

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского»

Факультет международного бизнеса

Кафедра маркетинга и рекламы

«УТВЕРЖДАЮ»

Проректор по учебной работе

_____ Смирнова Т.Б.

« 30 » 03 20 18 г.

Программа практики

«Учебная практика: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности»

| | |
|-------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| Направление подготовки | Реклама и связи с общественностью |
| Код направления подготовки | 42.03.01 |
| Направленность (профиль) подготовки | Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере |
| Базовая/вариативная часть | Вариативная часть |
| Форма обучения | Очная |

Ответственный за разработку программы практики «Учебная практика: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности»:

Кафедра маркетинга и рекламы,
доцент, к.э.н.

(должность, ученая степень и ученое звание)

Катунина Н. В.

(подпись)

(инициалы, фамилия разработчика)

В соответствии с п.9, ст. 2 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» рабочая программа является составной частью образовательной программы.

ОПОП принята решением ученого совета университета (протокол № 11 от 27.10.2017 г.)

В соответствии с требованиями ФГОС ВО рабочая программа была актуализирована: состав программного обеспечения, баз данных и информационно-справочных систем не требует обновления; перечень основной и дополнительной литературы обновлен.

Декан факультета международного
бизнеса

(должность)

Дусь Ю.П.

(подпись)

(Ф.И.О. директора)

Согласовано с библиотекой:

Ведущий библиотекарь

(должность)

Бородина Г.В.

(Ф.И.О. проверяющего)

1. Наименование практики с указанием ее вида и типа

Вид практики - учебная; тип - практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности

Целью учебной практики является приобретение первичного практического опыта в зависимости от видов деятельности, на которые ориентирована основная профессиональная образовательная программа.

2. Способ и форма (формы) проведения практики

Способы проведения: стационарная; выездная

Форма проведения: дискретно, по периодам проведения

3. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

| Коды компетенций (по ФГОС ВО) | Содержание компетенций согласно ФГОС ВО | Перечень планируемых результатов обучения |
|----------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ОК | Общекультурные компетенции | |
| ОК-7 | способность к самоорганизации и самообразованию | <p>Знания</p> <ul style="list-style-type: none"> - Способов организации учебно-познавательной деятельности. <p>Умения</p> <ul style="list-style-type: none"> - Выявлять проблемы своего образования; развивать навыки самообразования; применять методы и средства познания для профессиональной компетентности; - планировать и организовать свой индивидуальный процесс образования; использовать различные методы и формы обучения. <p>Владения</p> <ul style="list-style-type: none"> - Навыками самостоятельной научно-исследовательской работы и самоконтроля. |
| ОПК | Общепрофессиональные компетенции | |
| ОПК-1 | способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах | <p>Знания</p> <ul style="list-style-type: none"> - методов осуществления профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью. <p>Умения</p> <ul style="list-style-type: none"> - Осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью. <p>Владения</p> <ul style="list-style-type: none"> - Опытном осуществлении профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью. |
| ПК | Профессиональные компетенции | |
| ПК-3 | владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами | <p>Знания</p> <ul style="list-style-type: none"> - Типичных коммуникативных ситуаций в сфере профессиональной деятельности. |

