

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Факультет журналистики

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
проректор

подпись

«31» мая 2024 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ
УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ
Б2.О.01.01 (У) ПРОФЕССИОНАЛЬНО-
ОЗНАКОМИТЕЛЬНАЯ ПРАКТИКА. ЧАСТЬ 1**

(код и наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность 42.03.01 реклама и связи с
общественностью

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Направленность (профиль) / специализация реклама и связи с
общественностью в СМИ

(наименование направленности (профиля) специализации)

Форма обучения очная, заочная

(очная, очно-заочная, заочная)

Квалификация (степень) выпускника бакалавр

(бакалавр, магистр, специалист)

Краснодар 2024

Рабочая программа Учебной практики Профессионально-ознакомительная практика. Часть 1 составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 42.03.01 реклама и связи с общественностью

Программу составил(и):

М.А. Кучменко, доц., канд. филол. наук

И.О. Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание


подпись


А.Н. Минская, ст. преп., канд. филол. наук

И.О. Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание


подпись

И.О. Никулин, доц., канд. филол. наук, доц.

И.О. Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание


подпись

Рабочая программа Учебной практики Профессионально-ознакомительная практика. Часть 1 утверждена на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью

протокол №10 «13» мая 2024 г.

Заведующий кафедрой

рекламы и связей с общественностью Патюкова Р.В.

фамилия, инициалы


подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета журналистики

протокол №10 «15» мая 2024 г.

Председатель УМК факультета Хлопунова О.В.

фамилия, инициалы


подпись

Рецензенты:

И.Г. Крайних, генеральный директор рекламного агентства «ОКЕЙ-ПРЕСС»

З.Ш. Кидакоева, канд. филол. наук, доц. кафедры истории и правового регулирования массовых коммуникаций ФГБОУ ВО «КубГУ»

1. Цели практики.

Целью прохождения учебной практики (профессионально-ознакомительной практики. Часть1) является получение профессиональных умений и навыков и формирование следующих компетенций, регламентируемых ФГОС ВО:

ОПК-4; ПК-1; ПК-4.

2. Задачи практики:

- закрепление теоретических знаний, полученных бакалавром в процессе обучения
- приобретение практических навыков, необходимых для профессиональной деятельности в соответствии с требованиями к уровню подготовки бакалавра;
- обучение практическим навыкам в области рекламы и связей с общественностью.

3. Место практики в структуре ООП.

Учебная практика (профессионально-ознакомительная практика. Часть 1) относится к Блоку 2 Практики, который в полном объеме относится к обязательной части.

Практика базируется на освоении следующих дисциплин: «Введение в профессию», «Интегрированные коммуникации в рекламе и связях с общественностью».

Учебная практика (профессионально-ознакомительная практика. Часть 1) является необходимым этапом подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. В процессе прохождения учебной практики студенты приобретают практические навыки и умения в профессиональной сфере, а также совершенствуют познания в производственной деятельности. Научная составляющая данной практики подразумевает изучение и обобщение исторического и современного опыта отечественного и зарубежного опыта в сфере рекламы и связей с общественностью, владение методикой написания авторских материалов.

4. Тип (форма) и способ проведения практики.

Тип практики: учебная практика (профессионально-ознакомительная практика. Часть1)

Способ проведения учебной практики (профессионально-ознакомительной практики. Часть 1): стационарна, выездная.

Форма – учебная практика (профессионально-ознакомительная практика. Часть1) проводится в дискретной форме по периодам проведения практик (непрерывная).

Место прохождения практики: базы практик факультета журналистики.

5. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

В результате прохождения практики студент должен приобрести следующие компетенции в соответствии с ФГОС ВО и учебным планом: ОПК-4; ПК-1; ПК-4.

Код и наименование индикатора*	Результаты прохождения практики
ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	
ИОПК-4.1. Знает запросы и потребности аудитории	Знает: запросы и потребности аудитории
	Умеет: анализировать информацию о запросах и потребностях аудитории
	Владеет: навыками определения запросов и потребностей аудитории

