

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования**

КГЭУ

**«КАЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭНЕРГЕТИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(ФГБОУ ВО «КГЭУ»)**

**АКТУАЛИЗИРОВАНО**  
Решением Ученого совета ИЦТЭ КГЭУ  
Протокол №7 от 19.03.2024

УТВЕРЖДАЮ

Директор института Цифровых технологий и  
экономики

Торкунова Ю.В.

«26» октября 2020 г.

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ**

Учебная практика (технологическая)

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Квалификация

бакалавр

г. Казань, 2020

Рабочая программа учебной практики разработана в соответствии с ФГОС ВО 3++ по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата) (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

Программу разработал(и):

ст.преподаватель,к.полит.н. \_\_\_\_\_ Чурашова Е.А.  
Александровна

Рабочая программа учебной (производственной) практики рассмотрена и одобрена на заседании кафедры «Философия и медиакоммуникации», протокол №14 от 21.10.2020

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ Миннуллина Э.Б.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании выпускающей кафедры «Философия и медиакоммуникации», протокол № 14 от 21.10.2020

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ Миннуллина Э.Б.

Программа одобрена на заседании методического совета института Цифровых технологий и экономики, протокол № 2 от 26.10.2020

Зам. директора института Цифровых технологий и экономики \_\_\_\_\_  
/\_\_\_\_\_/

Программа принята решением Ученого совета института Цифровых технологий и экономики  
протокол № 2 от 26.10.2020

## 1. Цель, задачи и планируемые результаты обучения по учебной практике

Целью технологической практики является получение студентами первичных профессиональных умений и навыков, закрепление и углубление полученных при обучении теоретических знаний в области рекламы и связи с общественностью. Задачи:

- закрепление и апробирование студентами теоретических знаний, полученных в процессе обучения, на основе изучения практического опыта технологии создания рекламных и PR-материалов;
- формирование навыков ведения деловой переписки, а также разработки и реализации в деятельности по продвижению товаров и услуг;
- осуществление выбора необходимых и эффективных методов, приемов и средств практических вопросов рекламной деятельности;
- осуществление контроля соответствия коммуникационного продукта особенностям выбранных средств массовой информации.
- закрепление знаний правовых и этических норм медиакоммуникационного процесса.

Компетенции, формируемые по освоению практики, запланированные результаты обучения, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения по практике (знать, уметь, владеть)
<b>Общепрофессиональные компетенции (ОПК)</b>		
ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1 Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ	<i>Знать:</i> Методы изучения медиатекстов <i>Уметь:</i> Выявлять специфику медиатекстов различных средств массовой коммуникации <i>Владеть:</i> Навыками подготовки основных коммуникативных материалов для разных СМИ

	<p>ОПК-1.2 Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p>	<p><i>Знать:</i> Типы и форматы коммуникационных материалов для целевых аудиторий <i>Уметь:</i> Создавать коммуникационные послания разных типов и форматов <i>Владеть:</i> Навыками написания рекламных и PR-текстов</p>
<p>ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности</p>	<p>ОПК-4.1 Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп</p>	<p><i>Знать:</i> Отечественные и зарубежные социологические базы данных <i>Уметь:</i> На основе социологических данных выявлять предпочтения целевых аудиторий <i>Владеть:</i> Навыками выявления целевых аудиторий на основе</p>
	<p>ОПК-4.2 Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p>	<p><i>Знать:</i> Инструменты поиска информации в медиапространстве <i>Уметь:</i> Встраивать коммуникационное послание в информационную повестку дня <i>Владеть:</i> Навыками создания информационных поводов для разных видов целевых групп</p>
	<p>ОПК-4.3 Осуществляет в профессиональной деятельности отбор языковых и речевых средств с учетом коммуникативной специфики аудитории</p>	<p><i>Знать:</i> Языковую специфику рекламного и PR-дискурса <i>Уметь:</i> Применять методы речевого воздействия при создании коммуникационных посланий <i>Владеть:</i> Навыками создания посланий или слоганов для целевых аудиторий</p>
<p>ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования,</p>	<p>ОПК-5.1 Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на</p>	<p><i>Знать:</i> Законодательные нормы регулирования рекламной и PR-деятельности <i>Уметь:</i></p>

правовых и этических норм регулирования	глобальном, национальном и региональном уровнях	Распознавать нарушения законодательства в коммуникационных продуктах <i>Владеть:</i> Способностью ориентироваться в мировом, национальном и региональном коммуникационном пространстве
	ОПК-5.2 Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	<i>Знать:</i> Особенности функционирования различных средств массовой информации <i>Уметь:</i> Взаимодействовать со средствами массовой информации <i>Владеть:</i> Навыками подготовки журналистских материалов
ОПК-6 Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6.1 Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение	<i>Знать:</i> Основные компьютерные программы для выполнения текстовых и медийных продуктов <i>Уметь:</i> Отбирать необходимые компьютерные программы для создания медиатекстов. <i>Владеть:</i> Навыками использования необходимого программного обеспечения в процессе создания коммуникационных продуктов
	ОПК-6.2 Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	<i>Знать:</i> Принципы создания коммуникационных продуктов с использованием цифрового оборудования <i>Уметь:</i> Применять цифровые устройства для создания медиапродуктов <i>Владеть:</i> навыками использования цифровых устройств в процессе подготовки медиапродуктов
Универсальные компетенции (УК)		

<p>УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющих ресурсы и ограничений</p>	<p>УК-2.1 Знает необходимые для осуществления профессиональной деятельности правовые нормы и методологические основы принятия управленческого решения</p>	<p><i>Знать:</i> Содержание законов "О рекламе" и "О средствах массовой информации" <i>Уметь:</i> Применять законы "О рекламе" и "О средствах массовой информации" при составлении коммуникативных посланий <i>Владеть:</i> Навыками распознавания нарушений законов "О рекламе" и "О средствах массовой информации" и рекламных и PR-сообщениях</p>
	<p>УК-2.2 Умеет проводить анализ поставленной цели, формулировать задачи, которые необходимо решить для достижения</p>	<p><i>Знать:</i> Особенности рекламной и PR-коммуникации, ее виды и формы <i>Уметь:</i> Определять стратегические и тактические цели коммуникативных кампаний <i>Владеть:</i> Способностью формулировать задачи и тактические приемы в соответствии с поставленной целью</p>
	<p>УК-2.3 Владеет методиками разработки и реализации проекта; методами оценки продолжительности и стоимости проекта, а также потребности в ресурсах</p>	<p><i>Знать:</i> Общую характеристику основных этапов кампании по рекламе и связям с общественностью <i>Уметь:</i> Формировать план рекламных и PR-кампаний, анализировать целевые аудитории рекламных и PR-кампаний <i>Владеть:</i> Методикой разработки рекламных и PR-кампаний</p>
<p>УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)</p>	<p>УК-4.1 Знает литературную форму государственного языка, правила устной и письменной коммуникации на иностранном языке, функциональные стили родного языка, требования к деловой коммуникации</p>	<p><i>Знать:</i> Методы и приемы ведения дискуссии <i>Уметь:</i> Применять эстетические и выразительные средства языка при создании коммуникативных продуктов <i>Владеть:</i> Литературной формой государственного языка для написания PR-посланий, рекламных текстов</p>
	<p>УК-4.2 Умеет вести деловую переписку на русском и иностранном языках с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем</p>	<p><i>Знать:</i> Стили официальной и неофициальной письменной речи <i>Уметь:</i> Ясно и четко излагать мысли и выстраивать аргументацию при</p>

		написании официальных и неофициальных писем <i>Владеть:</i> Навыками делового письма
--	--	--

## 2. Место учебной (производственной) практики в структуре ОПОП

Учебная практика Технологическая относится к обязательной части учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Код компетенции	Предшествующие дисциплины (модули), практики, НИР, др.	Последующие дисциплины (модули), практики, НИР, др.
УК-1	Учебная практика (профессионально-ознакомительная)	
УК-2		Организация и проведение рекламных и PR-кампаний Математическое моделирование рекламной кампании
УК-3		Организация и проведение рекламных и PR-кампаний Производственная практика (технологическая)
УК-3	Этика делового общения Теория и практика рекламы и связей с общественностью	
УК-4	Учебная практика (профессионально-ознакомительная)	
УК-5	Этика делового общения Основы журналистики	
ОПК-1		Организация и проведение рекламных и PR-кампаний
ОПК-1	Основы журналистики Теория и практика рекламы и связей с общественностью	
ОПК-2		Математическое моделирование рекламной кампании
ОПК-2	Социальная структура современного общества Политология Учебная практика (профессионально-ознакомительная) Теория и практика рекламы и связей с общественностью	
ОПК-3	Учебная практика (профессионально-ознакомительная) Теория и практика рекламы и связей с общественностью	
ОПК-4		Организация и проведение рекламных и PR-кампаний
ОПК-4	Основы журналистики	
ОПК-5	Политология	
ОПК-7	Этика делового общения Учебная практика (профессионально-ознакомительная) Теория и практика рекламы и связей с общественностью	



ПК-1		Антикризисные коммуникации предприятия Производственная практика (технологическая)
ПК-3		Антикризисные коммуникации предприятия Производственная практика (технологическая)

Для освоения практики обучающийся должен:

- знание основ политологии, социальной структуры общества;
- владение основными инструментами рекламной и PR-деятельности;
- умение вести деловые переговоры;
- знание основ журналистской деятельности.