| Коды компетенций (по ФГОС ВО) | Содержание компетенций согласно ФГОС ВО | Перечень планируемых результатов обучения |
|----------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | <p>Умения</p> <ul style="list-style-type: none"> - Решать задачи разработки творческой идеи для рекламного/ PR-мероприятия во взаимодействии с членами коллектива в ходе реализации событийных мероприятий; - реализовать событийное мероприятие, ориентированное на небольшую целевую аудиторию. <p>Владения</p> <ul style="list-style-type: none"> - Навыками управления и координации работы малого коллектива в процессе реализации событийного мероприятия. |
| ПК-9 | способность проводить маркетинговые исследования | <p>Знания</p> <ul style="list-style-type: none"> - принципов проведения маркетинговых исследований. <p>Умения</p> <ul style="list-style-type: none"> - Разрабатывать полное техническое задание на проведение качественного и количественного маркетингового исследования; - разрабатывать формы для сбора данных и проводить их предварительное тестирование; - проводить количественный и качественный анализ собранной информации; - формировать рекомендации для компании на основе полученных результатов маркетингового исследования. <p>Владения</p> <ul style="list-style-type: none"> - Навыками организации и проведения количественного и качественного маркетингового исследования, - навыками анализа результатов и адаптации их в форме рекомендаций для компании. |
| ПК-10 | способность организовывать и проводить социологические исследования | <p>Знания</p> <ul style="list-style-type: none"> - Принципов проведения социологических опросов. <p>Умения</p> <ul style="list-style-type: none"> - Провести исследование социальных характеристик целевой группы пользователей в социальной сети; - выявлять особенности различных аудиторий социальных сетей и подбирать соответствующий им контент. <p>Владения</p> <ul style="list-style-type: none"> - Навыками разработки социологических инструментов сбора информации. |
| ПК-11 | способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов | <p>Знания</p> <ul style="list-style-type: none"> - Видов аналитических справок и отчетов. <p>Умения</p> <ul style="list-style-type: none"> - Обобщать и систематизировать информацию для составления отчета по результатам маркетингового исследования. <p>Владения</p> |

| Коды компетенций (по ФГОС ВО) | Содержание компетенций согласно ФГОС ВО | Перечень планируемых результатов обучения |
|----------------------------------|--------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | - Формулирования выводов на основе результатов, полученных в ходе маркетинговых исследований. |
| ПКД | Профессиональные компетенции дополнительные | |
| ПКД-2 | умеет проводить анализ и оценку рекламной деятельности организации | Знания - Методов анализа и оценки рекламной деятельности. Умения - Анализировать рекламную деятельность организации. Владения - Навыками разработки контента для наполнения социальных сетей; - навыками проектирования мероприятий по продвижению рекламной идеи в среде диджитал-коммуникаций; - навыками разработки печатной рекламной продукции. |

4. Указание места практики в структуре ОПОП

Учебная практика: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности входит в «БЛОК2 Практики» и относится к вариативной части ОПОП

Учебная практика: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности является обязательным видом учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся.

Учебная практика: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности является необходимым этапом формирования у обучающихся требуемых компетенций. Ее ценность заключается в приобретении новых и закреплении уже полученных знаний.

Учебная практика является необходимым этапом формирования у обучающихся требуемых компетенций. Ее ценность заключается в приобретении новых и закреплении уже полученных знаний.

Учебная практика проводится в отделах маркетинга и рекламы, в отделах рекламы предприятий и организаций, в рекламных агентствах.

Учебная практика: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности базируется, прежде всего, на изучении дисциплин:

1. БЛОК1.Б Менеджмент
2. БЛОК1.Б Маркетинг
3. БЛОК1.Б Интернет-коммуникации

5. Объем и продолжительность практики

| Форма проведения | Семестр | Общая трудоемкость | |
|-----------------------------------|---------|--------------------|-----------------|
| | | в З.Е. | в неделях, днях |
| Дискретно, по периодам проведения | 2 | 4 | 2 нед., 4 дн. |
| Дискретно, по периодам проведения | 4 | 10 | 6 нед., 4 дн. |
| Дискретно, по периодам проведения | 5 | 8 | 5 нед., 2 дн. |
| Дискретно, по периодам проведения | 6 | 6 | 4 нед. |

Форма промежуточной аттестации: 2 - зачет; 4 - зачет; 5 - зачет; 6 - зачет

6. Содержание практики

Для прохождения практики в сроки, установленные учебными планами и графиками, руководителем практики выдается обучающемуся индивидуальное задание (приложение 2) и рабочий/совместный рабочий график (план) проведения практики (приложение 3).