Код и наименование индикатора*	Результаты прохождения практики
ИОПК-4.2. Умеет анализировать информацию о запросах и потребностях аудитории	Знает методы анализа информации о запросах и потребностях аудитории
	Умеет анализировать информацию о запросах и потребностях аудитории
	Владеет навыками анализа информации о запросах и потребностях аудитории
ИОПК-4.3. Владеет навыками работы с медиатекстами, отвечающими запросам и потребностям аудитории	Знает: жанры медиатекстов
	Умеет: работать с медиатекстами, отвечающими запросам и потребностям аудитории
	Владеет: навыками работы с медиатекстами, отвечающими запросам и потребностям аудитории
ПК-1. Способен разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации, способствующую увеличению продаж продукции СМИ	
ИПК-1.1. Знает основы маркетинга и маркетинговых исследований	Знает: основы маркетинга и маркетинговых исследований
	Умеет: применять основы маркетинга и маркетинговых исследований
	Владеет: навыками работы с основами маркетинга и маркетинговых исследований
ИПК-1.2. Умеет разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации	Знает: методы и способы разработки и планирования маркетинговой стратегии организации
	Умеет: разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации
	Владеет: навыками разработки и планирования маркетинговой стратегии организации
ИПК-1.3. Владеет техниками и технологиями разработки и планирования маркетинговой стратегии организации, способствующей увеличению продаж продукции СМИ	Знает: техники и технологии разработки и планирования маркетинговой стратегии организации
	Умеет: владеть техниками и технологиями разработки и планирования маркетинговой стратегии организации
	Владеет: навыками работы с техниками и технологиями разработки и планирования маркетинговой стратегии организации, способствующей увеличению продаж продукции СМИ
ПК-4. Способен осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта	
ИПК-4.1. Знает методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации	Знает: методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации
	Умеет: владеть знаниями методологических основ исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации

Код и наименование индикатора*	Результаты прохождения практики
	Владеет: навыками работы с методологическими основами исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации
ИПК-4.2 Умеет осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта	Знает: основы мониторинга коммуникационной инфраструктуры организации и анализа информационных потребностей посетителей сайта
	Умеет: осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта
	Владеет: навыками мониторинга коммуникационной инфраструктуры организации и анализа информационных потребностей посетителей сайта
ИПК-4.3. Владеет методами и приемами проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта	Знает: методы и приемы проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта
	Умеет: применять методы и приемы проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта
	Владеет: методами и приемами проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта

6. Структура и содержание практики

Объем практики для ОФО составляет 6 зачетных единиц (216 часов), в том числе 96 часов в форме практической подготовки и 120 часов самостоятельной работы, для ЗФО составляет 6 зачетных единиц (216 часов), в том числе 48 часов в форме практической подготовки и 168 часов самостоятельной работы. Продолжительность практики 4 недели. Время проведения практики 2 семестр.

Содержание разделов программы практики, распределение бюджета времени практики на их выполнение представлено в таблице:

№ п/п	Разделы (этапы) практики по видам учебной деятельности, включая самостоятельную работу	Содержание раздела	Бюджет времени, (недели, дни)
1.	Подготовительный этап	Установочная конференция по практике (до начала практики), составление рабочего графика (плана) проведения практики,	1 день

		проведение инструктажа по технике безопасности на предприятии, по требованиям охраны труда, по пожарной безопасности. Инструктаж по правилам внутреннего трудового распорядка. Согласование индивидуального задания, содержания и планируемых результатов практики.	
2.	Учебно-ознакомительный этап	Закрепление теоретических знаний, полученных в ходе изучения дисциплин. Составление списка научной и научно-методической специальной литературы в соответствии с поставленной задачей. Изучение нормативной документации базы практики и деятельности специалиста в области рекламы и PR. Анализ информационных источников, сбор дополнительной информации, обработка и систематизация собранного материала.	1 неделя
3.	Практическая подготовка	Выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью. Индивидуальная работа по выполнению задания программы практики, в том числе написание рекламной или PR-статьи и анализ сайта.	2-3 неделя
4.	Подготовка отчетных документов по практике	Подготовка отчета по практике, дневника практики, получение характеристики с места прохождения практики с указанием рекомендуемой оценки, заполнение оценочного листа. Итоговая конференция по практике.	4 неделя

Продолжительность каждого вида работ, предусмотренного планом, уточняется студентом совместно с руководителем практики.

Форма промежуточной аттестации - дифференцированный зачет с выставлением оценки.

7. Формы образовательной деятельности в ходе прохождения обучающимися практики

Практика проводится:

в форме контактной работы обучающихся с руководителем практики от университета включает в себя проведение установочной и заключительной конференций, составление рабочего графика (плана) проведения практики, разработке индивидуальных заданий, выполняемых в период практики, оказание методической помощи по вопросам прохождения практики, осуществление текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

в форме практической подготовки путем непосредственного выполнения обучающимися определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью;

в форме самостоятельной работы обучающихся;

в иных формах работы относится проведение руководителем практики от профильной организации инструктажа обучающихся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также с правилами внутреннего трудового распорядка, согласование индивидуальных заданий, содержания и планируемых результатов практики, осуществление координационной работы и консультирования обучающихся в период прохождения практики, оценка результатов прохождения практики, составление характеристики (отзыва) о прохождении практики.

8. Формы отчетности практики.

В качестве основной формы отчетности по практике устанавливается письменный отчет. Макет отчета по практике приведен в Приложении к РПП.

9. Образовательные технологии, используемые на практике.

При проведении практики используются образовательные технологии в форме консультаций руководителей практики от университета и руководителей практики от профильной организации, а также в виде самостоятельной работы студентов.