### 3. Формы и способы проведения практики

Способ проведения практики: выездная, стационарная

Форма проведения практики – дискретно по видам практик.

Способы и формы проведения практики для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов устанавливается с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья студента.

### 4. Место и время проведения практики

Практика проводится на 2 курсе в 4 семестре.

Профессионально-ознакомительная практика проводится в подразделениях университета или сторонних организациях/предприятиях, обладающих необходимым кадровым и научно-техническим потенциалом.

### 5. Объем, структура и содержание практики

#### 5.1. Объем практики

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр
		4
<b>ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	324	324
<b>КОНТАКТНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ, в том числе:</b>	97	97
Практические занятия (Пр)	96	96
Контактные часы во время аттестации (КПА)	1	1
<b>САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ (СРС), в том числе:</b>	210	210
Подготовка к промежуточной аттестации в форме: (зачет с оценкой)	17	17
<b>ФОРМА ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ</b>	ЗаО	ЗаО

## 5.2. Структура и содержание практики

№ п/п	Разделы дисциплины	Коды компетенций с индикаторами	Виды учебной работы, включая СРС	Трудоем-кость (акад. час.)		Оценочные средства и формы текущего контроля
				Конт. работа	СРС	
<b>1</b>	<b>Подготовительный этап</b>					
1.1	Проведение собрания студентов, выдача индивидуальных заданий на практику	УК-2.2-31 УК-2.2 – У1 УК-2.2. – В1	Выдача индивидуальных заданий. Введение в технологическую практику, Работа с индивидуальным заданием. Работа с литературой	4	10	Собеседование по отчету
1.2	Ознакомительная (установочная) лекция в подразделениях КГЭУ	УК-2.1 – 31 УК-2.1 – У1 УК-2.1 –В1 ОПК-5.1 – 31 ОПК-5.1- У1 ОПК-5.1- В1	Цели, задачи и содержание практики. Инструктаж по технике безопасности. Нормативно-правовая база. Правовое регулирование деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью	4	10	Собеседование по отчету
<b>2</b>	<b>Рабочий этап</b>					
2.1	Исследовательский	ОПК-1.1-31, ОПК-1.1-У1, ОПК-1.1-В1 ОПК-1.2-31, ОПК-4.1-31, ОПК-4.2-31, ОПК-5.2-31, ОПК-5.2-У1, , ОПК- 6.1 – 31 ОПК-6.1-У1, ОПК-6.1-В1,	Особенности медиапродуктов для различных медиасегментов. Анализ медиапродуктов организации. Особенности коммуникационных материалов для СМИ. Мониторинг общественного мнения. Ведение дискуссии	20	145	Собеседование по отчету

2.2	Творческий	ОПК-1.2-У1, ОПК-1.2 – В1 ОПК-4.1- У1, ОПК-4.1- В1 ОПК-4.2-В1, ОПК-4.2-У1, ОПК-4.3-31, ОПК-4.3-В1, ОПК-4.3-У1, , ОПК-5.2-В1, ОПК-6.2-31, ОПК-6.2-У1, ОПК-6.2-В1, УК-2.2- У1 УК-2.2-В1, УК-2.3-31, УК-2.3-У1, УК-2.3-В1, , УК-4.1-У1, УК-4.1-В1, УК-4.1-31, УК-4.2-31, УК-4.2-У1, УК-4.2-В1,	Деловое письмо, Письмо- предложение, письмо-запрос; рекламация; благодарственное письмо; информационное письмо. , Создание концепции рекламы и продвижения организации, Формулирование целей и задач PR- кампании. Определение каналов коммуникации. , Концепция специального события для продвижения организации, Подготовка коммуникативных сообщений	68	125	Собеседование по отчету
<b>3 Отчетный этап</b>						
3.1	Подведение результатов практики	УК-4.2 – 31 УК-4.2-У1 УК-4.2 – В1	Анализ результатов практики. Оформление дневника практики и общего отчета по практике, подведение итогов, получение отзыва руководителя по практике. Защита отчета по практике	1	20	Собеседование по отчету Отчет, Дневник по практике

### 5.3. Перечень примерных индивидуальных заданий по практике

1. Изучение законов о рекламе и СМИ
2. Изучение особенностей коммуникационных материалов для СМИ.
3. Написание деловых писем.
4. Мониторинг общественного мнения об организации, ее деятельности, лояльности потребителей, государственных органов и др. ключевых аудиторий в СМИ, сети Интернет, документах, постановлениях и др. источниках.
5. Создание концепции рекламы и продвижения организации.

### 6. Оценивание результатов прохождения практики

Оценивание результатов прохождения практики осуществляется в рамках текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

Текущий контроль успеваемости осуществляется в течение периода прохождения практики, включает проведение собеседования по отчету.

Промежуточная аттестация по практике осуществляется в форме зачета с оценкой, которая проводится, как правило, в форме публичной защиты отчета по практике. Итоговой оценкой по практике является оценка, выставленная во время промежуточной аттестации обучающегося с учетом результатов текущего контроля успеваемости, отзыва с оценкой результатов деятельности обучающегося, представленного руководителем практики от профильной организации.

По итогам практики обучающийся представляет отчетную документацию:

№ п/п	Перечень отчетной документации
1	Утвержденное индивидуальное задание с графиком (планом) на практику, согласованное с руководителем практики от профильной организации
2	Дневник практики с подписями руководителей практики от профильной организации и КГЭУ, с отметкой о прохождении вводного инструктажа по технике безопасности и инструктажа по технике безопасности на рабочем месте
3	Отчет обучающегося по практике, составленный в соответствии с требованиями
4	Отзыв с оценкой руководителя практики от профильной организации, заверенный подписью и печатью профильной организации

Обобщенные критерии и шкала оценивания сформированности компетенции (индикатора достижения компетенции) по итогам прохождения практики:

Планируемые результаты обучения	Обобщенные критерии и шкала оценивания результатов обучения			
	отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно
	зачтено			не зачтено
Полнота знаний	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе, имеет место несколько негрубых ошибок	Минимально допустимый уровень знаний, имеет место много негрубых ошибок	Уровень знаний ниже минимальных требований, имеют место грубые ошибки
Наличие умений	Продемонстрированы все основные умения, решены все основные задачи с отдельными несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме	Продемонстрированы все основные умения, решены все основные задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продемонстрированы основные умения, решены типовые задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания, но не в полном объеме	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения, имеют место грубые ошибки
Наличие навыков (владение опытом)	Продемонстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки, имеют место грубые ошибки
Характеристика сформированности компетенции (индикатора достижения компетенции)	Сформированность компетенции полностью соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в полной мере достаточно для решения сложных практических (профессиональных) задач	Сформированность компетенции в целом соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в целом достаточно для решения стандартных практических (профессиональных) задач	Сформированность компетенции соответствует минимальным требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков в целом достаточно для решения практических (профессиональных) задач, но требуется дополнительная практика по большинству практических задач	Компетенция в полной мере не сформирована. Имеющихся знаний, умений, навыков недостаточно для решения практических (профессиональных) задач

Уровень сформированности компетенции (индикатора достижения)	Высокий	Средний	Ниже среднего	Низкий

Шкала оценки результатов обучения по дисциплине:

Код компетенции	Код индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения по дисциплине	Уровень сформированности компетенции (индикатора достижения компетенции)			
			Высокий	Средний	Ниже среднего	Низкий
			Шкала оценивания			
			отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно
			зачтено			не зачтено
УК-2	УК-2.1	Знать				
		Содержание законов "О рекламе" и "О средствах массовой информации"	Свободно и без ошибок передает содержание законов "О рекламе" и "О средствах массовой информации"	Знает содержание законов "О рекламе" и "О средствах массовой информации", допускает незначительные ошибки	Слабо знает содержание законов "О рекламе" и "О средствах массовой информации", допускает серьезные ошибки	Не знает содержание законов "О рекламе" и "О средствах массовой информации"
		Уметь				
		Применять законы "О рекламе" и "О средствах массовой информации" при составлении коммуникативных посланий	Свободно и без ошибок умеет применять законы "О рекламе" и "О средствах массовой информации" при составлении коммуникативных посланий	Умеет применять законы "О рекламе" и "О средствах массовой информации" при составлении коммуникативных посланий, допускает незначительные ошибки	Слабо умеет применять законы "О рекламе" и "О средствах массовой информации" при составлении коммуникативных посланий, допускает серьезные ошибки	Не умеет применять законы "О рекламе" и "О средствах массовой информации" при составлении коммуникативных посланий
Владеть						
Навыками распознавания нарушений законов "О рекламе" и "О средствах массовой информации"	В полном объеме владеет навыками распознавания нарушений законов "О рекламе" и "О средствах массовой информации"	Владеет навыками распознавания нарушений законов "О рекламе" и "О средствах массовой информации"	Слабо владеет навыками распознавания нарушений законов "О рекламе" и "О средствах массовой информации"	Не владеет навыками распознавания нарушений законов "О рекламе" и "О средствах массовой информации"		

		информации" и рекламных и PR-сообщениях	средствах массовой информации" и рекламных и PR-сообщениях	массовой информации" и рекламных и PR-сообщениях, допускает незначительные ошибки	информации" и рекламных и PR-сообщениях, допускает серьезные ошибки	"О средствах массовой информации" и рекламных и PR-сообщениях
	УК-2.2	Знать				
		Особенности рекламной и PR-коммуникации, ее виды и формы	Знает особенности рекламной и PR-коммуникации, ее виды и формы в полном объеме	Знает особенности рекламной и PR-коммуникации, ее виды и формы, допускает незначительные ошибки	Плохо знает особенности рекламной и PR-коммуникации, ее виды и формы, допускает серьезные ошибки	Не знает особенности рекламной и PR-коммуникации, ее виды и формы.
		Уметь				
		Определять стратегические и тактические цели коммуникативных кампаний	Без ошибок умеет определять стратегические и тактические цели коммуникативных кампаний	Умеет определять стратегические и тактические цели коммуникативных кампаний, допускает незначительные ошибки	Слабо умеет определять стратегические и тактические цели коммуникативных кампаний, допускает грубые ошибки	Не умеет определять стратегические и тактические цели коммуникативных кампаний
		Владеть				
		Способностью формулировать задачи и тактические приемы в соответствии поставленной целью	Владеет способностью формулировать задачи и тактические приемы в соответствии с поставленной целью в полном объеме	Владеет способностью формулировать задачи и тактические приемы в соответствии с поставленной целью, допускает незначительные ошибки	Слабо владеет способностью формулировать задачи и тактические приемы в соответствии с поставленной целью, допускает грубые ошибки	Не владеет способностью формулировать задачи и тактические приемы в соответствии с поставленной целью
	УК-2.3	Знать				
		Общую характеристику основных этапов кампании по рекламе и связям с общественностью	Без ошибок передает характеристику основных этапов кампании по рекламе и связям с общественностью	Знает характеристику основных этапов кампании по рекламе и связям с общественностью, допускает незначительные ошибки	Слабо знает характеристику основных этапов кампании по рекламе и связям с общественностью, допускает грубые ошибки	Не знает характеристики основных этапов кампании по рекламе и связям с общественностью

УК-4	УК-4.1	Уметь				
		Формировать план рекламных и PR-кампаний, анализировать целевые аудитории рекламных и PR-кампаний	Свободно и без ошибок умеет формировать план рекламных и PR-кампаний, анализировать целевые аудитории рекламных и PR-кампаний	Умеет формировать план рекламных и PR-кампаний, анализировать целевые аудитории рекламных и PR-кампаний, допускает незначительные ошибки	Слабо умеет формировать план рекламных и PR-кампаний, анализировать целевые аудитории рекламных и PR-кампаний, допускает грубые ошибки	Не умеет формировать план рекламных и PR-кампаний, анализировать целевые аудитории рекламных и PR-кампаний
		Владеть				
		Методикой разработки рекламных и PR-кампаний	Свободно и в полном объеме владеет методикой разработки рекламных и PR-кампаний	Владеет методикой разработки рекламных и PR-кампаний, допускает незначительные ошибки	Слабо владеет методикой разработки рекламных и PR-кампаний, допускает грубые ошибки	Не владеет методикой разработки рекламных и PR-кампаний
		Знать				
		Методы и приемы ведения дискуссии	Без ошибок передает методы и приемы ведения дискуссии	Знает методы и приемы ведения дискуссии, допускает незначительные ошибки	Слабо знает методы и приемы ведения дискуссии, допускает незначительные ошибки	Не знает методов и приемы ведения дискуссии
		Уметь				
		Применять эстетические и выразительные средства языка при создании коммуникативных продуктов	Свободно и без ошибок умеет применять эстетические и выразительные средства языка при создании коммуникативных продуктов	Умеет применять эстетические и выразительные средства языка при создании коммуникативных продуктов, допускает незначительные ошибки	Слабо умеет применять эстетические и выразительные средства языка при создании коммуникативных продуктов, допускает грубые ошибки	Не умеет применять эстетические и выразительные средства языка при создании коммуникативных продуктов
		Владеть				
		Литературной формой государственного языка для написания PR-посланий, рекламных текстов	В полном объеме владеет формой государственного языка для написания PR-посланий,	Владеет формой государственного языка для написания PR-посланий, рекламных текстов, допускает	Слабо владеет формой государственного языка для написания PR-посланий, рекламных текстов,	Не владеет формой государственного языка для написания PR-посланий,



			рекламных текстов	незначительные ошибки	допускает грубые ошибки	рекламных текстов
УК-4.2		Знать				
		Стили официальной и неофициальной письменной речи	Полностью и без ошибок знает стили официальной и неофициальной письменной	Знает стили официальной и неофициальной письменной, допускает незначительные ошибки	Слабо знает стили официальной и неофициальной письменной, допускает грубые ошибки	Не знает стилей официальной и неофициальной письменной
		Уметь				
		Ясно и четко излагать мысли и выстраивать аргументацию при написании официальных и неофициальных писем	Свободно и без ошибок умеет ясно и четко излагать мысли и выстраивать аргументацию при написании официальных и неофициальных писем	Умеет ясно и четко излагать мысли и выстраивать аргументацию при написании официальных и неофициальных писем, допускает незначительные ошибки	Слабо умеет ясно и четко излагать мысли и выстраивать аргументацию при написании официальных и неофициальных писем, допускает грубые ошибки	Не умеет ясно и четко излагать мысли и выстраивать аргументацию при написании официальных и неофициальных писем
		Владеть				
Навыками делового письма	Свободно и без ошибок владеет навыками делового письма	Владеет навыками делового письма, допускает незначительные ошибки	Слабо владеет навыками делового письма, допускает грубые ошибки	Не владеет навыками делового письма		
ОПК-1	ОПК-1.1	Знать				
		Методы изучения медиатекстов	Без ошибок знает методы изучения медиатекстов	Знает методы изучения медиатекстов, допускает незначительные ошибки	Слабо знает методы изучения медиатекстов, допускает грубые ошибки	Не знает методов изучения медиатекстов
		Уметь				
		Выявлять специфику медиатекстов различных средств массовой коммуникации	Без ошибок умеет выявлять специфику медиатекстов различных средств массовой коммуникации	Умеет выявлять специфику медиатекстов различных средств массовой коммуникации, допускает незначительные ошибки	Слабо умеет выявлять специфику медиатекстов различных средств массовой коммуникации, допускает грубые ошибки	Не умеет выявлять специфику медиатекстов различных средств массовой коммуникации
Владеть						

		Навыками подготовки основных коммуникативных материалов для разных СМИ	Владеет навыками подготовки основных коммуникативных материалов для разных СМИ без ошибок и в полном объеме	Владеет навыками подготовки основных коммуникативных материалов для разных СМИ, допускает незначительные ошибки	Слабо владеет навыками подготовки основных коммуникативных материалов для разных СМИ, допускает грубые ошибки	Не владеет навыками подготовки основных коммуникативных материалов для разных СМИ
	ОПК-1.2	Знать				
		Типы и форматы коммуникационных материалов для целевых аудиторий	В полном объеме и без ошибок знает типы и форматы коммуникационных материалов для целевых аудиторий	Знает типы и форматы коммуникационных материалов для целевых аудиторий, допускает незначительные ошибки	Слабо знает типы и форматы коммуникационных материалов для целевых аудиторий, допускает грубые ошибки	Не знает типов и форматы коммуникационных материалов для целевых аудиторий
		Уметь				
		Создавать коммуникационные послания разных типов и форматов	Свободно и без ошибок умеет создавать коммуникационные послания разных типов и форматов	Умеет создавать коммуникационные послания разных типов и форматов, допускает незначительные ошибки	Слабо умеет создавать коммуникационные послания разных типов и форматов, допускает грубые ошибки	Не умеет создавать коммуникационные послания разных типов и форматов
		Владеть				
		Навыками написания рекламных и PR-текстов	Свободно владеет навыками написания рекламных и PR-текстов	Владеет навыками написания рекламных и PR-текстов, допускает незначительные ошибки	Слабо владеет навыками написания рекламных и PR-текстов, допускает грубые ошибки	Не владеет навыками написания рекламных и PR-текстов
ОПК-4	ОПК-4.1	Знать				
		Отечественные и зарубежные социологические базы данных	Без ошибок перечисляет отечественные и зарубежные социологические базы данных	Знает отечественные и зарубежные социологические базы данных, допускает незначительные ошибки	Плохо знает отечественные и зарубежные социологические базы данных, допускает грубые ошибки	Не знает отечественные и зарубежные социологические базы данных
		Уметь				
		На основе социологических данных	Без ошибок умеет на основе социологических	Умеет на основе социологических	Слабо умеет на основе социологических	Не умеет на основе социологических

