

ЧАСТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
БРЯНСКИЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ И БИЗНЕСА

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
экономики и управления
Д.В. Ерохин

Рабочая программа практики
«Производственная практика: преддипломная практика»

Направление подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

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

Квалификация (степень) выпускника:
Бакалавр

Форма обучения:
Очная

Составитель программы:
к.т.н., доцент Прокопенко Л.Л.

Брянск
2025

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
КВАЛИФИЦИРОВАННОЙ
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: 01DAF20DF11AE8200080F7A381D0002
Владелец: Прокопенко Любовь Леонидовна
Действителен: с 19.08.2024 до 19.08.2025

СОДЕРЖАНИЕ

1. Аннотация к дисциплине.....	4
2. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	6
3. Объем дисциплины в зачетных единицах и ее продолжительность в неделях либо в академических часах.....	9
4. Содержание дисциплины.....	9
4.1. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах).....	9
4.2. Содержание дисциплины, структурированное по разделам темам)	10
5. Форма отчетности по практике.....	15
6. Перечень основной учебной литературы, современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем.....	16
7. Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.....	21
8. Описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики	21
9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы.....	21
10. Иные сведения и материалы.....	22
Приложение.....	25

1. Аннотация к производственной практике: преддипломной практики

Рабочая программа практики составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. №: 512 (с изменениями и дополнениями). Положение о практической подготовке, утвержденное приказами Минобрнауки России и Минпросвещения России от 05 августа 2020 г. № 885/390. Производственная практика: профессионально-ознакомительная практика является неотъемлемой частью учебного процесса и включена в обязательную часть, блок 2 «практики» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, уровень бакалавриата.

Вид практики, способ и форма ее проведения Вид практики – производственная.

Производственная практика: преддипломная практика на выполнение выпускной квалификационной работы.

Способ проведения практики: стационарная, выездная.

Форма проведения практики: дискретно.

Место практики в структуре основной профессиональной образовательной программы бакалавриата.

Производственная: преддипломная практика проводится на завершающем этапе подготовки будущих бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Для успешного прохождения практики необходимы компетенции, сформированные в рамках изучения дисциплин части, формируемой участниками образовательных отношений, учебной, производственной практик. Знания и умения, полученные при прослушивании курсов лекций, являются теоретической базой производственной: преддипломной практики. Производственная практика: преддипломная практика проводится на 4 курсе в 8 семестре (для очной формы обучения).

Основными целями производственной: преддипломной практики является: выполнение выпускной квалификационной работы.

Задачи прохождения практики:

- овладение знаниями и навыками работы в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах;
- приобретение способности осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта;
- приобретение опыта работы с клиентами, ведения деловых переговоров и подготовки рекламных и информационных материалов, практики спичрайтинга, мониторинга СМИ, организации и проведения специальных мероприятий (пресс-конференций, брифингов, презентаций и т. д.);
- участие в планировании работы отдела (службы) по связям с общественностью,
- разработка имиджевых документов, участие в брендинге (управлении торговой маркой), продвижении товаров и услуг, подготовке и рассылке пресс-релизов;
- овладение способностью под контролем планировать и осуществлять коммуникационные, рекламные, имиджевые кампании и мероприятия;
- овладение способностью осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью;
- формирование навыков создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы;
- формирование базовых навыков оценивания эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью;
- овладение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы.

Полнота и степень детализации этих задач регламентируются планом практики и

индивидуальным заданием, в зависимости от особенностей принимающих организаций – баз практики.

Таким образом, во время практики происходит закрепление и конкретизация результатов теоретического обучения, приобретение обучающимися умений и навыков практической работы по выбранному профилю 42.03.01 Реклам и связи с общественностью.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения практики:

ПК-1 - способен осуществлять авторскую деятельность с учётом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

ПК-2 - способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа

ПК-3 - способен участвовать в разработке и реализации проектов в сфере рекламы и связей с общественностью

ПК-4 - способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

ПК-5 - способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПК-6 - способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности

ПК-7 - способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приёмы и методы онлайн и офлайн коммуникаций.

2. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с установленными в программе индикаторами достижения компетенций

В результате прохождения практики обучающийся должен овладеть следующими компетенциями и их индикаторами:

Код компетенции	Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	Индикаторы достижения компетенций	Формы образовательной деятельности, способствующие формированию и развитию компетенции
ПК-1	Способен осуществлять авторскую деятельность с учётом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-1.1 Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	<u>Контактная работа:</u> Лекции Практические занятия <u>Самостоятельная работа</u>
		ПК-1.2 Создает информационные поводы и сценарии специальных событий и мероприятий для рекламно-коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью	
		ПК-1.3 Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн- и онлайн-среде	
ПК-2	Способен осуществлять	ПК-2.2	<u>Контактная работа:</u>

	редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа	Контролирует соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала	Лекции Практические занятия <u>Самостоятельная работа</u>
ПК-3	Способен участвовать в разработке и реализации проектов в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-3.2 Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	<u>Контактная работа:</u> Лекции Практические занятия <u>Самостоятельная работа</u>
		ПК-3.3 Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта	
ПК-4	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК-4.1 Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта	<u>Контактная работа:</u> Лекции Практические занятия <u>Самостоятельная работа</u>
		ПК-4.2 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта	
		ПК-4.3 Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	
ПК-5	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-5.1 Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью	<u>Контактная работа:</u> Лекции Практические занятия <u>Самостоятельная работа</u>
		ПК-5.2 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	
		ПК-5.3 Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	
ПК-6	Способен строить свою	ПК-6.2	<u>Контактная работа:</u>

	профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности	Лекции Практические занятия <u>Самостоятельная работа</u>
ПК-7	Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приёмы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	ПК-7.4 Участствует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций	<u>Контактная работа:</u> Лекции Практические занятия <u>Самостоятельная работа</u>
		ПК-7.5 Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	

3. Объем практики в зачетных единицах и ее продолжительность в неделях либо в академических или астрономических часах

Объем практики составляет 6 зачетных (ые) единиц (ы).

Продолжительность практики 4 недели (ли) /216 акад. часа (ов).

4. Содержание практики

4.1. Разделы практики и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах)

для очной формы обучения

№ п/п	Наименование этапов практики	Количество академ. часов для обучающихся в очной форме
1.	I. Подготовительный этап Знакомство с программой практики и требованиями к оформлению ее результатов. Решение организационных вопросов	2
2.	II. Основной этап Выполнение индивидуального задания в ходе практических занятий по учебной практике в институте	6
3.	II. Основной этап (самостоятельная работа обучающегося) Выполнение индивидуального задания в ходе самостоятельной работы по учебной практике	204
4.	III. Заключительный этап Формирование отчетной документации.	4 (включая зачет с

	Защита отчета по практике (зачет с оценкой).	оценкой)
	Итого:	216

4.2 Содержание практики, структурированное по разделам

Подготовительный этап

На подготовительном этапе обучающийся должен ознакомиться с программой практики и требованиями к оформлению ее результатов. Оформить направление на практику. Получить индивидуальное задание и совместный рабочий график (план) проведения практики.

Производственная (преддипломная) практика обучающихся начинается с методического занятия, на котором решаются следующие задачи:

- довести приказ ректора о направлении на практику до всех обучающихся- практикантов;
- уточнить распределение обучающихся по группам и представить им руководителей;
- информировать обучающихся о целях и задачах производственной (преддипломной) практики, особенностях ее проведения и предъявляемых требованиях к отчетности по итогам практики;
- распределить время групповых и индивидуальных консультаций в ходе производственной (преддипломной) практики.

Основной этап

Основной этап проходит в профильной организации и начинается с ознакомления с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка.

Сбор, изучение и анализ материалов для выполнения выпускной квалификационной работы следует начинать с нормативно-правовых и литературных источников, раскрывающих основные вопросы по выбранной теме.

Необходимо ознакомиться с нормативными правовыми актами, регулирующими деятельность исследуемой профильной организации в РФ, материалами о развитии мирового зарубежного опыта, изучить специальную финансово-экономическую, управленческую и справочную литературу по выбранной теме.

При ознакомлении с научной и учебной литературой целесообразно выписывать их библиографические данные для последующего составления списка использованной литературы.

