного и неудачного формирования и развития глобальных, общенациональных и региональных торговых марок в России и за рубежом;
9. Коммуникативная поддержка репозиционирования торговых марок;
10. Разработка рекламных и коммуникационных кампаний:
11. основные принципы, стратегические решения, технологии ATL и BTL;
12. Вопросы создания эффективного коммуникационного микса для продвижения торговой марки.
13. Особенности взаимодействия рекламы с коммуникациями на местах продаж, sales promotion, PR-акциями, выставочной деятельностью, директ-

- маркетингом, product-placement, спонсорством, маркетингом событий и другими маркетинговыми коммуникациями;
14. Исследовательское обеспечение рекламных и коммуникационных кампаний.
  15. Источники маркетинговых сведений и типы исследований в бизнес-процессе разработки кампании;
  16. Психологические и социологические аспекты рекламной деятельности;
  17. Социальная психология и поведение потребителей.
  18. Мотивационная составляющая рекламы и коммерческих коммуникаций;
  19. Психология восприятия рекламных сообщений и других коммуникаций торговой марки;
  20. Психологические, социологические и семиотические аспекты рекламного воздействия;
  21. Рекламная стратегия, ее соотношение с маркетинговой, медийной и креативной стратегиями;
  22. Современные рекламные стратегии для различных типов товаров, различных стадий развития торговой марки и разных рыночных условий;
  23. Разработка медиастратегии, принципы отбора медианосителей и медиапланирование.
  24. Вопросы разработки эффективного медиамикса;
  25. Развитие традиционных и появление новых рекламоносителей.
  26. Возможности различных медиа для продвижения товаров и услуг, особенности их эффективного использования;
  27. Продвижение товаров и услуг в сети Интернет. Взаимодействие рекламы off-line и on-line;
  28. Креативная концепция, рекламная идея, рекламное сообщение. Методы поиска креативной концепции и рекламной идеи;
  29. Оценка коммуникативной эффективности рекламных и ИМК-кампаний. Критерии, методы, принципы экспертной оценки и тестирования;
  30. Оценка экономической эффективности маркетинговых коммуникаций.

*Задания, необходимые для оценки умений, навыков  
и (или) опыта деятельности*

**Задание 1.** Проанализируйте предложенные рекламные обращения (рекламы в прессе, печатной, наружной, теле- и радиорекламы). Сравните результаты анализа, сделайте выводы.

**Задание 2.** Разработайте макет рекламного обращения предложенного товара для размещения в газете и печатной рекламы (носители – по выбору студента).

**Задание 3.** Проанализируйте предложенные рекламные тексты на наличие грамматических и стилистических ошибок.

**Задание 4.** Определите выразительные средства речи, использованные в рекламных текстах.

**Задание 5.** Проанализируйте предложенный рекламный текст и разработайте свой вариант этого текста с использованием выразительных средств речи.

**Задание 6.** Разработайте рекламный текст предложенного товара (услуги).

**Задание 7.** Разработайте слоган для рекламы книги «О скоротечности и развитии памяти» методом «мозгового штурма».

**Задание 8.** Разработайте проект изобразительного или комбинированного товарного знака с использованием индексальных знаков.

**Задание 9.** Разработайте макет рекламного буклета (плаката, фирменного календаря) предложенного товара (предприятия) в компьютерной программе.

**Задание 10.** Напишите режиссерский сценарий рекламного ролика предложенного товара.

#### **8.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.**

Форма промежуточной аттестации по итогам прохождения практики – зачет с оценкой и имеет целью – определить степень достижения планируемых результатов.

Знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности обучающихся по данной форме контроля оцениваются по балльной шкале на основании защиты отчета по практике и/или индивидуального задания / по совокупности оценок в дневнике практики и оценки ответов на контрольные вопросы / иное.

Обучающиеся не позднее 10 дней по окончании практики должны представить на проверку руководителю дневник и отчет по практике. Руководитель в течение 5 дней проводит проверку дневника и отчета по практике обучающегося и готовит письменную рецензию. Руководитель может вернуть отчет по практике и дневник для доработки в соответствии с указанными в рецензии замечаниями. Руководитель организует защиту отчетов обучающихся с участием преподавателей кафедры, представителей предприятий-баз практики. По результатам защиты отчета обучающемуся выставляется зачет с оценкой.