Основные разделы (этапы) практики, их содержание и планируемые результаты работы обучающегося:

| № | Сем | Раздел | Содержание раздела |
|---|-----|------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | 2 | Подготовка к прохождению практики | Совместно с руководителем практики от ОмГУ разрабатывает индивидуальное задание, рабочий/совместный график (план) прохождения практик. |
| 2 | 2 | Знакомство с организацией | Вводный инструктаж на рабочем месте (в том числе инструктаж по технике безопасности); изучение специфики работы рекламного агентства/отдела; интервью с руководителем рекламного агентства/отдела |
| 3 | 2 | Выполнение индивидуального задания | Обучающийся выполняет индивидуальное задание под руководством специалиста рекламного агентства/отдела, включающее: - изучение научной литературы об особенностях маркетинга в социальных сетях; - подготовка аналитической записки по результатам социологического исследования особенностей аудитории социальных сетей и их контента; - разработка индивидуального контент-плана, «продающих текстов» и вариантов их визуализации; - размещение «продающих текстов» и вариантов их визуализации в соответствии с индивидуальным контент-планом. |
| 4 | 2 | Отчет по практике | Обучающийся готовит отчет по практике; отзыв-характеристику у руководителя практики от организации; студент передает отчет по практике руководителю практики от ОмГУ; защищает отчет по практике |
| 5 | 4 | Подготовка к прохождению практики | совместно с руководителем практики от ОмГУ разрабатывает индивидуальное задание, рабочий/совместный график (план) прохождения практики |
| 6 | 4 | Знакомство с организацией | Вводный инструктаж на рабочем месте (в том числе инструктаж по технике безопасности); изучение специфики работы организации. |
| 7 | 4 | Выполнение индивидуального | Обучающийся выполняет индивидуальное задание, включающее: |

| № | Сем | Раздел | Содержание раздела |
|----|-----|------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | задания | - обзор рынка конкретного продукта (услуги, товара); - подготовка технического задания маркетингового исследования и инструментария для сбора данных; - проведение полевого маркетингового / социологического исследования для сбора первичных данных о спросе на продукт; - обработка результатов маркетингового исследования. |
| 8 | 4 | Отчет по практике | Обучающийся готовит отчет по практике, отзыв-характеристику у руководителя практики от организации, передает отчет по практике руководителю практики от ОмГУ, защищает отчет по практике. |
| 9 | 5 | Подготовка к прохождению практики | Совместно с руководителем практики от ОмГУ разрабатывает индивидуальное задание, рабочий/совместный график (план) прохождения практики. |
| 10 | 5 | Знакомство с организацией | Вводный инструктаж на рабочем месте (в том числе инструктаж по технике безопасности), изучение специфики работы организации. |
| 11 | 5 | Выполнение индивидуального задания | Обучающийся выполняет индивидуальное задание, включающее: - Изучение теоретических аспектов событийного маркетинга; - определение целевой аудитории планируемого события; - разработка концепта события, ориентированного на небольшую целевую аудиторию; - разработка концепции события и его описание; - разработка календарного плана события; - определение коммуникационных процессов вокруг события. |
| 12 | 5 | Отчет по практике | студент готовит отчет по практике; отзыв-характеристику у руководителя практики от организации; студент передает отчет по практике руководителю практики от ОмГУ; защищает отчет по практике |
| 13 | 6 | Подготовка к прохождению практики | Совместно с руководителем практики от ОмГУ разрабатывает индивидуальное задание, рабочий/совместный график (план) прохождения практики, согласовывается с руководителем практики от профильной организации |
| 14 | 6 | Знакомство с организацией | Вводный инструктаж на рабочем месте, (в том числе инструктаж по технике безопасности), изучение специфики работы рекламного агентства/отдела; интервью с руководителем рекламного агентства/отдела |
| 15 | 6 | Выполнение индивидуального задания | Обучающийся выполняет индивидуальное задание под руководством специалиста рекламного агентства/отдела, включающее: - описание деятельности предприятия, в том числе УТП производимой продукции (услуг); - анализ рекламной деятельности организации; - описание целевой аудитории печатной продукции; - описание концепции печатной продукции (включая непосредственно сами макеты печатной продукции); - результаты исследования современного состояния системы СМИ России и г. Омска - результаты претестирования готовых макетов печатной продукции. |
| 16 | 6 | Отчет по практике | Студент готовит отчет по практике, отзыв-характеристику у |

| № | Сем | Раздел | Содержание раздела |
|---|-----|--------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | | руководителя практики от организации, студент передает отчет по практике руководителю практики от ОмГУ; защищает отчет по практике. |