Кроме традиционных образовательных, научно-исследовательских технологий, используемых в процессе практической деятельности, используются и интерактивные технологии (анализ и разбор конкретных ситуаций, подготовка на их основе рекомендаций) с включением практикантов в активное взаимодействие всех участвующих в процессе делового общения.

10. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов на практике.

Учебно-методическим обеспечением самостоятельной работы студентов при прохождении практики являются:

1. Учебная литература.
2. Нормативные документы, регламентирующие прохождение практики студентом;
3. Методические разработки для студентов, определяющие порядок прохождения и содержание практики .

Самостоятельная работа студентов во время прохождения практики включает:

- ведение дневника практики;
- оформление итогового отчета по практике;
- анализ нормативно-методической базы организации;
- анализ и обработку информации, полученной ими при прохождении практики;
- работу с научной, учебной и методической литературой;
- работа с конспектами лекций, ЭБС.

11. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике.

Структура оценочных средств для текущей и промежуточной аттестации

№ п/п	Разделы (этапы) практики по видам учебной деятельности, включая самостоятельную работу обучающихся	Код и наименование индикатора	Формы текущего контроля	Описание показателей и критериев оценивания индикаторов на различных этапах их формирования
1.	Подготовительный этап	<p>ИОПК-4.1. Знает запросы и потребности аудитории</p> <p>ИОПК-4.2. Умет анализировать информацию о запросах и потребностях аудитории</p> <p>ИОПК-4.3. Владеет навыками работы с медиатекстами, отвечающими запросам и потребностям аудитории</p> <p>ИПК-1.1. Знает основы маркетинга и маркетинговых исследований</p> <p>ИПК-1.2 Умеет разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации</p> <p>ИПК-1.3. Владеет техниками и технологиями разработки и планирования маркетинговой стратегии организации,</p>	<p>Записи в журналах инструктажа по технике безопасности на предприятии, по требованиям охраны труда, по пожарной безопасности, по правилам внутреннего трудового распорядка.</p> <p>Записи в дневнике</p> <p>Согласование индивидуального задания и плана-графика работ.</p>	<p>Прохождение инструктажа по технике безопасности, инструктажа по требованиям охраны труда, инструктажа по пожарной безопасности, инструктажа по правилам внутреннего трудового распорядка</p>

		<p>способствующей увеличению продаж продукции СМИ</p> <p>ИПК-4.1. Знает методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации</p> <p>ИПК-4.2. Умеет осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта</p> <p>ИПК-4.3. Владеет методами и приемами проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта</p>		
2.	Учебно-ознакомительный этап	<p>ИОПК-4.1. Знает запросы и потребности аудитории</p> <p>ИОПК-4.2. Умет анализировать информацию о запросах и потребностях аудитории</p> <p>ИОПК-4.3. Владеет навыками работы с</p>	<p>Дневник практики, отчет, составление списка научной литературы</p>	<p>Результаты выполнения заданий</p>

		<p>медиа-текстами, отвечающими запросам и потребностям аудитории</p> <p>ИПК-1.1. Знает основы маркетинга и маркетинговых исследований</p> <p>ИПК-1.2 Умеет разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации</p> <p>ИПК-1.3. Владеет техниками и технологиями разработки и планирования маркетинговой стратегии организации, способствующей увеличению продаж продукции СМИ</p> <p>ИПК-4.1. Знает методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации</p> <p>ИПК-4.2. Умеет осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта</p>		
--	--	---	--	--

		ИПК-4.3. Владеет методами и приемами проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта		
3.	Практическая подготовка.	<p>ИОПК-4.1. Знает запросы и потребности аудитории</p> <p>ИОПК-4.2. Умет анализировать информацию о запросах и потребностях аудитории</p> <p>ИОПК-4.3. Владеет навыками работы с медиатекстами, отвечающими запросам и потребностям аудитории</p> <p>ИПК-1.1. Знает основы маркетинга и маркетинговых исследований</p> <p>ИПК-1.2 Умеет разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации</p> <p>ИПК-1.3. Владеет техниками и технологиями разработки и планирования маркетинговой стратегии</p>	<p>Дневник практики, отчет, подготовка текста статьи для рекламных и PR-акций, анализ сайта</p>	<p>Результаты выполнения заданий</p>

		<p>организации, способствующей увеличению продаж продукции СМИ</p> <p>ИПК-4.1. Знает методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации</p> <p>ИПК-4.2. Умеет осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта</p> <p>ИПК-4.3. Владеет методами и приемами проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта</p>		
4.	Подготовка отчетных документов по практике.	<p>ИОПК-4.1. Знает запросы и потребности аудитории</p> <p>ИОПК-4.2. Умет анализировать информацию о запросах и потребностях аудитории</p>	<p>Проверка: оформление и содержание отчета, дневника и прочее, доклад на отчетной конференции</p>	<p>Отчет, дневник, характеристика, оценочный лист</p>