### **9. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И РЕСУРСОВ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ**

## 9.1. Основная учебная литература

Указать три базовых учебника (учебно-методических издания) (в том числе издания ЭБС, электронные и печатные издания преподавателей университета), степень устареваемости которых НЕ БОЛЕЕ 5 лет;

1. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов: учебник / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2017. — 343 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znaniium.com>]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — [www.dx.doi.org/10.12737/textbook\\_592bf62f2c4f86.51817652](http://www.dx.doi.org/10.12737/textbook_592bf62f2c4f86.51817652).
2. Сафронова Н.Б., Корнеева И.Е. Маркетинговые исследования: Учебное пособие для бакалавров / Н.Б. Сафронова, И.Е. Корнеева - М.: Дашков и К, 2017. - 296 с. [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znaniium.com>]
3. Шарков Ф.И., Бузин В.Н. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование: Учебник / Шарков Ф.И., Бузин В.Н. - М.: Дашков и К, 2017. - 488 с. - (Учебные издания для бакалавров) ISBN 978-5-394-01185-6

## 9.2. Дополнительная учебная литература

4. Павленок П.Д. Теория, история и методика социальной работы. Избранные работы / Павленок П.Д., - 10-е изд. - М.: Дашков и К, 2017. - 592 с.: ISBN 9785394014260
5. Климантова Г. И. Методология и методы социологического исследования / Г.И. Климантова, Е.М. Черняк, А.А. Щегорцов - М.: Дашков и К, 2017. - 256 с. [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znaniium.com>]
6. Песоцкий, Е.А. Реклама: учебно - практич. пособие / Е. А. Песоцкий. - М.: Дашков и К, 2013. - 384 с.
7. Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы географического проектирования : учебное пособие / Р. Ю. Овчинникова. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 239 с.
8. Свиридова, Е.А. Правовое регулирование рекламы : учебное пособие для студентов вузов / Е. А. Свиридова. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, Закон и право, 2012. - 191 с.
9. Ткаченко, Н.В. Креативная реклама. Технологии проектирования : учебное пособие / Н. В. Ткаченко. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011 - 335 с.
10. Анашкина, Н.А. Рекламный образ : учебное пособие / Н. А. Анашкина. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014. - 175 с.
11. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф. И. Шарков. - М.: Дашков и К, 2011. - 324 с. [ЭБС Znaniium.com]

### 9.3. Нормативные документы

12. Российская Федерация. Законы. Федеральный Закон РФ «О рекламе». - КонсультантПлюс - надежная правовая поддержка : официальный сайт компании «КонсультантПлюс» : Правовые ресурсы. - Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
13. Российская Федерация. Законы. Закон РФ «О средствах массовой информации». - КонсультантПлюс - надежная правовая поддержка : официальный сайт компании «КонсультантПлюс» : Правовые ресурсы. - Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
14. Российская Федерация. Законы. Федеральный закон «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации». - КонсультантПлюс - надежная правовая поддержка : официальный сайт компании «КонсультантПлюс» : Правовые ресурсы. - Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
15. Российская Федерация. Законы. Об информации, информационных технологиях и о защите информации [Электронный ресурс] : федеральный закон от
16. 27.06.2006. № 149-ФЗ (с изм. от 21.07.2011): [одобр. СФ 14.07.2006] // КонсультантПлюс - надежная правовая поддержка : официальный сайт компании «КонсультантПлюс»: Правовые ресурсы. - Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

### 9.4. Ресурсы сети «Интернет»

17. Научная электронная библиотека Elibrary - [www.eLibrary.ru](http://www.eLibrary.ru)
18. ЭБ РГБ: <http://www.diss.rsl.ru/>
19. Библиороссика - <http://www.bibliorossica.com/>
20. Электронно-библиотечная система IPRbooks - <http://www.iprbookshop.ru/>
21. Электронно-библиотечная система Znanium.com - <http://znanium.com/>
22. Аналитический вестник Совета Федерации ФС РФ - <http://www.council.gov.ru>
23. База данных «Федеральные законы» - <http://www.council.gov.ru>
24. Виртуальный ресурсный центр для НКО - [www.trainet.org](http://www.trainet.org)
25. Журнал исследований социальной политики- <http://www.jsps.ru/>
26. Каталог общественных ресурсов в Интернет - [www.ngo.ru](http://www.ngo.ru)
27. Мир России (журнал - <http://www.ecsocman.edu.ru>
28. Независимый институт социальной политики- [www.socpol.ru](http://www.socpol.ru)
29. Фонд аналитических программ «Экспертиза» - [www.farex.ru](http://www.farex.ru)
30. Агентство региональных политических исследований (АР-ПИ) - <http://arpi.info>