	выявлять предпочтения целевых аудиторий	х данных выявлять предпочтения целевых аудиторий	выявлять предпочтения целевых аудиторий, допускает незначительные ошибки	данных выявлять предпочтения целевых аудиторий, допускает грубые ошибки	ских данных выявлять предпочтения целевых аудиторий
	Владеть				
	Навыками выявления целевых аудиторий на основе социологических данных	В полном объеме и без ошибок владеет навыками выявления целевых аудиторий на основе социологических данных	Владеет навыками выявления целевых аудиторий на основе социологических данных, допускает незначительные ошибки	Плохо владеет навыками выявления целевых аудиторий на основе социологических данных, допускает грубые ошибки	Не владеет навыками выявления целевых аудиторий на основе социологических данных
ОПК-4.2	Знать				
	Инструменты поиска информации в медиaprостранстве	Знает без ошибок инструменты поиска информации в медиaprостранстве	Знает инструменты поиска информации в медиaprостранстве, допускает незначительные ошибки	Плохо знает инструменты поиска информации в медиaprостранстве, допускает грубые ошибки	Не знает инструменты в поиска информации в медиaprостранстве
	Уметь				
	Встраивать коммуникационное послание в информационную повестку дня	Умеет без ошибок встраивать коммуникационное послание в информационную повестку дня	Умеет встраивать коммуникационное послание в информационную повестку дня, допускает незначительные ошибки	Слабо умеет встраивать коммуникационное послание в информационную повестку дня, допускает грубые ошибки	Не умеет встраивать коммуникационное послание в информационную повестку дня
	Владеть				
	Навыками создания информационных поводов для разных видов целевых групп	В полном объеме владеет навыками создания информационных поводов для разных видов целевых групп	Владеет навыками создания информационных поводов для разных видов целевых групп, допускает незначительные ошибки	Плохо владеет навыками создания информационных поводов для разных видов целевых групп, допускает грубые ошибки	Не владеет навыками создания информационных поводов для разных видов целевых групп
	Знать				

ОПК-4.3	Языковую специфику рекламного и PR-дискурса	Без ошибок знает языковую специфику рекламного и PR-дискурса	Знает языковую специфику рекламного и дискурса, допускает незначительные ошибки	Плохо знает языковую специфику рекламного и PR-дискурса, допускает грубые ошибки	Не знает языковой специфики рекламного и PR-дискурса
	Уметь				
	Применять методы речевого воздействия при создании коммуникационных посланий	Умеет без ошибок применять методы речевого воздействия при создании коммуникационных посланий	Умеет применять методы речевого воздействия при создании коммуникационных посланий, допускает незначительные ошибки	Слабо умеет применять методы речевого воздействия при создании коммуникационных посланий, допускает грубые ошибки	Не умеет применять методы речевого воздействия при создании коммуникационных посланий
	Владеть				
	Навыками создания слоганов для целевых аудиторий	В полном объеме владеет навыками создания слоганов для целевых аудиторий	Владеет навыками создания слоганов для целевых аудиторий, допускает незначительные ошибки	Слабо владеет навыками создания слоганов для целевых аудиторий, допускает грубые ошибки	Не владеет навыками создания слоганов для целевых аудиторий
ОПК-5	Знать				
	Законодательные нормы регулирования рекламной и PR-деятельности	Знает в полном объеме законодательные нормы регулирования рекламной и PR-деятельности	Знает законодательные нормы регулирования рекламной и PR-деятельности, допускает незначительные ошибки	Плохо знает законодательные нормы регулирования рекламной и PR-деятельности, допускает грубые ошибки	Не знает законодательных норм регулирования рекламной и PR-деятельности
	Уметь				
	Распознавать нарушения рекламного законодательства в коммуникационных продуктах	Умеет без ошибок распознавать нарушения рекламного законодательства в коммуникационных продуктах	Умеет распознавать нарушения рекламного законодательства в коммуникационных продуктах, допускает незначительные ошибки	Плохо умеет распознавать нарушения рекламного законодательства в коммуникационных продуктах, допускает грубые ошибки	Не умеет распознавать нарушения рекламного законодательства в коммуникационных продуктах
Владеть					

		Способностью ориентироваться в мировом, национальном и региональном коммуникационном пространстве	В полном объеме владеет способностью ориентироваться в мировом, национальном и региональном коммуникационном пространстве	Владеет способностью ориентироваться в мировом, национальном и региональном коммуникационном пространстве, допускает незначительные ошибки	Слабо владеет способностью ориентироваться в мировом, национальном и региональном коммуникационном пространстве, допускает грубые ошибки	Не владеет способностью ориентироваться в мировом, национальном и региональном коммуникационном пространстве
ОПК-5.2	Знать					
	Особенности функционирования различных средств массовой информации	Без ошибок рассказывает особенности функционирования различных средств массовой информации	Знает особенности функционирования различных средств массовой информации, допускает незначительные ошибки	Плохо знает особенности функционирования различных средств массовой информации, допускает грубые ошибки	Не знает особенностей функционирования различных средств массовой информации	
	Уметь					
	Взаимодействовать со средствами массовой информации	Умеет без недочетов взаимодействовать со средствами массовой информации	Умеет взаимодействовать со средствами массовой информации, допускает незначительные ошибки	Слабо умеет взаимодействовать со средствами массовой информации, допускает грубые ошибки	Не умеет взаимодействовать со средствами массовой информации	
	Владеть					
	Навыками подготовки журналистских материалов	В полном объеме владеет навыками подготовки журналистских материалов	Владеет навыками подготовки журналистских материалов, допускает незначительные ошибки	Слабо владеет навыками подготовки журналистских материалов, допускает грубые ошибки	Не владеет навыками подготовки журналистских материалов	
ОПК-6	Знать					
	ОПК-6.1 Основные компьютерные программы для выполнения текстовых и медийных продуктов	В полном объеме знает основные компьютерные программы для выполнения текстовых и	Знает основные компьютерные программы для выполнения текстовых и медийных продуктов, допускает	Плохо знает основные компьютерные программы для выполнения текстовых и медийных продуктов,	Не знает основных компьютерных программ для выполнения текстовых и	

			медийных продуктов	незначительные ошибки	допускает грубые ошибки	медийных продуктов
		Уметь				
		Отбирать необходимые компьютерные программы для создания медiateкстов.	Умеет без ошибок отбирать необходимые компьютерные программы для создания медiateкстов	Умеет отбирать необходимые компьютерные программы для создания медiateкстов, допускает незначительные ошибки	Слабо умеет отбирать необходимые компьютерные программы для создания медiateкстов, допускает грубые ошибки	Не умеет отбирать необходимы е компьютерн ые программы для создания медiateксто в
		Владеть				
		Навыками использован ия необходимог о программног о обеспечения в процессе создания коммуникац ионных продуктов	Владеет навыками использования необходимого программного обеспечения в процессе создания коммуникационных продуктов в полном объеме	Владеет навыками использования необходимого программного обеспечения в процессе создания коммуникацион ных продуктов, допускает незначительные ошибки	Плохо владеет навыками использования необходимого программного обеспечения в процессе создания коммуникационн ых продуктов, допускает грубые ошибки	Не владеет навыками использован ия необходимог о программног о обеспечения в процессе создания коммуникац ионных продуктов
	ОПК- 6.2	Знать				
		Принципы создания коммуникац ионных продуктов с использован ием цифрового оборудовани я	Знает и без ошибок передает принципы создания коммуникационных продуктов с использованием цифрового оборудования	Знает принципы создания коммуникацион ных продуктов с использованием цифрового оборудования, допускает незначительные ошибки	Плохо знает принципы создания коммуникационн ых продуктов с использованием цифрового оборудования, допускает грубые ошибки	Не знает принципов создания коммуникац ионных продуктов с использован ием цифрового оборудовани я
		Уметь				
		Применять цифровые устройства для создания медиапродук тов	Умеет без ошибок применять цифровые устройства для создания медиапродуктов	Умеет применять цифровые устройства для создания медиапродуктов, допускает незначительные ошибки	Слабо умеет применять цифровые устройства для создания медиапродуктов, допускает грубые ошибки	Не умеет применять цифровые устройства для создания медиапродук тов
		Владеть				

		навыками использования цифровых устройств в процессе подготовки медиапродуктов	В полном объеме владеет навыками использования цифровых устройств в процессе подготовки медиапродуктов	Владеет навыками использования цифровых устройств в процессе подготовки медиапродуктов, допускает незначительные ошибки	Плохо владеет навыками использования цифровых устройств в процессе подготовки медиапродуктов, допускает грубые ошибки	Не владеет навыками использования цифровых устройств в процессе подготовки медиапродуктов
--	--	--	--	---	---	---

Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации приведены в Приложении к рабочей программе дисциплины. Полный комплект заданий и материалов, необходимых для оценивания результатов обучения по дисциплине, хранится на кафедре-разработчике в бумажном и электронном виде.