В сбор практических материалов входит сбор материалов, характеризующих организационную структуру профильной организации, внутренние нормативные акты, а также сбор цифровых данных и их обработка, получение копий оперативных документов, отчетности и других материалов, оформляемых специалистами профильной организации, на примере которой выполняется выпускная квалификационная работа.

Прежде чем начать сбор практических материалов, обучающийся должен тщательно изучить организационную структуру управления исследуемой профильной организации, чтобы знать, каким образом осуществляется взаимодействие его подразделений.

Необходимая информация может содержаться в годовых отчетах, в статистической, бухгалтерской и оперативной отчетности профильной организации, а также в Уставе, в планах и проч. Обучающийся может получить нужную информацию путем личных наблюдений, письменного и устного опросов сотрудников и руководителей организации, либо ее подразделений.

Одновременно со сбором практического материала обучающемуся рекомендуется вести его предварительную обработку: составлять таблицы, графики, диаграммы, использовать методы анализа. В случае возникновения вопросов при обработке материала целесообразно обращаться за разъяснениями к специалистам профильной организации к руководителю производственной (преддипломной) практики от профильной организации и от института.

Общая характеристика организации. Обучающийся должен получить информацию и установить:

- краткую историю предприятия (организации);
- организационно-правовую форму предприятия (организации);

- миссию, стратегические цели и задачи предприятия (организации);
- стратегию и тактику управления предприятием (организацией);
- направления деятельности;
- характеристику основных видов деятельности организации;
- организационную структуру управления деятельностью организации;
- внешнюю среду организации, ее целевые аудитории.

Обязательным является рассмотрение вопросов, раскрывающих тему выпускной квалификационной работы, например:

Тема ВКР: Технологии разработки рекламной кампании для коммерческой структуры

Задание 1. Организационно-экономическая характеристика предприятия

1. Общая характеристика предприятия (краткая история создания, основные направления деятельности, миссия, цели деятельности, график работы, количество персонала, характеристика технологии, основные конкуренты и любая другая общая информация, которая даст полное представление об этом предприятии).

2. Анализ организационной структуры предприятия. Характеристика направлений деятельности основных функциональных служб.

3. Экономическая характеристика предприятия.

Задание 2. Исследование управления рекламной деятельностью предприятия.

1. Анализ маркетинговой стратегии предприятия, репутационного капитала предприятия, анализ средств и инструментов, используемых для продвижения предприятия в медиапространстве, с комментариями и выводами).

2. Исследование и оценка управления рекламной кампанией предприятия. Полный анализ этапов, инструментов, методик проводимой рекламной кампании. Проектирование рекламной кампании для предприятия, анализ ее элементов.

Задание 3. Разработка рекомендаций по совершенствованию технологий разработки рекламной кампании для данной организации и аналогичных коммерческих структур.

Практический материал должен быть конкретным и отражать специфику предприятия (организации), на котором была организована практика, с обязательным приложением необходимого цифрового и графического материала. К примеру, в приложение к тексту выпускной квалификационной работы возможно включить следующие документы:

- Схема оргструктуры управления предприятием.
- Маркетинговая политика предприятия.
- Штатное расписание.
- Должностные инструкции.
- Положение о структурном подразделении.
- План рекламной кампании.
- Медиаплан.
- Календарный план мероприятий рекламной кампании и их сценарии.
- Бюджетный план рекламной кампании и смета.
- Примеры рекламных материалов, используемых в ходе рекламной кампании.

В основной части ВКР раскрываются сущностные основы, структурные и динамические аспекты исследуемого явления или процесса, дается их теоретическое обоснование с широким использованием специальной литературы и статистических материалов.

В практической части ВКР раскрываются структурные и динамические аспекты исследуемого явления или процесса применительно к профильной организации, дается их обоснование с широким использованием специальной литературы и статистических материалов.

В первой главе рассматривается сущность и теоретические основы исследуемого организационно-управленческого явления или процесса. Базой для данного исследования являются полученные обучающимся основы коммуникативных и маркетинговых знаний. Выявляются их предпосылки, условия развития, характеризуется структура (или классификация), анализируются показатели и значимость, описываются методики (методика), на основе которых будет изучаться современное состояние объекта и предмета ВКР в последующих частях работы.