## 10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ,

## ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ПРАКТИКИ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ

Под информационными технологиями понимается использование компьютерной техники и систем связи для создания, хранения, управления, передачи и поиска информации.

Для подготовки отчета по результатам прохождения практики обучающимися используются компьютеры, со специализированным программным обеспечением, используемым для обработки данных и подготовки отчета и презентации: Microsoft Office Word; Microsoft Office Excel; Microsoft Office PowerPoint.

Технология	Перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)
Работа с различными видами электронных документов	Microsoft Office: Word, Excel, PowerPoint, Adobe Acrobat Professional; Adobe Reader
Автоматизированное взаимодействие с обучающимися	Сеть Интернет, Социальные сети

## 11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА, НЕОБХОДИМАЯ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

№ и наименование аудитории	Перечень основного оборудования
Аудитории для проведения учебной практики, текущего контроля и промежуточной аттестации	
301 - кабинет гуманитарных дисциплин	Оснащен специализированной мебелью, набором учебно-наглядных пособий, соответствующих программам дисциплин, стендами и плакатами, нормативной документацией
Помещения для самостоятельной работы и написания отчета по практике	
308,305, 306 - компьютерные классы	Оснащены современными компьютерами с соответствующим программным обеспечением
Помещения для групповых и индивидуальных консультаций	
321 – кабинет рекламы	Оснащен учебно-методическими пособиями, современным компьютером с соответствующим программным обеспечением
Помещение для защиты отчета по практике	
209 - кабинет гуманитарных дисциплин	Оснащен специализированной мебелью, набором учебно-наглядных пособий, соответствующих программам дисциплин, стендами и плакатами, нормативной документацией.

## 12. ОРГАНИЗАЦИЯ И РУКОВОДСТВО ПРАКТИКОЙ

Организация и руководство практикой осуществляется на основе Положения о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования в Сибирском университете потребительской кооперации от 11 января 2016 года и Положения о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы среднего профессионального образования в Сибирском университете потребительской кооперации от 14 февраля 2014.

Методическое руководство и контроль прохождения практики осуществляет кафедра коммерческого товароведения.

Распределение студентов по предприятиям – базам практики выполняет отдел практической подготовки и содействия трудоустройству (ОППСТ).

Руководство практикой от института осуществляют преподаватели выпускающей кафедры, руководство от базы практики осуществляют ведущие специалисты предприятия.

Руководители практикой от института и руководители от баз практики составляют совместный рабочий график (план) проведения практики (Приложение 4).

До начала практики ОППСТ при участии руководителя от кафедры проводит организационный инструктаж. В процессе инструктажа студентам выдаются дневники, договоры или направления для практики; проверяется допуск студентов к практике; доводится информация о программе практики, разъясняются цели и задачи практики, порядок ее прохождения; требования к отчетности, порядок защиты отчета; критерии оценивания результатов прохождения практики.

Руководитель практики от кафедры выдает студенту индивидуальное задание (Приложение 3).

Направление обучающихся на практику проводится на основании приказа ректора университета с указанием закрепления каждого обучающегося за организацией, а также с указанием вида и сроков прохождения практики.

Обучающийся имеет право на закрепление в качестве базы практики предприятия, на котором он работает, если выполняемые им трудовые функции соответствуют содержанию практики.

Условиями допуска, обучающегося к производственной практике служат:

- освоение предшествующей части ООП;
- наличие личной медицинской книжки (по определенным направлениям подготовки);
- договор о сотрудничестве с профильной организацией по практике обучающихся / письмо-направление на практику.

### **13. ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ПРАКТИКИ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

Выполнение заданий практики обучающимися с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся, рекомендации медико-социальной экспертизы, а также индивидуальной программе реабилитации, относительно рекомендованных условий и видов труда.