## 7. Учебно-методическое и информационное обеспечение практики

### 7.1. Учебно-методическое обеспечение

#### Основная литература

№ п/п	Автор (ы)	Наименование	Вид издания (учебник, учебное пособие, др.)	Место издания, издательство	Год издания	Адрес электронного ресурса	Кол-во экземпляров в
1	Ромат Е., Сендеров Д.	Реклама	учебник	СПб.: Питер	2016	<a href="https://ibooks.ru/reading.php?productid=352693">https://ibooks.ru/reading.php?productid=352693</a>	
2	Василенко И. А., Василенко Е. В.	Связи с общественностью в органах власти	Учебник	М.: Кнорус	2016	<a href="https://www.book.ru/book/919380/">https://www.book.ru/book/919380/</a>	
3	Романов А.А., Василенков Г.А., Каптюхин Р.В.	Медиапланирование. Учебное пособие	учебное пособие	М.: Евразийский открытый институт	2010	<a href="http://www.iprbookshop.ru/10716.html">http://www.iprbookshop.ru/10716.html</a>	

#### Дополнительная литература

№ п/п	Автор (ы)	Наименование	Вид издания (учебник, учебное пособие, др.)	Место издания, издательство	Год издания	Адрес электронного ресурса	Кол-во экземпляров в
-------	-----------	--------------	---	-----------------------------	-------------	----------------------------	----------------------

1	Маслова В.М.	Связи с общественностью в управлении персоналом	учебное пособие для вузов	М.: Вузовский учебник	2009	-	13
2	Полукаров В. Л., Грановский Л. Г., Козин	Телевизионная и радиовещательная реклама	учебное пособие для вузов	М.: Дашков и К	2004	-	7
3	Музыкант В. Л.	Формирование бренда средствами PR и рекламы	учебное пособие для вузов	М.: Экономистъ	2006	-	

## 7.2. Информационное обеспечение

### 7.2.1. Электронные и интернет-ресурсы

№ п/п	Наименование электронных и интернет-ресурсов	Ссылка
1	Портал о медиабизнесе для профессионалов	<a href="https://mediaguide.ru/">https://mediaguide.ru/</a>
2	Мониторинг новостей в социальных сетях	<a href="https://mediametrics.ru">https://mediametrics.ru</a>
3	Медиаисследования, мониторинг рекламы и	<a href="http://www.mediascope.net">www.mediascope.net</a>
4	Справочная правовая система «Консультант Плюс»	<a href="http://consultant.ru">http://consultant.ru</a>
5	Фонд «Общественное мнение»	<a href="https://fom.ru/">https://fom.ru/</a>
6	PR-библиотека	<a href="http://www.pr-club.com">www.pr-club.com</a>

### 7.2.2. Профессиональные базы данных

№ п/п	Наименование профессиональных баз данных	Адрес	Режим доступа
1	Официальный сайт президента России	<a href="http://kremlin.ru/">http://kremlin.ru/</a>	<a href="http://kremlin.ru/">http://kremlin.ru/</a>
2	Официальный сайт Государственной Думы	<a href="http://duma.gov.ru/">http://duma.gov.ru/</a>	<a href="http://duma.gov.ru/">http://duma.gov.ru/</a>
3	Официальный сайт Совета Федерации Федерального	<a href="http://council.gov.ru/">http://council.gov.ru/</a>	<a href="http://council.gov.ru/">http://council.gov.ru/</a>
4	Официальный сайт Правительства Российской	<a href="http://government.ru/">http://government.ru/</a>	<a href="http://government.ru/">http://government.ru/</a>
5	Всероссийский центр изучения общественного мнения	<a href="https://www.wciom.ru/">https://www.wciom.ru/</a>	<a href="https://www.wciom.ru/">https://www.wciom.ru/</a>
6	Федеральный образовательный портал «Экономика, социология, менеджмент»	<a href="http://ecsocman.hse.ru/">http://ecsocman.hse.ru/</a>	<a href="http://ecsocman.hse.ru/">http://ecsocman.hse.ru/</a>
7	Исторический портал «ИСТОРИЯ.РФ»	<a href="https://histrf.ru/">https://histrf.ru/</a>	<a href="https://histrf.ru/">https://histrf.ru/</a>
8	Библиотека ГУМЕР	<a href="https://www.gumer.info/">https://www.gumer.info/</a>	<a href="https://www.gumer.info/">https://www.gumer.info/</a>
9	Мир психологии	<a href="http://psychology.net.ru/">http://psychology.net.ru/</a>	<a href="http://psychology.net.ru/">http://psychology.net.ru/</a>



10	Институт Философии Российской Академии наук	<a href="https://iphras.ru/">https://iphras.ru/</a>	<a href="https://iphras.ru/">https://iphras.ru/</a>
11	Справочно-информационный портал ГРАМОТА.РУ	<a href="http://gramota.ru/">http://gramota.ru/</a>	<a href="http://gramota.ru/">http://gramota.ru/</a>
12	Единое окно доступа к образовательным ресурсам	<a href="http://window.edu.ru/">http://window.edu.ru/</a>	<a href="http://window.edu.ru/">http://window.edu.ru/</a>
13	Аналитический центр Юрия Левады (Левада-центр)	<a href="http://www.levada.ru/">http://www.levada.ru/</a>	<a href="http://www.levada.ru/">http://www.levada.ru/</a>
14	Федеральный научно-исследовательский социологический центр	<a href="https://www.isras.ru/">https://www.isras.ru/</a>	<a href="https://www.isras.ru/">https://www.isras.ru/</a>
15	Центр стратегических разработок	<a href="https://www.csr.ru/ru/">https://www.csr.ru/ru/</a>	<a href="https://www.csr.ru/ru/">https://www.csr.ru/ru/</a>
16	Мировая цифровая библиотека	<a href="http://wdl.org">http://wdl.org</a>	<a href="http://wdl.org">http://wdl.org</a>
17	Обзор СМИ	<a href="http://polpred.com">http://polpred.com</a>	<a href="http://polpred.com">http://polpred.com</a>
18	Научная электронная	<a href="http://elibrary.ru">http://elibrary.ru</a>	<a href="http://elibrary.ru">http://elibrary.ru</a>

### 7.2.3. Информационно-справочные системы

№ п/п	Наименование информационно-справочных систем	Адрес	Режим доступа
1	«Гарант»	<a href="http://www.garant.ru/">http://www.garant.ru/</a>	<a href="http://www.garant.ru/">http://www.garant.ru/</a>
2	«Консультант плюс»	<a href="http://www.consultant.ru/">http://www.consultant.ru/</a>	<a href="http://www.consultant.ru/">http://www.consultant.ru/</a>

### 7.2.4. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

№ п/п	Наименование программног	Описание	Реквизиты подтверждающих документов
1	Windows 7 Профессион	Пользовательская операционная система	№2011.25486 от 28.11.2011
2	Windows 7 Профессион	Пользовательская операционная система	№2011.25486 от 28.11.2011
3	Браузер Chrome	Система поиска информации в сети интернет (включая русскоязычный интернет).	<a href="https://www.google.com/intl/ru/chrome/">https://www.google.com/intl/ru/chrome/</a>
4	Браузер Firefox	Свободный веб-браузер	<a href="https://www.mozilla.org/ru/firefox/new/">https://www.mozilla.org/ru/firefox/new/</a>
5	OpenOffice	Пакет офисных приложений. Одним из первых стал поддерживать новый открытый формат OpenDocument. Официально поддерживается на платформах Linux	<a href="https://www.openoffice.org/ru/download/index.html">https://www.openoffice.org/ru/download/index.html</a>
6	Adobe Acrobat	Пакет программ	<a href="https://get.adobe.com/ru/reader/">https://get.adobe.com/ru/reader/</a>
7	LMS Moodle	Это современное программное обеспечение	<a href="https://download.moodle.org/releases/latest/">https://download.moodle.org/releases/latest/</a>
9	WinAVR	Программный пакет для операционных систем семейства Windows	<a href="https://simple-devices.ru/">https://simple-devices.ru/</a>

