



**СИБУПК**

Частное образовательное учреждение высшего образования  
Центросоюза Российской Федерации

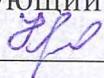


**СИБИРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ  
ЗАБАЙКАЛЬСКИЙ ИНСТИТУТ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**

**УТВЕРЖДЕНА**

протоколом заседания кафедры  
коммерческого товароведения  
«01» сентября 2017 г. № 1

Заведующий кафедрой

  
\_\_\_\_\_ В.Н. Кривченко

**ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ**

**ПРАКТИКА ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПЕРВИЧНЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ  
УМЕНИЙ И НАВЫКОВ, В ТОМ ЧИСЛЕ ПЕРВИЧНЫХ УМЕНИЙ И НА-  
ВЫКОВ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ  
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.**

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

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

**Квалификация: БАКАЛАВР**

**Трудоемкость: 3 з.е.**

Программа учебной практики: Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности 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» сентября 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 учебную практику.

**Тип** – учебная практика по получению первичных профессиональных умений и навыков.

**Способ проведения практики** – стационарная.

**Форма проведения практики** – дискретно.

Программа учебной практики по получению первичных профессиональных умений и навыков 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 первичных профессиональных умений и навыков обучающиеся проходят в учебных аудиториях института и организациях различных организационно-правовых форм собственности.

Методическое руководство и контроль за практикой по получению первичных профессиональных умений и навыков осуществляет кафедра коммерческого товароведения.

К прохождению практики по получению первичных профессиональных умений и навыков 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, «01» сентября 2017 г., протокол № 1.

## 2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПРАКТИКИ

**Цель практики** – закрепить теоретические знания в области организации рекламной деятельности, получить практические умения и навыки согласно тре-

бованиям, 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:**

- ознакомление с организацией рекламного процесса и рекламной деятельности в рекламном агентстве;
- ознакомление с методикой организации рекламной деятельности;
- приобретение необходимых практических умений и навыков в области организации рекламной деятельности: по разработке рекламной стратегии предприятия, планов рекламных мероприятий; в осуществлении выбора видов и средств рекламы для достижения конкретных маркетинговых целей; по созданию рекламных обращений;
- провести исследования и сбор необходимого практического материала.

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

Процесс прохождения учебной практики направлен на формирование следующих компетенций, приобретение следующих знаний, умений и навыков:

<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-1 способностью использовать основы философских знаний, анализировать главные способности использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции</p>	<p><b>Знания (З):</b> - основные философские течения и школы, их проблематику; <b>Умения (У):</b> - формулировать мировоззренческое содержание философских концепций с использованием философской терминологии; <b>Навыки/опыт деятельности (Н/О):</b> - выявления мировоззренческих проблем и обнаружения путей их решения.</p>
<p>ОК-2 способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции</p>	<p><b>Знания (З):</b> - основные формы и законы мышления, принципы аргументации и доказательства; <b>Умения (У):</b> - логически верно, аргументировано и ясно высказывать свои мировоззренческие взгляды; <b>Навыки/опыт деятельности (Н/О):</b> - владеет навыками дискуссии и полемики, логиче-</p>

	ски верного и аргументированного диалога.
ОК-3 способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности	<p><b>Знания (З):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 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</li> </ul> <p><b>Умения (У):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- находить и использовать необходимую экономическую информацию, определять состав материальных, финансовых, трудовых ресурсов организации, заполнять первичные документы по экономической деятельности организации</li> </ul> <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-4 способность использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности	<p><b>Знания (З):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные правовые понятия, относящиеся к различным отраслям права;</li> </ul> <p><b>Умения (У):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- умению соотносить юридическое содержание законов с реальными событиями общественной жизни;</li> </ul> <p><b>Навыки /опыт деятельности (Н/О):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>правильному ориентированию в системе законодательства;</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>
ОК-8 способность использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	<p><b>Знания (З):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные понятия теории физвоспитания, роль и место физической культуры и спорта в обеспечении здоровья нации и содействия социально-культурному развитию общества, методы и средства физической культуры для обеспечения социальной и профессиональной деятельности;</li> </ul> <p><b>Умения (У):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- находить эффективные методы и средства физической культуры для обеспечения социальной и профессиональной деятельности, выявлять позитивные и негативные стороны своей физической подготовки, правильно использовать методы физвоспитания</li> </ul>