	<p>ИОПК-4.3. Владеет навыками работы с медиатекстами, отвечающими запросам и потребностям аудитории</p> <p>ИПК-1.1. Знает основы маркетинга и маркетинговых исследований</p> <p>ИПК-1.2 Умеет разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации</p> <p>ИПК-1.3. Владеет техниками и технологиями разработки и планирования маркетинговой стратегии организации, способствующей увеличению продаж продукции СМИ</p> <p>ИПК-4.1. Знает методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации</p> <p>ИПК-4.2. Умеет осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта</p>		
--	--	--	--

		ИПК-4.3. Владеет методами и приемами проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта		
--	--	---	--	--

Текущий контроль предполагает контроль ежедневной посещаемости студентами рабочих мест в организации и контроль правильности формирования компетенций.

Промежуточный контроль предполагает проведение по окончании практики проверки документов (отчет, дневник, характеристика студента, портфолио, отзыв). Документы обязательно должны быть заверены подписью руководителя практики.

Критерии оценивания результатов обучения

Оценка	Критерии оценивания по дифференцированному зачету
Высокий уровень «5» (отлично)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Полностью представлен материал в соответствии с индивидуальным заданием; 2. Своевременно представлен отчет, качественное оформление 3. Полноценная защита отчёта, высокое качество ответов на вопросы
Средний уровень «4» (хорошо)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Достаточно полное представление материала в соответствии с индивидуальным заданием; 2. Достаточно своевременное представление отчёта, среднее качество оформления 3. Защита отчёта, качество ответов на отдельные вопросы
Пороговый уровень «3» (удовлетворительно)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Недостаточно полное представленного материала в соответствии с индивидуальным заданием; 2. Своевременное представление отчёта, удовлетворительное качество оформления (с ошибками) 3. Защита отчёта, качество ответов на отдельные вопросы
Минимальный уровень «2» (неудовлетворительно)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Не представлен материал в соответствии с индивидуальным заданием; 2. Не представлен отчет 3. Отсутствие защиты отчёта

12. Перечень учебной литературы, информационных ресурсов и технологий

12.1. Учебная литература

1. Архангельская, И. Б. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебное пособие / И.Б. Архангельская, Л.Г. Мезина, А.С. Архангельская. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2022. — 171 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI: <https://doi.org/10.12737/5722>. - ISBN 978-5-369-01485-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1856787> (дата обращения: 15.10.2022). – Режим доступа: по подписке. URL: <https://biblio-online.ru/book/FB2A2FDC-ED57-4BC1-8F45-90D90432872D>.
2. Дымова, И. Редактирование текстов массовой коммуникации: учебное пособие / И. Дымова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Оренбургский государственный университет». – Оренбург: ОГУ, 2012. – 191 с. ; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=259176>
3. Касьянов, В. В. Социология массовой коммуникации [Электронный ресурс] учебник для академического бакалавриата / В. В. Касьянов. – М. : Юрайт, 2018. – 299 с. –
4. Костромина, Е.А. Изучение рекламы как средства массовых коммуникаций: социолингвистический аспект: сборник статей / Е.А. Костромина. - Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2014. – 92 с. : ил. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-3088-4 ; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=272546>
5. Судоргина, З. Копирайтинг: тексты, которые продаются / З. Судоргина. – Изд. 2-е. – Ростов-н/Д : Феникс, 2014. – 288 с. : ил. - (Бизнес-класс). – ISBN 978-5-222-21909-6; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=256458>
6. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учебное пособие для студентов вузов [Электронный ресурс]: учеб. пособие – Электрон. дан. – Москва: Аспект Пресс, 2016. – 159 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/97267>.
7. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции: учебное пособие [Электронный ресурс]: учеб. пособие / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров, С.А. Самойленко. – Электрон. дан. – Москва: Издательский дом "Дело" РАНХиГС, 2016. – 520 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/75182>.
8. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс]: учебник / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин; под общ. ред. Ф. И. Шаркова. – М.: Дашков и К°, 2015. – 488 с. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=454107&sr=1.
9. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике: Учебное пособие [Электронный ресурс]: учеб. пособие – Электрон. дан. – Москва: Дашков и К, 2016. – 336 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/93373>.
10. Шарков, Ф.И. Коммуникология: коммуникационный консалтинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ф. И. Шарков. – М. : Дашков и К°, 2016. – 408 с. – URL: <https://e.lanbook.com/book/93302#authors>.