## 8. Материально-техническое обеспечение практики

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Наименование специальных помещений и	Оснащенность специальных помещений и помещений для СРС
1	Подготовительный	Учебная аудитория для проведения лекционных и семинарских занятий	<p>Доска аудиторная, проектор, экран</p> <p>. Windows 7 Профессиональная (Pro): №2011.25486 от 28.11.2011, лицензиар – ЗАО «Софт Лайн Трейд», тип (вид) лицензии – неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно.</p> <p>2. Office Standard 2007 Russian OLP NL AcademicEdition+: договор №21/2010 от 04.05.2010, лицензиар – ЗАО «Софт Лайн Трейд», тип (вид) лицензии – неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно.</p> <p>3. Браузер Chrome. Свободная лицензия. тип (вид) лицензии - неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно.</p>
		Компьютерный класс в выходом в Интернет	<p>Моноблок (30 шт.), система видеонаблюдения (6 видеокамер), проектор, экран</p> <p>1. Windows 10 домашняя для одного языка, тип лицензии - предустановленная, срок действия лицензии - бессрочно.</p> <p>2. Office Standard 2007 Russian OLP NL AcademicEdition+: договор №21/2010 от 04.05.2010, лицензиар - ЗАО «Софт Лайн Трейд», тип (вид) лицензии - неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно</p>
2	Рабочий	Учебная аудитория для проведения семинарских занятий	<p>Доска аудиторная, компьютер в комплекте с монитором (15 штук), проектор, экран</p> <p>1. Windows 7 Профессиональная (Pro): №2011.25486 от 28.11.2011, лицензиар – ЗАО «Софт Лайн Трейд», тип (вид) лицензии – неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно.</p> <p>2. Office Standard 2007 Russian OLP NL AcademicEdition+: договор №21/2010 от 04.05.2010, лицензиар – ЗАО «Софт Лайн Трейд», тип (вид) лицензии – неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно.</p> <p>3. Браузер Chrome. Свободная лицензия. тип (вид) лицензии - неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно.</p>
		Компьютерный класс в выходом в Интернет	<p>Моноблок (30 шт.), система видеонаблюдения (6 видеокамер), проектор, экран</p> <p>1. Windows 10 домашняя для одного языка, тип лицензии - предустановленная, срок действия лицензии - бессрочно.</p> <p>2. Office Standard 2007 Russian OLP NL AcademicEdition+: договор №21/2010 от 04.05.2010, лицензиар - ЗАО «Софт</p>

			Лайн Трейд», тип (вид) лицензии - неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно
3	Отчетный	Учебная аудитория проведения семинарских занятий для	Доска аудиторная, компьютер в комплекте с монитором (15 штук), проектор, экран 1. Windows 7 Профессиональная (Pro): №2011.25486 от 28.11.2011, лицензиар – ЗАО «Софт Лайн Трейд», тип (вид) лицензии – неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно. 2. Office Standard 2007 Russian OLP NL AcademicEdition+: договор №21/2010 от 04.05.2010, лицензиар – ЗАО «Софт Лайн Трейд», тип (вид) лицензии – неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно. 3. Браузер Chrome. Свободная лицензия. тип (вид) лицензии - неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно.
		Компьютерный класс в выходям в Интернет	Моноблок (30 шт.), система видеонаблюдения (6 видеокамер), проектор, экран 1. Windows 10 домашняя для одного языка, тип лицензии - предустановленная, срок действия лицензии - бессрочно. 2. Office Standard 2007 Russian OLP NL AcademicEdition+: договор №21/2010 от 04.05.2010, лицензиар - ЗАО «Софт Лайн Трейд», тип (вид) лицензии - неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно

### Требования к помещениям на базе профильных предприятий

Материально-техническое обеспечение практики должно быть достаточным для достижения цели и задач учебной практики и должно соответствовать действующим санитарным и противопожарным нормам, а также требованиям техники безопасности при проведении технологических и научно-производственных работ. Организации/предприятия, а также подразделения университета должны обеспечить рабочее место обучающимся компьютерным оборудованием в объемах, достаточных для достижения цели и задач практики.

### 9. Особенности организации образовательной деятельности для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Лица с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) и инвалиды имеют возможность беспрепятственно перемещаться из одного учебно-лабораторного корпуса в другой, подняться на все этажи учебно-лабораторных корпусов, заниматься в учебных и иных помещениях с учетом особенностей психофизического развития и состояния здоровья.

Для обучения лиц с ОВЗ и инвалидов, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, обеспечены условия беспрепятственного доступа во все учебные помещения. Информация о специальных условиях, созданных для обучающихся с ОВЗ и инвалидов, размещена на сайте университета [www//kgeu.ru](http://kgeu.ru). Имеется возможность оказания технической помощи ассистентом, а также услуг сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Для адаптации к восприятию лицами с ОВЗ и инвалидами с нарушенным слухом справочного, учебного материала по дисциплине обеспечиваются следующие условия:

- для лучшей ориентации в аудитории, применяются сигналы оповещения о начале и конце занятия (слово «звонок» пишется на доске);
- внимание слабослышащего обучающегося привлекается педагогом жестом (на плечо кладется рука, осуществляется нерезкое похлопывание);
- разговаривая с обучающимся, педагогический работник смотрит на него, говорит ясно, короткими предложениями, обеспечивая возможность чтения по губам.

Компенсация затруднений речевого и интеллектуального развития слабослышащих обучающихся проводится путем:

- использования схем, диаграмм, рисунков, компьютерных презентаций с гиперссылками, комментирующими отдельные компоненты изображения;
- регулярного применения упражнений на графическое выделение существенных признаков предметов и явлений;
- обеспечения возможности для обучающегося получить адресную консультацию по электронной почте по мере необходимости.

Для адаптации к восприятию лицами с ОВЗ и инвалидами с нарушениями зрения справочного, учебного, просветительского материала, предусмотренного образовательной программой по выбранному направлению подготовки, обеспечиваются следующие условия:

- ведется адаптация официального сайта в сети Интернет с учетом особых потребностей инвалидов по зрению, обеспечивается наличие крупношрифтовой справочной информации о расписании учебных занятий;
- педагогический работник, его собеседник (при необходимости), присутствующие на занятии, представляются обучающимся, при этом каждый раз называется тот, к кому педагогический работник обращается;
- действия, жесты, перемещения педагогического работника коротко и ясно комментируются;
- печатная информация предоставляется крупным шрифтом (от 18 пунктов), тотально озвучивается;
- обеспечивается необходимый уровень освещенности помещений;
- предоставляется возможность использовать компьютеры во время занятий и право записи объяснений на диктофон (по желанию обучающихся).

Форма проведения текущей и промежуточной аттестации для обучающихся с ОВЗ и инвалидов определяется педагогическим работником в соответствии с учебным планом. При необходимости обучающемуся с ОВЗ, инвалиду с учетом их индивидуальных психофизических особенностей дается возможность пройти промежуточную аттестацию устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п., либо предоставляется дополнительное время для подготовки ответа.

*Приложение к рабочей программе  
практики*



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
**Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«КАЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭНЕРГЕТИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(ФГБОУ ВО «КГЭУ»)**

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ  
по учебной практике**

Учебная практика (технологическая)

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью в коммерческой  
сфере

Квалификация

бакалавр

г. Казань, 2020

Оценочные материалы по Учебной практике - комплект контрольно-измерительных материалов, предназначенных для оценивания результатов обучения на соответствие индикаторам достижения компетенции(й):

УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

УК-2.1 Знает необходимые для осуществления профессиональной деятельности правовые нормы и методологические основы принятия управленческого решения

УК-2.2 Умеет проводить анализ поставленной цели, формулировать задачи, которые необходимо решить для достижения

УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

УК-4.1 Знает литературную форму государственного языка, правила устной и письменной коммуникации на иностранном языке, функциональные стили родного языка, требования к деловой коммуникации

УК-4.2 Умеет вести деловую переписку на русском и иностранном языках с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем

ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

ОПК-1.1 Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ

ОПК-1.2 Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

ОПК-4.1 Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп

ОПК-4.2 Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов

ОПК-4.3 Осуществляет в профессиональной деятельности отбор языковых и речевых средств с учетом коммуникативной специфики аудитории

ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

ОПК-5.1 Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях

ОПК-5.2 Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.