	<p>как в теории, так и на практике</p> <p><b>Навыки/опыт деятельности (Н/О):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- средствами самостоятельного методически правильного использования методов физвоспитания и укрепления здоровья, готовностью к достижению должного уровня физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.</li> </ul>
<p>ОК-9 готовность пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий</p>	<p><b>Знания (З):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-основные законы и методы гуманитарных, социальных и экономических знаний;</li> </ul> <p><b>Умения (У):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-использовать знания и методы гуманитарных, социальных и экономических наук при решении профессиональных задач;</li> <li>-анализировать и структурировать социально и профессионально значимые проблемы, и процессы;</li> </ul> <p><b>Навыки/опыт деятельности (Н/О):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-владеет методами гуманитарных, социальных и экономических наук для анализа социально-значимых проблем и процессов.</li> </ul>
<p>ПК-10 способность организовывать и проводить социологические исследования</p>	<p><b>Знания (З):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- знать методы социологических исследований и методы изучения субъектов и процессов коммуникации;</li> <li>-особенности развития связей с общественность в современной России;</li> </ul> <p><b>Умения (У):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 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;</li> </ul> <p><b>Навыки /опыт деятельности (Н/О):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- владеть методами организации к работе исполнителей: анкетеров, интервьюеров, кодировщиков.</li> </ul>

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

Обучающиеся очной формы выходят на учебную практику во 2 семестре, обучающиеся заочной формы – на 1 курсе.

Учебная практика базируется на знаниях и умениях, полученных при изучении следующих дисциплин: «Психология», «Культурология», «История рекламы и связей с общественностью», «Мировая художественная культура», «Межкультурная коммуникация», «Концепции современного естествознания».

Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков предшествует изучению дисциплин «Инновации в рекламе», «Социология массовых коммуникаций», «Психология массовых коммуникаций», «Разработка рекламного и PR продукта», «Правоведение».

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

Продолжительность практики 2 недели.

Общая трудоемкость практики составляет 3 зачетные единицы, 108 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.	Инструктаж по практике и технике безопасности	Основные требования по организации практики. Краткое ознакомительное описание всех тем практики. Правила ведения дневника практики. Инструктаж по практике и технике безопасности в период прохождения практики.	0,5	Собеседование в рамках зачета с оценкой
2.	Анализ рекламных предложений в соответствии с классификацией видов рекламы	Анализ рекламных предложений в соответствии с классификацией видов рекламы: по объекту рекламирования, по направленности рекламы, по характеру рекламного обращения, по способу воздействия, по сегменту целевой аудитории, по охватываемой территории, по источнику финансирования, по средствам распространения рекламы. Характеристика видов рекламы.	0,5	Собеседование в рамках зачета с оценкой
3.	Знакомство с особенностями современного рекламного процесса	Построение схемы современного рекламного процесса. Определение направлений взаимодействия рекламодателя и рекламного агентства. Сбор информации и заполнение информационного листа, необходимого для создания рекламной продукции. Знакомство со структурой, с особенностями организации рекламной работы рекламного агентства.	1,0	Собеседование в рамках зачета с оценкой
4.	Разработка рекламной стратегии предприятия	Определение роли рекламы в комплексе маркетинговых коммуникаций. Поэтапная разработка рекламной стратегии предприятия. Построение модели рекламной коммуникации. Определение места рекламы в удовлетворении запросов потребителей.	2,0	Собеседование в рамках зачета с оценкой