12.2. Периодическая литература

1. Базы данных компании «Ист Вью» <http://dlib.eastview.com>
2. Электронная библиотека GREBENNIKON.RU <https://grebennikon.ru/>

12.3. Интернет-ресурсы, в том числе современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Электронно-библиотечные системы (ЭБС):

1. ЭБС «Лань» <http://e.lanbook.com/> ООО «ЭБС ЛАНЬ» Контракт № 1011/2022/4 от 01 декабря 2022 г.
2. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» www.biblioclub.ru ООО «Директ-Медиа» Договор № 1011/2022/3 от 05 декабря 2022 г.
3. ОП «Юрайт» <https://urait.ru/> ООО Электронное издательство «Юрайт» Договор № 1011/2022/2 от 29 ноября 2022 г.
4. ЭБС «BOOK.ru» <https://www.book.ru> ООО «КноРус медиа» Договор № 1011/2022/9 от 06 декабря 2022 г.
5. ЭБС «ZNANIUM» www.znanium.com ООО «ЗНАНИУМ» Договор № 1011/2022/5 от 30 ноября 2022 г.

Профессиональные базы данных

1. **Scopus** <http://www.scopus.com/>
2. **ScienceDirect** <https://www.sciencedirect.com/>
3. **Журналы издательства Wiley** <https://onlinelibrary.wiley.com/>
4. **Научная электронная библиотека (НЭБ)** <http://www.elibrary.ru/>
5. **Полнотекстовые архивы ведущих западных научных журналов на Российской платформе научных журналов НЭИКОН** <http://archive.neicon.ru>
6. **Национальная электронная библиотека** (доступ к Электронной библиотеке диссертаций Российской государственной библиотеки (РГБ) <https://rusneb.ru/>
7. **Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина** <https://www.prlib.ru/>
8. **База данных CSD Кембриджского центра кристаллографических данных (CCDC)** <https://www.ccdc.cam.ac.uk/structures/>
9. **Springer Journals:** <https://link.springer.com/>
10. **Springer Journals Archive:** <https://link.springer.com/>
11. **Nature Journals:** <https://www.nature.com/>
12. **Springer Nature Protocols and Methods:** <https://experiments.springernature.com/sources/springer-protocols>
13. **Springer Materials:** <http://materials.springer.com/>
14. **Nano Database:** <https://nano.nature.com/>
15. **Springer eBooks (i.e. 2020 eBook collections):** <https://link.springer.com/>
16. **"Лекториум ТВ"** <http://www.lektorium.tv/>
17. **Университетская информационная система РОССИЯ** <http://uisrussia.msu.ru>

Информационные справочные системы

1. **Консультант Плюс** - справочная правовая система (доступ по локальной сети с компьютеров библиотеки)

Ресурсы свободного доступа

1. **КиберЛенинка** <http://cyberleninka.ru/>;
2. **Американская патентная база данных** <http://www.uspto.gov/patft/>
3. **Министерство науки и высшего образования Российской Федерации** <https://www.minobrnauki.gov.ru/>;
4. **Федеральный портал "Российское образование"** <http://www.edu.ru/>;
5. **Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам"** <http://window.edu.ru/>;

6. **Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов** <http://school-collection.edu.ru/> .
7. **Проект Государственного института русского языка имени А.С. Пушкина "Образование на русском"** <https://pushkininstitute.ru/>;
8. **Справочно-информационный портал "Русский язык"** <http://gramota.ru/>;
9. **Служба тематических толковых словарей** <http://www.glossary.ru/>;
10. **Словари и энциклопедии** <http://dic.academic.ru/>;
11. **Образовательный портал "Учеба"** <http://www.ucheba.com/>;
12. **Законопроект "Об образовании в Российской Федерации". Вопросы и ответы** http://xn--273--84d1f.xn--p1ai/voprosy_i_otvety

Собственные электронные образовательные и информационные ресурсы КубГУ

1. **Электронный каталог Научной библиотеки КубГУ**
<http://megapro.kubsu.ru/MegaPro/Web>
2. **Электронная библиотека трудов ученых КубГУ**
<http://megapro.kubsu.ru/MegaPro/UserEntry?Action=ToDb&idb=6>
3. **Среда модульного динамического обучения** <http://moodle.kubsu.ru>
4. **База учебных планов, учебно-методических комплексов, публикаций и конференций** <http://infoneeds.kubsu.ru/>
5. **Библиотека информационных ресурсов кафедры информационных образовательных технологий** <http://mschool.kubsu.ru/>;
6. **Электронный архив документов КубГУ** <http://docspace.kubsu.ru/>
7. **Электронные образовательные ресурсы кафедры информационных систем и технологий в образовании КубГУ и научно-методического журнала "ШКОЛЬНЫЕ ГОДЫ"** <http://icdau.kubsu.ru/>

13. Методические указания для обучающихся по прохождению учебной практики (профессионально-ознакомительной. Часть 1)

Перед началом учебной практики на предприятии студентам необходимо ознакомиться с правилами безопасной работы и пройти инструктаж по технике безопасности.