ОПК-6 Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии

ОПК-6.1 Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение

ОПК-6.2 Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.

Оценивание результатов прохождения Учебной практики осуществляется в рамках текущего контроля успеваемости, проводимого по балльно-рейтинговой системе (БРС), и промежуточной аттестации.

Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание процесса прохождения практики. При текущем контроле успеваемости используются следующие оценочные средства: собеседование, отчет, дневник практики.

Промежуточная аттестация имеет целью определить уровень достижения запланированных результатов обучения по практике за 4 семестр. Форма промежуточной аттестации зачётсоц.

Оценочные материалы включают задания для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся, разработанные в соответствии с рабочей программой практики.

## 1. Технологическая карта

### Семестр 4

Номер раздела/ темы	Вид СРС	Наименование оценочного средства	Код индикатора достижения компетенций	Уровень освоения практики, баллы				
				неудов-но	удов-но	хорошо	отлично	
				не зачтено	зачтено			
				низкий	ниже среднего	средний	высокий	
Текущий контроль успеваемости								

1	Работа индивидуальным заданием. Работа с литературой	Собеседование по отчету	УК-2.2	Менее 3	3 - 3	3 - 5	5-5
1	Изучение основ правового регулирования деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью	Собеседование по отчету	УК-2.1 ОПК-5.1	Менее 3	3 - 3	3 - 5	5-5
2	Изучение особенностей коммуникационных материалов для СМИ. Анализ медиапродуктов организации	Собеседование по отчету	ОПК-1,1 ОПК-4.2	Менее 6	7-7	7-9	9-10
2	Мониторинг общественного мнения	Собеседование по отчету	ОПК-4,1	менее 3	3 - 3	3 - 4	5-5
2	Изучение методов и приемов ведения дискуссии	Собеседование по отчету	УК-4.1	менее 3	3-3	3-4	4-5
2	Написание деловых писем.	Собеседование по отчету	УК-4.2,	менее 2	2-3	3-4	4-5
2	Создание концепция специального события для продвижения организации	Собеседование по отчету	УК-2.3 ОПК-4.2 ОПК-5.2	менее 6	6-7	7-9	9-10
2	Подготовка коммуникативных сообщений	Собеседование по отчету	УК-4.1 УК-4.3 ОПК-1.1 ОПК-1.2, ОПК-	менее 5	6-7	7-9	9-10



			6.1 ОПК- 6.2				
3	Анализ результатов практики. Оформление дневника практики и общего отчета по практике, подведение итогов, получение отзыва руководителя по практике	Собеседование по отчету Отчет Дневник по практике	УК-4.2	менее 2	2-3	4-5	5
Всего баллов				0 - 34	35-39	40-49	50-60
	Подготовка к промежуточной аттестации	Вопросы к зачету с оценкой		0-20	20-30	30-35	35-40
Итого:				0- 54	55-69	70-84	85-100

## 2. Оценочные материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

Наименование оценочного средства	Проверяемые компетенции	Примерные вопросы, вынесенные на собеседование	Максимальное количество баллов за этап
Собеседование по отчету к разделу «Подготовительный этап» <i>(Работа с индивидуальным заданием. Работа с литературой. Изучение техники безопасности)</i>	УК-2.2 (У1,В1,31)	1.Опишите особенности рекламной и PR-коммуникации. 2.Определите цели и задачи выполнения учебной технологической практики. 3.Какую литературу необходимо использовать для выполнения индивидуального задания? 4.Расскажите о технике безопасности на рабочем месте	5
Собеседование по отчету к разделу «Подготовительный этап» <i>(Изучение основ правового регулирования деятельности в сфере рекламы и связей с</i>	УК-2.1 (У1,В1,31) УК-5.1 (У1, В1, 31)	1.Какие законодательные нормы регулирования рекламной и PR-деятельности действуют на территории РФ? 2.Каким образом политические, экономические, правовые и этические факторы влияют на развитие медиакоммуникаций? Приведите примеры.	5

<p><i>общественностью; изучение влияния политических и экономических факторов на коммуникативное пространство)</i></p>		<p>3. Расскажите основное содержание законов «О рекламе» и «О средствах массовой информации» 4. Приведите примеры нарушений законов «О рекламе» и «О средствах массовой информации». 5. Какими положениями закона «О рекламе» руководствовались при составлении рекламных текстов?</p>	
<p><b>Собеседование по отчету к разделу «Рабочий этап»</b>  <i>(Изучение особенностей коммуникационных материалов для СМИ. Анализ медиапродуктов организации)</i></p>	<p>ОПК-1.1 (31, У1)  ОПК-4.2 (31)</p>	<p>1. Перечислите методы изучения медиатекстов. 2. Каким образом выявляли специфику медиатекстов при выполнении задний? 3. Какие инструменты поиска информации в медиапространстве вы использовали? 3. Опишите выявленные медиапродукты организации.</p>	<p><b>10</b></p>
<p><b>Собеседование по отчету к разделу «Рабочий этап»</b>  <i>(Проведение мониторинга общественного мнения)</i></p>	<p>ОПК-4.1 (31, У1, В1)</p>	<p>1. Перечислите основные отечественные и зарубежные социологические базы данных. 2. Какие основные целевые аудитории организации можно выделить, основываясь на данных социологических исследований? 3. Какие предпочтения целевой аудитории были выявлены на основе социологических баз данных?</p>	<p><b>5</b></p>
<p><b>Собеседование по отчету к разделу «Рабочий этап»</b>  <i>(Изучение методов и приемов ведения дискуссии)</i></p>	<p>УК-4.1 (31)</p>	<p>Перечислите основные методы и приемы ведения дискуссии. Приведите примеры.</p>	<p><b>5</b></p>
<p><b>Собеседование по отчету к разделу «Рабочий этап»</b>  <i>(Написание деловых писем)</i></p>	<p>УК-4.2 (31, У1, В1)</p>	<p>1. Какие стили официальной и неофициальной письменной речи вы знаете? 2. Продемонстрируйте созданные вами деловые письма.</p>	<p><b>5</b></p>
<p><b>Собеседование по отчету к разделу «Рабочий этап»</b></p>	<p>УК-2.3 (31, У1, В1)  ОПК-4.2 (У1, В1)</p>	<p>1. Дайте общую характеристику основных этапов кампании по рекламе и связям с общественностью. 2. Какой план коммуникативной кампании? Опишите целевые аудитории.</p>	<p><b>10</b></p>

<p><i>(Создание концепции специального события для продвижения организации)</i></p>	<p>ОПК-5.2 (31,У1, В1)</p>	<p>3.Опишите методику разработки рекламных и PR-кампаний.  4. Объясните необходимость встраивания коммуникативного послания в информационную повестку дня. Приведите пример.  5. Перечислите информационные поводы, созданные в период прохождения практики. На какие целевые аудитории они рассчитаны?  6. Определите языковую специфику рекламного и PR-текста. В чем сходства и отличия языковых особенностей рекламных и PR-текстов?  7. Какие методы речевого воздействия вы использовали при создании коммуникативных посланий?  8. Раскройте особенности функционирования различных средств массовой информации.  9. Опишите основные принципы взаимодействия со СМИ.  10. Какие журналистские материалы были подготовлены в период прохождения практики?</p>	
<p><b>Собеседование по отчету к разделу «Рабочий этап»</b>   <i>(Подготовка коммуникативных сообщений)</i></p>	<p>УК-4.1 (У1, В1)  ОПК-1.1 (В1)  ОПК-1.2 (31,У1,В1)  ОПК-4.3 (31 У1 В1)  ОПК-6.1 (31 У1 В1)  ОПК-6.2 (31 У1 В1)</p>	<p>1.Какие коммуникативные материалы вы подготовили? В чем отличие коммуникативных материалов для различных СМИ?  2.Какие типы и форматы коммуникативных материалов для целевых аудиторий вы знаете?  3. Продемонстрируйте подготовленные вами следующие коммуникативные материалы: пресс-релиз, слоган, рекламный текст, статья.  4. Опишите языковую специфику рекламного и PR-дискурса.  5. Какие методы речевого воздействия при создании коммуникативного продукта вы использовали.  6. Продемонстрируйте технологию создания слоганов на собственных примерах.  7. Какие компьютерные программы используются для выполнения текстовых и медийных работ? Как отбирали необходимые компьютерные программы? Какие работы были созданы с помощью программного обеспечения?  8. Опишите принципы создания коммуникационных продуктов с</p>	<p><b>10</b></p>