7. Формы отчетности

Отчетная документация по практике

| № | Перечень отчетной документации | Требования к содержанию |
|----|---------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. | Индивидуальное задание на практику | Выдается обучающемуся руководителем практики. Включает в себя содержание и планируемые результаты практики |
| 2. | отчет по практике | Отчет составляется в течении всего периода практики, а редактирование и окончательное оформление – в течение двух дней со дня окончания учебной практики. Отчет студента по практике должен включать текстовый, графический и другой иллюстративный материал, необходимый для подтверждения выполнения задания. Объем отчета должен составлять не менее 20 страниц машинописного текста и содержать разделы, указанные в задании на практику. Отчет должен быть оформлен в строгом соответствии с требованиями к оформлению письменных работ, утвержденных на факультете международного бизнеса. |
| 3. | Рабочий/совместный рабочий график (план) прохождения практики | Включает в себя перечень мероприятий, планируемый в период практики. |
| 4. | Отзыв руководителя | Включает оценку качества работы студента во время прохождения практики по основным компетенциям и прочим критериям, а также рекомендации по самосовершенствованию. |

8. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации находится в Приложении 1.

9. Перечень основной и дополнительной литературы

9.1 Основная литература

1. Коротков А.В. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс]: учебное пособие. – М.: Юнити-Дана, 2015. https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=119143
2. Синяева, Инга Михайловна. Сфера PR в маркетинге [Электронный ресурс] : учебное пособие / И. М. Синяева, В. М. Маслова, В. В. Синяев. - Электрон. текстовые дан. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114502>
3. Минько, Э.В. Маркетинг : учебное пособие / Э.В. Минько, Н.В. Карпова. - М. :Юнити-Дана, 2015. - 351 с <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114714>
4. Ткаченко Н.В. Креативная реклама : Технологии проектирования: учебное пособие./ Н. В. Ткаченко, О. Н. Ткаченко. - [Электронный ресурс] - М.: Юнити-Дана, 2015. – 336 с. http://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red&needauth=1

9.2 Дополнительная литература

5. Афанасьев, Г.С. Event-мероприятия как инструмент продвижения товарных брендов и услуг / Г.С. Афанасьев. - М. : Лаборатория книги, 2012. - 108 с. - ISBN 978-5-504-00802-8
<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=139178>
6. Основы маркетинга : [пер. с англ.] / Ф. Котлер [и др. ; общ. ред. Н. В. Шульпиной]. - 2-е европ. изд. - М. : Вильямс ; СПб. : [б. и.] ; Киев : [б. и.], 2006. - 943 с. (104 экз.).
7. Сафронова Н.Б. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс]: учебное пособие / Н. Б. Сафронова, И. В. Корнеева. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017
http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=454102
8. Ухова Л.В. Эффективность рекламного текста: сборник статей. [Электронный ресурс] – М.: Директ-Медиа, 2014. – 200 с. http://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red&needauth=1
9. Марочкина, С.С. Введение в специальность: реклама: учебное пособие / С.С. Марочкина, Л.М. Дмитриева, Е.В. Азарова. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 239 с.
<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114757>

9.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. ЭБС "Университетская библиотека онлайн" <http://biblioclub.ru/book>
2. ЭБС "ОмГУ" <http://library.omsu.ru>

9.4 Рекомендуемая литература

1. Кириллова, В.Л. PR в некоммерческом секторе / В.Л. Кириллова. - М. ; Берлин : Ди-рект-Медиа, 2015. - 127 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=298176>

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Перечень программного обеспечения и информационные справочные системы указаны в п.11. Специализированные информационные технологии не используются.