В соответствии с заданием на практику совместно с руководителем студент составляет план прохождения практики. Выполнение этих работ проводится студентом при систематических консультациях с руководителем практики от предприятия.

Студенты, направляемые на практику, обязаны:

- явиться на установочное собрание, проводимое руководителем практики;
- детально ознакомиться с программой и рабочим планом практики;
- явиться на место практики в установленные сроки;
- выполнять правила охраны труда и правила внутреннего трудового распорядка;
- выполнять указания руководителя практики, нести ответственность за выполняемую работу;
- проявлять инициативу и максимально использовать свои знания, умения и навыки на практике;
- выполнить программу и план практики, решить поставленные задачи и своевременно подготовить отчет о практике.

Практика для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов проводится с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

14. Материально-техническое обеспечение практики.

Для самостоятельной работы обучающихся предусмотрены помещения, укомплектованные специализированной мебелью, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Наименование помещений для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся	Перечень лицензионного программного обеспечения
<p>Помещение для самостоятельной работы обучающихся (читальный зал Научной библиотеки)</p>	<p>Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)</p>	<p>1. MicrosoftOffice 365 ProfessionalPlus – Пакет ПО для учащихся с использованием облачных технологий (Microsoft). Артикул правообладателя O365ProPlusforEDU ShrdSvr AllLng MonthlySubscriptions-VolumeLicense MVL 1License PerUsr STUUseBnft 5XS-00002. Соглашение Microsoft “Enrollment for Education Solutions” 72569510.Лицензионный договор №73-АЭФ/223-ФЗ/2018. от 06.11.2018. 2. MicrosoftOffice 365 ProfessionalPlus – Пакет ПО для преподавателей и сотрудников с использованием облачных технологий (Microsoft). Артикул правообладателя O365ProPlusforEDU AllLng MonthlySubscriptions-VolumeLicense MVL 1License AddOn toOPP (код 5XS-00003). Соглашение Microsoft “Enrollment for Education Solutions” 72569510.Лицензионный договор №73-АЭФ/223-ФЗ/2018. от 06.11.2018.</p>
<p>Помещение для самостоятельной работы обучающихся (ауд. 307, 310, 410, 412)</p>	<p>Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-</p>	<p>1. MicrosoftOffice 365 ProfessionalPlus – Пакет ПО для учащихся с использованием облачных технологий (Microsoft). Артикул правообладателя O365ProPlusforEDU ShrdSvr AllLng MonthlySubscriptions-VolumeLicense MVL 1License PerUsr STUUseBnft 5XS-00002. Соглашение Microsoft “Enrollment for Education Solutions” 72569510.Лицензионный договор</p>

	<p>образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)</p>	<p>№73-АЭФ/223-ФЗ/2018. от 06.11.2018.</p> <p>2. MicrosoftOffice 365 ProfessionalPlus – Пакет ПО для преподавателей и сотрудников с использованием облачных технологий (Microsoft). Артикул правообладателя O365ProPlusforEDU AllNg MonthlySubscriptions-VolumeLicense MVL 1License AddOn toOPP (код 5XS-00003). Соглашение Microsoft “Enrollment for Education Solutions” 72569510.Лицензионный договор №73-АЭФ/223-ФЗ/2018. от 06.11.2018.</p>
--	---	--

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кубанский государственный университет»
Факультет журналистики
Кафедра рекламы и связей с общественностью

**ОТЧЕТ О ПРОХОЖДЕНИИ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ
(ПРОФЕССИОНАЛЬНО - ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ. ЧАСТЬ 1)**

период с _____ 20__ г. по _____ 20__ г.

(Ф.И.О. студента)

студента _____ группы ____ 1__ курса _____ формы обучения

Направление подготовки /специальность_42.03.01 – реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль)/специализация - реклама и связи с общественностью в СМИ

Руководитель практики от университета

(ученая степень, ученое звание, должность, Ф.И.О.)

Оценка по итогам защиты практики: _____

Подпись руководителя практики от университета _____

« ____ » _____ (дата)

Руководитель практики от профильной организации: _____
(ФИО, подпись)

Краснодар 20__ г.

**ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ, ВЫПОЛНЯЕМОЕ В ПЕРИОД
ПРОВЕДЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ (ПРОФЕССИОНАЛЬНО –
ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ ЧАСТЬ 1)
и планируемые результаты**

Студент _____
(фамилия, имя, отчество полностью)

Направление подготовки (специальности) 42.03.01 – реклама и связи с общественностью

Место прохождения практики _____

Срок прохождения практики с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.

Целью прохождения учебной практики (профессионально-ознакомительной практики. часть 1) является приобретение опыта самостоятельной профессиональной деятельности и формирование следующих компетенций, регламентируемых ФГОС ВО и учебным планом: ОПК-4, ПК-1, ПК-4.