5.	Разработка рекламной кампании предприятия	Последовательность разработки программы рекламной кампании. Рекомендации по организации эффективной рекламной кампании. Планирование рекламных мероприятий. Определение затрат на рекламную кампанию. Определение эффективности рекламной деятельности.	2,0	Собеседование в рамках зачета с оценкой
6.	Выбор средств распространения рекламы	Определение факторов, влияющих на выбор рекламо-носителей. Планирование размещения рекламы в соответствии с программой рекламной кампании. Медиа-план. Характеристика средств распространения рекламы.	2,0	Собеседование в рамках зачета с оценкой
7.	Определение оптимальных приемов создания рекламного обращения	Применение психологических приемов при создании рекламного обращения: противопоставления, провокации, «решение проблемной ситуации», стимуляции подражания, проецирования ситуаций и использования атрибутов социальной ориентации, создания экспрессивно - эмоциональной и метафоричной рекламы, ожидания, фрустрации. Применение метафор при создании рекламного обращения. Выделение уникальных признаков товара.	2,0	Собеседование в рамках зачета с оценкой
8.	Разработка рекламного обращения	Разработка творческой идеи рекламного обращения. Работа над формой рекламного обращения. Формирование стиля рекламного обращения. Написание текста рекламного обращения. Выбор оптимальных вербальных компонентов рекламного обращения (заголовков, слоган, эхо-фраза, структуры основного текста). Определение невербальных компонентов рекламного обращения (образ, композиция).	1,0	Собеседование в рамках зачета с оценкой

9.	Оформление рекламного обращения	Шрифтовое оформление рекламного обращения. Выбор художественно-изобразительных средств для оформления рекламного обращения. Художественное оформление рекламного обращения. Компьютерная верстка рекламного обращения.	1,0	презентация
----	---------------------------------	---	-----	-------------

### 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.

### 6.2. Основной раздел

На этом этапе практики студенты выполняют задание, выдаваемое непосредственно руководителем на месте практики. 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. Оформленный дневник по практике представляется на рецензию руководителю практики от кафедры до защиты практики, который оценивает дневник 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; приложения.

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

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

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

Промежуточная аттестация обеспечивает оценивание окончательных результатов прохождения практики.



**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-1з, ПК-10у.н/о	Собеседование в рамках зачета с оценкой
2	Анализ рекламных предложений в соответствии с классификацией видов - рекламы.	ОК-1у ОК-2з ОК-3н/о ОК-4у	Дневник по практике Собеседование в рамках зачета с оценкой
3	Знакомство с особенностями современного рекламного процесса.	ОК-1у ОК-2у ОК-3н/о ОК-4н/о	Дневник по практике Собеседование в рамках зачета с оценкой
4	Разработка рекламной стратегии предприятия	ОК-7у ОК8з ОК-9н/о	Дневник по практике Собеседование в рамках зачета с оценкой
5	Разработка рекламной кампании предприятия	ОК-7н/о ОК8у ОК-9н/о	Дневник по практике Собеседование в рамках зачета с оценкой
6	Выбор средств распространения рекламы	ОК-1н/о ОК-2н/о ОК-3у ОК-4у	Дневник по практике Собеседование в рамках зачета с оценкой
7	Определение оптимальных приемов создания рекламы	ОК-7з ОК8у ОК-9н/о	Дневник по практике Собеседование в рамках зачета с оценкой
8	Разработка рекламного обращения	ОК-2н/о ОК-3у ОК-4з ПК-10н/о	Дневник по практике Собеседование в рамках зачета с оценкой
9	Оформление рекламного обращения	ОК-7у ОК8зн/о ОК-9н/о ПК-10з	Дневник по практике Собеседование в рамках зачета с оценкой
10	Защита прохождения учебной практики	ОК-1з,у,н/о ОК-2 з,у,н/о ОК-3 з,у,н/о ОК-4 з,у,н/о ОК-7 з,у,н/о ОК8 з,у,н/о ОК-9н/ з,у,н/о ПК-10 з,у,н/о	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 философских знаний, анализировать главные способности использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции	ОК-1	знания всесторонние 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 анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции	ОК-2:				
- способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности	ОК-3:				
<b>умеет:</b>		<b>Критерии оценки умений</b>			
- способность использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности	ОК-4:	свободно и самостоятельно демонстрирует умения, предусмотренные программой,	свободно и самостоятельно демонстрирует умения, предусмотренные программой, действуя по	демонстрирует умения, предусмотренные программой, действуя по стандартным алгоритмам,	не показывает необходимых умений в большей части заданий
- способность к самоорганизации и самообразованию	ОК-7:				