11. Описание материально-технической базы, включая список программного обеспечения

| Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы | Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы обучающихся | Перечень лицензионного программного обеспечения |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Помещения для самостоятельной работы № 301 (компьютерный класс), № 306а (кабинет для самостоятельных работ и курсового проектирования), | Оборудование: 27 персональных компьютеров; Intel Core 2 ОЗУ 512, HDD 80 GB, 19" монитору. Оборудование: специализированная учебная мебель, доска белая маркерная переносная. Свободный доступ к глобальной сети Интернет. Зона WiFi. № 306а Оборудование: | MS Windows XP Договор №17-341 от 29.06.2017, MS Office2007 Государственный контракт № 228 от 03.09.2008, Adobe Photoshop CS 10.0 RU Государственный контракт №227 от 03.09.2008, CorelDRAW Graphics Suite X5 Государственный контракт № 316 от 16 .12.2010, |

| Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы | Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы обучающихся | Перечень лицензионного программного обеспечения |
|---------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | специализированная учебная мебель, шкафы с учебной и методической литературой, подписные издания | <p>KES-10 Договор № 17-612 от 20.12.2017 WinRAR Государственный контракт №227 от 03.09.2008 Adobe Acrobat Reader DC- Russian, Far Manager 3, IrfanView, Mozilla Firefox 56.0.2 (x86 ru), Opera Stable 48.0.2685.52, VLC media player, WinDjView 2.0.2, EViews 3.1, R for Widows 3.4.3, RStudio, Gretl, GIMP 2.6.8, Inscare 0.47 – свободно распространяемое ПО</p> |

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по программе практики

«Учебная практика: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности»

| | |
|-------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| Направление подготовки | Реклама и связи с общественностью |
| Код направления подготовки | 42.03.01 |
| Направленность (профиль) подготовки | Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере |
| Базовая/вариативная часть | Вариативная часть |
| Форма обучения | Очная |

Фонд оценочных средств

промежуточной аттестации обучающихся разработан в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного 11.08.2016 г.

Перечень компетенций

ОК-7 - способность к самоорганизации и самообразованию

ОПК-1 - способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах

ПК-3 - владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами

ПК-9 - способность проводить маркетинговые исследования

ПК-10 - способность организовывать и проводить социологические исследования

ПК-11 - способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов

ПКД-2 - умеет проводить анализ и оценку рекламной деятельности организации

1. Описание критериев оценивания компетенций на этапе их формирования, описание шкалы оценивания

| Код компетенции | Результат обучения | Содержание результатов обучения | Оценочные средства |
|-----------------|--------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ОК-7 | Знания | - Способов организации учебно-познавательной деятельности. | отчет по практике, вопросы к зачету, рабочий/совместный план-график (план) прохождения, отзыв-характеристик на практиканта руководителя практики от предприятия |
| | Умения | - Выявлять проблемы своего образования; развивать навыки самообразования; применять методы и средства познания для профессиональной компетентности; - планировать и организовать свой индивидуальный процесс образования; использовать различные методы и формы обучения. | |
| | Владения | - Навыками самостоятельной научно-исследовательской работы и самоконтроля. | |
| ОПК-1 | Знания | - методов осуществления профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью. | отчет по практике, вопросы к зачету, рабочий/совместный план-график (план) прохождения, отзыв-характеристик на практиканта руководителя практики от предприятия |
| | Умения | - Осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью. | |
| | Владения | - Опытом осуществления профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью. | |
| ПК-3 | Знания | - Типичных коммуникативных ситуаций в сфере профессиональной деятельности. | отчет по практике, вопросы к зачету, рабочий/совместный план-график (план) |
| | Умения | - Решать задачи разработки творческой идеи для | |