Код и наименование индикатора*	Результаты прохождения практики
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	
ИОПК-4.1. Знает запросы и потребности аудитории	Знает: запросы и потребности аудитории
	Умеет: анализировать информацию о запросах и потребностях аудитории
	Владеет: навыками определения запросов и потребностей аудитории
ИОПК-4.2. Умеет анализировать информацию о запросах и потребностях аудитории	Знает методы анализа информации о запросах и потребностях аудитории
	Умеет анализировать информацию о запросах и потребностях аудитории
	Владеет навыками анализа информации о запросах и потребностях аудитории
ИОПК-4.3. Владеет навыками работы с медиатекстами, отвечающими запросам и потребностям аудитории	Знает: жанры медиатекстов
	Умеет: работать с медиатекстами, отвечающими запросам и потребностям аудитории
	Владеет: навыками работы с медиатекстами, отвечающими запросам и потребностям аудитории
ПК-1 Способен разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации, способствующую увеличению продаж продукции СМИ	
ИПК-1.1. Знает основы маркетинга и маркетинговых исследований	Знает: основы маркетинга и маркетинговых исследований
	Умеет: применять основы маркетинга и маркетинговых исследований
	Владеет: навыками работы с основами маркетинга и маркетинговых исследований

Код и наименование индикатора*	Результаты прохождения практики
ИПК-1.2. Умеет разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации	Знает: методы и способы разработки и планирования маркетинговой стратегии организации
	Умеет: разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации
	Владеет: навыками разработки и планирования маркетинговой стратегии организации
ИПК-1.3. Владеет техниками и технологиями разработки и планирования маркетинговой стратегии организации, способствующей увеличению продаж продукции СМИ	Знает: техники и технологии разработки и планирования маркетинговой стратегии организации
	Умеет: владеть техниками и технологиями разработки и планирования маркетинговой стратегии организации
	Владеет: навыками работы с техниками и технологиями разработки и планирования маркетинговой стратегии организации, способствующей увеличению продаж продукции СМИ
ПК-4 Способен осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта	
ИПК-4.1. Знает методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации	Знает: методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации
	Умеет: владеть знаниями методологических основ исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации
	Владеет: навыками работы с методологическими основами исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации
ИПК-4.2 Умеет осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта	Знает: основы мониторинга коммуникационной инфраструктуры организации и анализа информационных потребностей посетителей сайта
	Умеет: осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта
	Владеет: навыками мониторинга коммуникационной инфраструктуры организации и анализа информационных потребностей посетителей сайта
ИПК-4.3. Владеет методами и приемами проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры	Знает: методы и приемы проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта

Код и наименование индикатора*	Результаты прохождения практики
организации и информационных потребностей посетителей сайта	Умеет: применять методы и приемы проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта
	Владеет: методами и приемами проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта

Перечень вопросов (заданий, поручений) для прохождения практики:

1. Ознакомиться с основными требованиями и задачами проведения учебной практики (профессионально -ознакомительной практики Часть1).
2. Изучить специальную научную литературу по рекламе и PR, необходимую для выполнения заданий на практике и подготовить библиографический список .
3. Проанализировать деятельности организации, изучить нормативные документы, деятельность специалиста в области рекламы и PR, медиатексты организации, представленные на сайте, отвечающие запросам аудитории.
4. Подготовить рекламный или PR-материал (статью) в контексте маркетинговой стратегии организации.
5. Подготовить анализ сайта по схеме.
6. Подготовить отчетные документы по практике.

Схема анализа:

1. Полное название предприятия.
2. Название подразделения.
3. Тип подразделения (например: отдел, сектор, и т.д.)
4. Телефон подразделения.
5. Адрес электронной почты подразделения .(Адрес WWW-страницы подразделения указывается полностью, например, <http://www.somewhere.ru/somedivision/index.html>)
6. Историческая справка о подразделении (указывается, например, год основания, выдающиеся руководители и пр., выдающиеся результаты и т.д.)
8. Текущая деятельность подразделения (указываются, например, текущие направления работы, видные руководители, участники проектов и пр., достижения за последние годы и т.д.)
9. Задачи и функции подразделения; права подразделения; ответственность подразделения.
10. Взаимоотношения с другими подразделениями предприятия и/или с другими организациями (партнерами, конкурентами).
11. Структура , навигация, дизайн, сайта предприятия.
12. Анализ представленной информации на сайте.
12. Анализ информационных запросов и обратной связи на сайте.
13. Сформулировать вывод.