В практической части ВКР характеризуются состояние, динамика, проблемы, а также тенденции развития исследуемого явления или процесса (как правило, за последние несколько лет), в том числе на основе изучения соответствующих нормативных и правовых документов. Описываются способы устранения или ослабления негативных тенденций, при этом формулируются конкретные рекомендации на основе принятого организационно- управленческого решения и готовности нести за него ответственность с позиции социальной значимости. В обязательном порядке часть из них должна касаться конкретных фактов, явлений в сфере рекламной деятельности и связей с общественностью в бизнесе и реализации корпоративной социальной политики организации (образец оформления текста основной части представлен в программе государственной итоговой аттестации).

В заключении подводятся итоги исследования, формулируются краткие, самостоятельные выводы по содержанию работы. Как правило, содержательный аспект заключения определяется поставленной в работе целью и сформулированными задачами. Рекомендуемый объем заключения – 2–3 страницы.

Заключение должно содержать общие выводы, сделанные по результатам проведенного исследования. В заключении необходимо проанализировать проделанную работу, изложить в порядке проведения исследования промежуточные практические и теоретические результаты и выводы, обобщить их и сформулировать общий вывод по всей работе, оценив ее успешность, показать общий вывод в контексте складывающихся перспектив дальнейшего изучения, охарактеризовать его научную значимость и возможность практического применения. Желательно оценить не только главные итоги работы, но и побочные, второстепенные результаты, которые также могут обладать самостоятельным научным значением.

Следует указать пути и перспективы дальнейшего исследования темы, обрисовать задачи, которые еще предстоит решить.

Текст заключения должен быть написан так, чтобы выводы соотносились с поставленными во введении целью и задачами исследования.

Основные выводы необходимо изложить в форме тезисов, в каждом из которых выделить и обосновать один конкретный вывод. Формулировки всех выводов должны быть предельно четкими, ясными, краткими и логически безупречными; давать полное представление о содержании, значимости, обоснованности и эффективности разработок.

Таким образом, заключение представляет собой окончательный, итоговый синтез всего ценного и значимого, существенного и нового, что обучающий освоил в период прохождения преддипломной практики.

Заключительный этап

Подготовка и защита отчета

В качестве отчета по производственной (преддипломной) практике принимается практическая часть выпускной квалификационной работы с приложениями, написанная в соответствии с индивидуальным заданием на производственную (преддипломную) практику. Результатом прохождения производственной (преддипломной) практики является защита отчета с выставлением зачета с оценкой в зачетно-экзаменационную ведомость и в зачетную книжку.

Руководитель практики от института:

- составляет рабочий график (план) проведения практики;
- разрабатывает индивидуальные задания для обучающихся, выполняемые в период практики;
- участвует в распределении обучающихся по рабочим местам и видам работ в организации;
- осуществляет контроль за соблюдением сроков проведения практики и соответствием ее содержания требованиям, установленным ОПОП ВО;
- оказывает методическую помощь обучающимся при выполнении ими индивидуальных заданий;
- оценивает результаты прохождения практики обучающегося.

Руководитель практики от профильной организации:

- согласовывает индивидуальные задания, содержание и планируемые результаты практики;
- предоставляет рабочие места обучающимся;
- обеспечивает безопасные условия прохождения практики обучающимся, отвечающие санитарным правилам и требованиям охраны труда;

-проводит инструктаж обучающихся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка.

При проведении практики в профильной организации руководителем практики от института и руководителем практики от профильной организации составляется совместный рабочий график (план) проведения практики.

Направление на практику оформляется приказом ректора института с указанием закрепления каждого обучающегося за организацией или профильной организацией, а также с указанием вида и срока прохождения практики.

Программа практики включает в себя обязательное выполнение индивидуальных заданий для обучающихся, выполняемых в период практики.

Руководитель практики от института, учитывая особенности профильной организации и тему выпускной квалификационной работы, может внести уточнения в содержание заданий.

Производственная (преддипломная) практика проводится в целях выполнения выпускной квалификационной работы.

Результаты прохождения практики оцениваются при прохождении промежуточной аттестации по практике в форме зачета с оценкой.

Примерное содержание заданий, входящих в состав индивидуального задания.