- способность использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	ОК-8	применяя творческий подход	стандартным алгоритмам	прибегая к помощи	
<b>владеет /имеет опыт:</b>		Критерии оценки <b>навыков / опыта</b>			
- готовность пользоваться основными методами защиты персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий	ОК-9	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
- способность реализовывать проекты и владением методами их реализации	ПК-10				

### **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 учебной практики  
для оценки знаний*

1. PR: понятие, история и структура.
2. Роль «Связей с общественностью» в современном обществе.
3. Правовое и этическое обеспечение деятельности в сфере связей с общественностью.
4. Правовые основы рекламы и отношений с общественностью в Российской Федерации.
5. Основы методологии PR.
6. Стратегическое планирование PR –деятельности.
7. Коммуникация как процесс и структура.
8. Теория массовой коммуникации.
9. PR в системе маркетинга.
10. Понятие и коммуникативные функции имиджа в связях с общественностью.
11. Роль рекламы и PR в создании имиджа компании.
12. Технология формирования имиджа компании. Особенности российской практики.

13. Реклама и медиапланирование.
14. Паблик рилейшнз и средства массовой информации.
15. Сущность и особенности коммуникативных процессов в политике.
16. Политическое консультирование и политический консультант.
17. Основные организационные структуры в связях с общественностью.
18. Связи с общественностью в государственных структурах.
19. Место PR в органах государственной власти.
20. Связи с общественностью в некоммерческих организациях.
21. PR-служба и фирма: структура и функции.
22. PR на предприятии.
23. Связи с общественностью и культура бизнеса.
24. PR-технологии в привлечении инвестиций.
25. Роль PR в привлечении инвестиций.
26. Связи с общественностью и управление кризисными ситуациями.
27. Управление информацией и конструирование новостей.
28. Формы подачи информационно-новостных материалов.
29. Психологические мотивы и приемы PR.
30. Рекламные технологии PR.
31. Процедурные технологии PR.
32. Базовые документы по PR.
33. Опыт работы стран с развитой рыночной экономикой в области связей с общественностью.
34. Анализ практики российских предприятий в сфере PR.

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

**Задание 1.** Рекламное продвижение товара: проведите сравнительный анализ концептуальных подходов.

**Задание 2.** Раскройте, в чем заключается системная методология анализа рекламного сообщения?

**Задание 3.** Назовите специфику рекламы в постиндустриальном обществе.

**Задание 4.** Охарактеризуйте структурные элементы рекламного обращения.

**Задание 5.** Эффективная реклама – психологические особенности и требования.

**Задание 6.** Назовите пути рекламного продвижения в организации. Определите значение рекламы в развитии организаций.

**Задание 7.** Проанализируйте образцы рекламы на соответствие требованиям нормативных документов.

**Задание 8.** Охарактеризуйте особенности и цели PR.

**Задание 9.** Дайте характеристику основным подходам к медиапланированию.

**Задание 10.** Назовите основные рейтинговые показатели эффективности размещения рекламы в СМИ.

#### **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 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 по практике. Руководитель в течение 5 дней проводит проверку дневника по практике обучающегося и готовит письменную рецензию. Руководитель может вернуть дневник для доработки в соответствии с указанными в рецензии замечаниями. Руководитель организует защиту прохождения учебной практики обучающихся с участием преподавателей кафедры, представителей предприятий-баз практики. По результатам защиты 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.znanium.com>]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — [www.dx.doi.org/10.12737/textbook\\_592bf62f2c4f86.51817652](http://www.dx.doi.org/10.12737/textbook_592bf62f2c4f86.51817652).
2. Ильин, А.С. Теория и практика связей с общественностью: курс лекций / А. С. Ильин. - М.: КНОРУС, 2014. - 208 с.
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. Морозова, Н.С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учебник для студ высш. учеб. заведений / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. - М.: "Академия", 2011. - 288 с.
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 Znanium.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 материалов по результатам прохождения практики обучающимися используются компьютеры, со специализированным программным обеспечением, используемым для обработки данных и подготовки 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 материалов 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 практики	
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.

Руководство практикой от института осуществляют преподаватели выпускающей кафедры.

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

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