При направлении обучающегося с ОВЗ в профильную организацию для прохождения предусмотренной учебным планом практики, университет согласовывает с организацией (Совместный рабочий график (план)) условия и виды труда с учетом рекомендаций медико-социальной экспертизы. При необходимости для прохождения практики могут создаваться специальные рабочие места в соответствии с характером нарушений, а также с учетом профессионального вида деятельности и характера труда, выполняемых обучающимся с ограниченными возможностями здоровья.

При необходимости, для обучающихся с ОВЗ могут быть созданы условия для прохождения практики по месту обучения - в профильном структурном подразделении университета: центре, отделе, управлении и др.



Частное образовательное учреждение высшего образования  
Центросоюза Российской Федерации



**СИБУПК**

**СИБИРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ  
ЗАБАЙКАЛЬСКИЙ ИНСТИТУТ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**

Кафедра \_\_\_\_\_

**ОТЧЕТ О \_\_\_\_\_ ПРАКТИКЕ**

*(наименование практики)*

Место прохождения практики \_\_\_\_\_

*(наименование организации (предприятия))*

Обучающийся \_\_\_\_\_ курса

\_\_\_\_\_  
*(Фамилия И.О.)*

\_\_\_\_\_  
*(группа, шифр)*

Руководитель практики \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
*(должность, ученое звание, ученая степень)*

\_\_\_\_\_  
*(Фамилия И.О.)*

Оценка после защиты \_\_\_\_\_

Дата защиты \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
*Подпись И.О. Фамилия руководителя*

Чита  
20\_\_

Пример структуры отчета  
по производственной практике

- Дневник
- Титульный лист отчета
- Индивидуальное задание на практику
- Содержание отчета

Введение

Раздел 1. Организационный раздел: раскрывается общая характеристика деятельности организации / предприятия

Раздел 2. Основная часть: раскрывается характеристика деятельности организации / предприятия *(в соответствии с целями, задачам и содержанием производственной практики)*

Раздел 3. ...

Заключение

Библиографический список

Приложения



**СИБУПК**

Частное образовательное учреждение высшего образования  
Центросоюза Российской Федерации



**СИБИРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ  
ЗАБАЙКАЛЬСКИЙ ИНСТИТУТ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**

### ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ

обучающемуся \_\_ курса \_\_\_\_\_ формы обучения  
направления подготовки \_\_\_\_\_

направленность (профиль) \_\_\_\_\_

ФИО обучающегося \_\_\_\_\_

Шифр \_\_\_\_\_

на \_\_\_\_\_ **ВИД** \_\_\_\_\_ практику

(**ТИП**)

Приказ о направлении на практику \_\_\_\_\_

Срок прохождения практики с \_\_\_\_\_ по \_\_\_\_\_

Место прохождения практики \_\_\_\_\_

Срок сдачи студентом отчета на кафедру \_\_\_\_\_

I. Перечень подлежащих разработке вопросов и общее направление работы:

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.

II. Объем отчета по практике \_\_\_\_\_

Руководитель практики \_\_\_\_\_  
(подпись)

Руководитель практики  
от профильной организации \_\_\_\_\_

Ознакомлен \_\_\_\_\_  
(подпись)

«\_\_» \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.



**СИБУПК**

Приложение 4  
Частное образовательное учреждение высшего образования  
Центросоюза Российской Федерации



**СИБИРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ  
ЗАБАЙКАЛЬСКИЙ ИНСТИТУТ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**

Совместный рабочий график (план) проведения \_\_\_\_\_ практики  
обучающихся \_\_\_ курса \_\_\_\_\_ формы обучения  
в профильной организации  
на 20з\_\_ - 20\_\_ учебный год  
Сроки практики \_\_\_\_\_  
Направление подготовки \_\_\_\_\_  
(код / направление)

Дата	Наименование разделов (этапов) практики	Виды работ, в решении которых обучающийся принимает участие в процессе практики	Место выполнения работы	Руководитель от кафедры /предприятия
1	2	3	4	5
1				
2				
3				
4				

Руководители практики от кафедры:

\_\_\_\_\_

Руководители практики от организаций:

\_\_\_\_\_

Дата согласования «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.