| Код компетенции | Результат обучения | Содержание результатов обучения | Оценочные средства |
|-----------------|--------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | рекламного/ PR-мероприятия во взаимодействии с членами коллектива в ходе реализации событийных мероприятий; - реализовать событийное мероприятие, ориентированное на небольшую целевую аудиторию. | прохождения, отзыв-характеристик на практиканта руководителя практики от предприятия |
| | Владения | - Навыками управления и координации работы малого коллектива в процессе реализации событийного мероприятия. | |
| ПК-9 | Знания | - принципов проведения маркетинговых исследований. | отчет по практике, вопросы к зачету, рабочий/совместный план-график (план) прохождения, отзыв-характеристик на практиканта руководителя практики от предприятия |
| | Умения | - Разрабатывать полное техническое задание на проведение качественного и количественного маркетингового исследования; - разрабатывать формы для сбора данных и проводить их предварительное тестирование; - проводить количественный и качественный анализ собранной информации; - формировать рекомендации для компании на основе полученных результатов маркетингового исследования. | |
| | Владения | - Навыками организации и проведения количественного и качественного маркетингового исследования, - навыками анализа результатов и адаптации их в форме рекомендаций для компании. | |
| ПК-10 | Знания | - Принципов проведения социологических опросов. | отчет по практике, вопросы к зачету, рабочий/совместный план-график (план) прохождения, отзыв-характеристик на практиканта руководителя практики от предприятия |
| | Умения | - Провести исследование социальных характеристик целевой группы пользователей в социальной сети; - выявлять особенности различных аудиторий социальных сетей и подбирать соответствующий им контент. | |
| | Владения | - Навыками разработки социологических инструментов сбора информации. | |
| ПК-11 | Знания | - Видов аналитических справок и отчетов. | отчет по практике, вопросы к зачету, рабочий/совместный план-график (план) прохождения, отзыв-характеристик на практиканта руководителя практики от предприятия |
| | Умения | - Обобщать и систематизировать информацию для составления отчета по результатам маркетингового исследования. | |
| | Владения | - Формулирования выводов на основе результатов, полученных в ходе маркетинговых исследований. | |
| ПКД-2 | Знания | - Методов анализа и оценки рекламной деятельности. | отчет по практике, вопросы к зачету, рабочий/совместный план-график (план) прохождения, отзыв- |
| | Умения | - Анализировать рекламную деятельность организации. | |
| | Владения | - Навыками разработки контента для наполнения социальных сетей; - навыками проектирования мероприятий по продвижению | |

| Код компетенции | Результат обучения | Содержание результатов обучения | Оценочные средства |
|-----------------|--------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|
| | | рекламной идеи в среде диджитал-коммуникаций; - навыками разработки печатной рекламной продукции. | характеристик на практиканта руководителя практики от предприятия |

Уровни освоения компетенции(й) и шкала оценивания на зачете

| Уровень освоения компетенции | Шкала оценивания | Критерии оценки |
|-------------------------------------------|------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Пороговый уровень освоения компетенции(й) | зачет | - в характеристике с места практики выставлена оценка "зачтено"; - отчетная документация выполнена в полном объеме и сдана на кафедру в течение 3 дней после практики, имеются отдельные несущественные замечания и недостатки в оформлении, устраненные студентом в течение 3 дней; - студент продемонстрировал на практике достаточное умение применять полученные знания на базовом (для учебной практики) уровне; - умение (навык) сформировано достаточно полно, но проявил недостаточную самостоятельность в процессе прохождения практики, что отмечено в характеристике. |
| Компетенции(я) не освоена | не зачтено | обучающийся показывает фрагментарные знания, не демонстрирует умения, допускает существенные ошибки. |

2. Перечень вопросов для подготовки к промежуточной аттестации

Вопросы для зачета (2 семестр):

- 1) вопросы по технике безопасности
- 2) вопросы по аналитической записки об особенностях аудитории социальных сетей и их контента в соответствии с предметом и объектом практики
- 3) вопросы по контент-плану, «продающим текстам» и вариантам их визуализации в соответствии с предметом и объектом практики
- 4) вопросы к скриншотам экрана с размещенными «продающими текстами» и их визуализацией в соответствии с индивидуальным контент-планом
- 5) вопросы к отчету по практике (часть 1)