		использованием цифровых технологий. Какими цифровыми устройствами вы пользовались при создании медиапродуктов? 9. Какие эстетические и выразительные средства языка были использованы при создании коммуникативных продуктов	
<b>Собеседование по отчету к разделу «Отчетный этап»</b>	УК-4.2 (31У1 В1)	Анализ результатов практики. Оформление дневника практики и общего отчета по практике, подведение итогов, получение отзыва руководителя по практике. Оцениваются грамотность, знание литературной формы русского языка, соответствие требованиям деловой коммуникации, владение официальной письменной речью, умение четко и ясно излагать мысли и выстраивать аргументацию.	<b>5</b>

### 3. Оценочные материалы промежуточной аттестации (зачет с оценкой)

Наименование оценочного средства	Проверяемые компетенции	Примерные вопросы
<b>Защита отчетов</b>	ОПК-1	ОПК-1.1: Опишите основные методы изучения медиатекстов. Каким образом выявляется специфика медиатекстов различных СМИ? Какие коммуникативные материалы для разных СМИ были подготовлены в период прохождения практики? ОПК-1.2: Перечислите и охарактеризуйте основные типы и форматы коммуникативных материалов для целевых аудиторий. Какие коммуникационные послания были созданы в период прохождения практики? К какому типу они относятся? Приведите примеры подготовленных вами рекламных и PR-текстов.
	ОПК-4	ОПК-4.1: Перечислите и охарактеризуйте отечественные и зарубежные социологические базы данных. Каким образом выявляли целевые аудитории на основе социологических баз данных? Какие целевые аудитории были выявлены? ОПК-4.2: Назовите основные инструменты поиска информации в медиaprостранстве.

	<p>Объясните необходимость встраивания коммуникативного послания в информационную повестку дня, опишите технологию.</p> <p>Расскажите, какие информационные поводы были созданы в период прохождения практики. На какие целевые группы направлены информационные поводы?</p> <p>ОПК-4.3: Опишите языковую специфику рекламного и PR-дискурса. Какие методы речевого воздействия применялись при создании коммуникационных посланий?</p> <p>Продемонстрируйте созданные слоганы. Опишите целевую аудиторию для каждого слогана.</p>
ОПК-5	<p>ОПК-5.1: Перечислите законодательные нормы регулирования рекламной и PR-деятельности. Приведите примеры нарушения рекламного законодательства в коммуникационных продуктах. Охарактеризуйте особенности мирового, национального и регионального пространства. Приведите примеры международных, национальных и региональных СМИ. Дайте их характеристику.</p> <p>ОПК-5.2: Опишите особенности функционирования различных СМИ. Расскажите об основных правилах и взаимодействия со СМИ. Продемонстрируйте подготовленные в период практики журналистских материалов.</p>
ОПК-6	<p>ОПК-6.1: .Какие компьютерные программы используются для выполнения текстовых и медийных работ? Как отбирали необходимые компьютерные программы? Какие работы были созданы с помощью программного обеспечения?</p> <p>ОПК-6.2: Опишите принципы создания коммуникационных продуктов с использованием цифровых технологий. Какими цифровыми устройствами вы пользовались при создании медиапродуктов?</p>
УК-2	<p>УК-2.1: Расскажите основное содержание законов «О рекламе» и «О средствах массовой информации» Приведите примеры нарушений законов «О рекламе» и «О средствах массовой информации». Какими положениями закона «О рекламе» руководствовались при составлении рекламных текстов?</p> <p>УК-2.2: Опишите особенности рекламной и PR-коммуникации, ее виды и формы. Какие стратегические и тактические цели коммуникативной кампании были сформулированы в период прохождения практики?</p> <p>Какие задачи и тактические приемы были определены?</p> <p>УК-2.3: Дайте общую характеристику основных этапов кампании по рекламе и связям с общественностью.</p>

	Какой план коммуникативной кампании? Опишите целевые аудитории. Опишите методику разработки рекламных и PR-кампаний.
УК-4	УК-4.1: Опишите методы ведения дискуссии. Какие эстетические и выразительные средства языка применялись при создании коммуникативных посланий? Приведите примеры. УК-4.2: Какие стили официальной и неофициальной письменной речи вы знаете? Продемонстрируйте примеры созданные вами деловых писем.

Число баллов, которое может получить обучающийся за защиту отчета по практике, составляет от 20 до 40.

При выставлении баллов учитываются следующие критерии:

*От 36 до 40 баллов получает студент, если содержание и оформление отчета и дневника прохождения практики полностью соответствуют предъявляемым требованиям, характеристики студента положительные, ответы на вопросы комиссии по программе практики полные и точные; ответ отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа.*

*От 31 до 35 баллов оценивается отчет при выполнении основных требований к прохождению практики и при наличии несущественных замечаний по содержанию и формам отчета и дневника, характеристики студента положительные, в ответах на вопросы комиссии по программе практики студент допускает определенные неточности, хотя в целом отвечает уверенно и имеет твердые знания.*

*От 20 до 30 баллов оценивается отчет, если имеет место небрежное оформление отчета и дневника, отражены все вопросы программы практики, но имеют место отдельные существенные погрешности, характеристики студента положительные, при ответах на вопросы комиссии по программе практики студент допускает ошибки.*

*Менее 20 баллов получает студент, если в отчете освещены не все разделы программы практики, на вопросы комиссии студент не дает удовлетворительных ответов, не имеет четкого представления о функциях служб организации управления, не владеет практическими навыками анализа и оценки уровня организации управления.*

## АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ (ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ)

### оценка результатов выполнения индивидуального задания

Этапы практики	Проверяемые индикаторы компетенций	Оценочное средство	Количество баллов
<b>Подготовительный этап</b>	УК-2.1 Знает необходимые для осуществления профессиональной деятельности правовые нормы и методологические основы принятия управленческого решения	Собеседование по отчету	
	УК-2.2 Умеет проводить анализ поставленной цели, формулировать задачи, которые необходимо решить для достижения	Собеседование по отчету	
	ОПК-5.1 Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	Собеседование по отчету	
<b>Рабочий этап</b>	УК-2.3 Владеет методиками разработки и реализации проекта; методами оценки продолжительности и стоимости проекта, а также потребности в ресурсах	Собеседование по отчету	
	УК-4.1 Знает литературную форму государственного языка, правила устной и письменной коммуникации на иностранном языке, функциональные стили родного языка, требования к деловой коммуникации	Собеседование по отчету	
	УК-4.2 Умеет вести деловую переписку на русском и иностранном языках с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем	Собеседование по отчету	
	ОПК-1.1 Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ	Собеседование по отчету	
	ОПК-1.2 Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	Собеседование по отчету	
	ОПК-4.1 Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	Собеседование по отчету	
	ОПК-4.2 Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Собеседование по отчету	
	ОПК-4.3 Осуществляет в профессиональной деятельности отбор языковых и речевых средств с учетом коммуникативной специфики аудитории	Собеседование по отчету	
	ОПК-5.2 Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	Собеседование по отчету	

	ОПК-6.1 Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение	Собеседование по отчету	
	ОПК-6.2 Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Собеседование по отчету	
<b>Отчетный этап</b>	УК-4.2 Умеет вести деловую переписку на русском и иностранном языках с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем	Собеседование по отчету	
	<b>Итого</b>		

Оцените по 20-ти балльной шкале ответ на 1 вопрос билета \_\_\_\_\_

Оцените по 20-ти балльной шкале ответ на 2 вопрос билета \_\_\_\_\_

Суммарный балл оценки руководителя от КГЭУ: \_\_\_\_\_

***Итоговая шкала оценивания***

Цифровое выражение	Выражение в баллах БРС:	Словесное выражение	Уровень сформированности компетенций ОПК -1, ОПК-4, ОПК-5, ОПК -6, УК-2, УК-4
5	от 85 до 100	Отлично	Компетенции сформированы на высоком уровне
4	от 70 до 84	Хорошо	Компетенции сформированы на достаточном уровне
3	от 55 до 69	Удовлетворительно	Компетенции сформированы на низком уровне
2	до 55	Неудовлетворительно	Компетенции не сформированы

**ИТОГОВАЯ ОЦЕНКА** \_\_\_\_\_

Руководитель практики от КГЭУ \_\_\_\_\_



## Таблица для заочного обучения

### 5.1. Объем практики

Вид учебной работы	Всего часов	Курс
		3
<b>ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	324	324
КОНТАКТНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ, в том числе:	3	3
Лекционные занятия (Лк)	2	2
Контактные часы во время аттестации (КПА)	1	1
САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ (СРС), в том числе:	313	313
Подготовка к промежуточной аттестации в форме: (зачет с оценкой)	8	8
<b>ФОРМА ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ</b>	ЗаО	ЗаО

## Лист регистрации изменений

Дополнения и изменения в рабочей программе практики на 20\_\_\_/20\_\_\_ учебный  
год

В программу вносятся следующие изменения:

1. \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_

3. \_\_\_\_\_

*Указываются номера страниц, на которых  
внесены изменения,  
и кратко дается характеристика этих  
изменений*