Ознакомлен (студент) _____

ФИО, подпись

Руководитель практики от университета _____
(подпись) (расшифровка подписи)

Рабочий график (план) проведения практики:

№	Этапы работы (виды деятельности) при прохождении практики	Сроки
1	Подготовительный этап . Установочная конференция по практике (до начала практики), составление рабочего графика (плана) проведения практики, проведение инструктажа по технике безопасности на предприятии, по требованиям охраны труда, по пожарной безопасности. Инструктаж по правилам внутреннего трудового распорядка. Согласование индивидуального задания, содержания и планируемых результатов практики.	1 день
2	Учебно-ознакомительный этап Закрепление теоретических знаний, полученных в ходе изучения дисциплин. Составление списка научной и научно-методической специальной литературы в соответствии с поставленной задачей. Изучение нормативной документации базы практики и деятельности специалиста в области рекламы и PR. Анализ информационных источников, сбор дополнительной информации, обработка и систематизация собранного материала.	1 неделя
3.	Практическая подготовка. Выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью. Изучение информационных запросов и медиатекстов на сайте предприятия. Выполнение индивидуальной работы по написанию рекламной или PR-статьи в контексте маркетинговой стратегии организации. Проведение мониторинга коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей сайта, подготовка анализа сайта предприятия по схеме:	2-3 неделя
4.	Подготовка отчетных документов по практике. Подготовка отчета по практике, дневника практики, получение характеристики с места прохождения практики с указанием рекомендуемой оценки, заполнение оценочного листа. Итоговая конференция по практике.	4 неделя

Ознакомлен _____
подпись студента (расшифровка подписи)

« ____ » _____ 20__ г.

Руководитель практики от университета _____
(подпись) (расшифровка подписи)

ОЦЕНОЧНЫЙ ЛИСТ

результатов прохождения учебной практики (профессионально-ознакомительной
практики. Часть 1)

по направлению подготовки/специальности
42.03.01 – реклама и связи с общественностью

Фамилия И.О студента _____

Курс _____ 1 _____

№	ОБЩАЯ ОЦЕНКА (отмечается руководителем практики от профильной организации)	Оценка			
		5	4	3	2
1.	Уровень подготовленности студента к прохождению практики				
2.	Умение правильно определять и эффективно решать основные задачи				
3.	Степень самостоятельности при выполнении задания по практике				
4.	Оценка трудовой дисциплины				
5.	Соответствие программе практики работ, выполняемых студентом в ходе прохождении практики				

Руководитель практики от профильной организации _____
(подпись) (расшифровка подписи)

№	СФОРМИРОВАННЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ ИНДИКАТОРЫ КОМПЕТЕНЦИИ (отмечается руководителем практики от университета)	Оценка			
		5	4	3	2
1.	ИОПК-4.1. Знает запросы и потребности аудитории	+			
2.	ИОПК-4.2. Умеет анализировать информацию о запросах и потребностях аудитории				
3.	ИОПК-4.3. Владеет навыками работы с медиатекстами, отвечающими запросам и потребностям аудитории				
4.	ИПК-1.1. Знает основы маркетинга и маркетинговых исследований				
5.	ИПК-1.2. Умеет разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации				
6.	ИПК-1.3. Владеет техниками и технологиями разработки и планирования маркетинговой стратегии организации, способствующей увеличению продаж продукции СМИ				
7.	ИПК-4.1. Знает методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации				

8.	ИПК-4.2 Умеет осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта				
9.	ИПК-4.3. Владеет методами и приемами проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта				

Руководитель практики от университета _____
(подпись) (расшифровка подписи)

Декану факультета журналистики, д-ру
ист.наук, д-ру соц. Наук
В.В.Касьянову
ФГБОУ ВО «КубГУ»

Патюковой Р.В., заведующей кафедрой
рекламы и связей с общественность.
д.ф.н.

студента _____
1 курса ОФО 42.03.01 реклама и связи с
общественностью

ЗАЯВЛЕНИЕ

Прошу считать местом прохождения учебной практики (профессионально-ознакомительной практики Часть 1) в форме практической подготовки с «15» июня 2021 г. по «12» июля 2021 г. в «_____» (полные реквизиты организации, Ф.И.О., должность руководителя)

Дата и подпись студента

Сведения о прохождении инструктажа по ознакомлению с требованиями охраны труда, технике безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка

(для профильной организации)

Профильная организация _____

Студент _____
(ФИО, возраст)

Дата _____

1. Инструктаж по требованиям охраны труда

Провел _____
(должность, ФИО сотрудника, проводившего инструктаж, подпись)

Прослушал _____
(ФИО, подпись студента)

2. Инструктаж по технике безопасности

Провел _____
(должность, ФИО сотрудника, проводившего инструктаж, подпись)

Прослушал _____
(ФИО, подпись студента)

3. Инструктаж по пожарной безопасности

Провел _____
(должность, ФИО сотрудника, проводившего инструктаж, подпись)

Прослушал _____
(ФИО, подпись студента)

4. Инструктаж по правилам внутреннего трудового распорядка

Провел _____
(должность, ФИО сотрудника, проводившего инструктаж, подпись)

Прослушал _____
(ФИО, подпись студента)