Вопросы для зачета (4 семестр):

- 1) вопросы по технике безопасности
- 2) вопросы к отчет по обзору рынка исследования
- 3) вопросы к техническому заданию на маркетинговое исследование и к формам для сбора данных
- 4) вопросы к отчету по практике (часть 2)

Вопросы для зачета (5 семестр):

- 1) вопросы по технике безопасности
- 2) вопросы к отчету о разработке концепции события и его описание с помощью модели «Пирамида индивидуальности» (включая календарный план события, расчет и описание материально-технического оснащения события, определение коммуникационных процессов вокруг события)

3) вопросы к отчету о реализации события (фотографии с места события, аудио или видео запись события и прочее), включая анализ эффективности события

4) вопросы к отчету по практике (часть 3)

Вопросы для зачета (6 семестр):

1) вопросы по технике безопасности

2) вопросы к отчету о рекламной деятельности и существующей рекламной продукции организации

3) вопросы по описанию концепции рекламного продукта, разработанного на основании результатов исследования особенностей коммуникационной активности целевой аудитории (в том числе: описание инструментария маркетингового исследования, результаты исследования, выводы и ограничения)

4) макеты рекламной продукции (изготовленные полиграфическим способом), отчет о претестировании рекламной продукции (в том числе: описание инструментария маркетингового исследования, результаты исследования, выводы и ограничения)

5) вопросы к отчету по практике (часть 4)

3. Типовые задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов

1) Знакомство с руководством и трудовым коллективом организации/ рекламного подразделения;

знакомство с должностными инструкциями организации/ рекламного подразделения; выявление миссии (если таковая существует), целей и задач организации /рекламного подразделения;

описание структуры организации /рекламного подразделения;

описание функциональных обязанностей специалистов по рекламе;

Обучающийся должен выяснить:

- специализацию организации;

- целевые группы, с которыми взаимодействует подразделение / организация;

- описание основных принципов, методов и приемов, используемых сотрудниками данной организации /

рекламного подразделения по воздействию на целевые аудитории в ходе интервью с работодателем.

2) Участие в работе деятельности организации: обучающийся выполняет поручения руководителя практики принимающей стороны по согласованию с руководителем практики от университета (подготовка рекламных материалов по освещению деятельности организации, участие в проведении исследовательских работ, участие в анкетировании, в разработке и проведении рекламных акций и т. д.).

3) Разработка рекламного продукта.

4) Разработка стратегического плана и сценария рекламной акции, которая не обязательно будет проведена, но описание всего технологического процесса оценивается руководителем практики.

5) Защита отчета по практике

4. Процедура оценивания результатов

Зачет проводится на основе анализа отчета по практике.

Обучающийся, освоивший этапы формирования компенсаций по учебной практике получает оценку «зачтено», если:

- задания практики выполнены в объеме не менее 80%. Задания сопровождаются аналитическими

выводами и оценочными суждениями, а также предложениями по совершенствованию объектов и процессов;

- отчет по результатам практики оформлен в соответствии с требованиями высшей школы;
- заполнены сопроводительные документы (индивидуальное задание, совместный рабочий план прохождения практик, отзыв-характеристика руководителя практики от предприятия, если это предусмотрено видом практики);
- план прохождения практики выполнен в установленные сроки без существенных отклонений.

Зачет может проводиться в форме устного собеседования.

Зачет в форме устного собеседования проводится преподавателем индивидуально с каждым обучаемым на основе материалов отчета по практике. Вопросы к зачету охватывают задания практики. В ходе зачета студенту могут быть заданы дополнительные вопросы, их количество может колебаться в среднем от 3 до 5, что зависит от демонстрируемых обучающимся знаний (чем ниже знания, демонстрируемые в начале собеседования, тем больше может быть задано вопросов с целью более точного определения уровня подготовки обучающегося).