Задание 1. По заданию руководителя практики, используя открытые источники данных, проанализировать (и отразить в отчете) характеристику выбранной коммерческой структуры: миссию предприятия, цель, виды деятельности, ее фирменный стиль, организационную структуру. Изучить комплекс законодательных актов, регулирующих деятельность предприятия. В отчете по практике указать состав подразделений, их функции, соподчиненность, взаимодействие, отразить общие принципы управления, специфику отрасли, в которой функционирует предприятие. В презентации на практическом занятии и в отчете по практике указать состав подразделений, их функции, соподчиненность, взаимодействие, отразить общие принципы управления компании.

Задание 2. Используя открытые источники данных, проанализировать профессиональные этические нормы в области рекламы и PR, разработанные в профессиональном сообществе. Сформировать представление о принципах и профессионально-этических нормах работы в коллективе. Составить сравнительную таблицу кодексов профессионально-этических норм различных профессиональных объединений. Найти в сети описанные случаи нарушения этики в профессии и в сфере медиа и поучаствовать в дискуссии по данной проблеме. Проанализировать соблюдение профессиональных этических норм в тексте и (или) продукте, предложенном руководителем практики.

Задание 3. Осуществить поиск заданной руководителем темы и выявить существующую проблему. Провести мониторинг СМИ на предмет освещения в СМИ конкретной заданной темы в конкретный период времени. Принять участие в обсуждении найденных по теме публикаций: проанализировать их с точки зрения содержания, формата, типа размещения.

Задание 4. Изучить особенности работы с входящей и исходящей информацией в подразделении, ознакомиться с общими принципами ведения баз данных на предприятии. Научиться оперировать основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации. Научиться работать с входящей и исходящей документацией, в том числе корреспонденцией отдела. Описать данные процедуры в отчете.

Задание 5. Используя открытые источники данных, составить оптимизированную должностную инструкцию для конкретного руководителя (специалиста) подразделения предприятия (должностную инструкцию специалиста отдела рекламы/PR-менеджера/PR-директора/специалиста по медиапланированию и т.д.).

Задание 6. Разработать несколько PR-материалов в различных жанрах: пресс-релиз, байлайнер, бэкграундер, кейс-стори, факт-лист, лист «вопрос-ответ», обзорная статья, биография. Составить проект пресс-кита. Представить данные в отчете.

Задание 7. Придерживаясь установленного графика, создать тематическую базу СМИ, используя современные редакционные технологии, медиаканалы и платформы. Решить поставленные руководителем практики задачи при работе над коллективным проектом. Отрастить

ход и результаты этой работы в отчете.

Задание 8. Сформулировать основные направления разрабатываемых стратегий конкретного предприятия, т.е. маркетинговой стратегии; коммуникационной стратегии. Описать коммуникационные задачи организации. В отчете можно отразить матрицу SWOT- анализа сильных и слабых сторон организации по линии ее организационно-управленческой, информационно-аналитической, коммуникативной деятельности.

Задание 9. Осуществить наблюдение и участие в процессе осуществления коммуникации с внешними аудиториями: проинформировать аудиторию о предстоящей рекламной акции с помощью релевантных онлайн- и офлайн-ресурсов. Провести мониторинг общественного мнения, реакции целевой аудитории. Принять участие в обсуждении полученных результатов.

Задание 10. Используя в качестве источника информации различные базы данных, проанализировать состояние общественного мнения по тому или иному общественно- значимому вопросу. Определить актуальную повестку дня СМИ на текущий момент, используя службы мониторинга. Провести контент-анализ нескольких медиатекстов на предмет их соответствия общественному запросу. Определить какие жанры и выразительные средства использованы в данных текстах. Принять участие в обсуждении найденных по теме науки, культуры и искусства публикаций: проанализировать их с точки зрения содержания, формата, типа размещения.

5. Форма отчетности по практике.

В соответствии с учебным планом Института формой отчетности по учебной практике является зачет с оценкой. Отчет (доклад) должен быть оформлен и представлен руководителю практики на подпись, удостоверяющую соответствие работы основным требованиям направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

На итоговой конференции обучающиеся под руководством преподавателя кафедры подробно анализируют и обсуждают отчеты всех практикантов. Для допуска к защите учебной практики обучающийся обязан предоставить руководителю практики от кафедры необходимые документы:

1. Дневник практики;
 2. Отчет (доклад);
 3. Индивидуальное задание
 4. Совместный план-график.
- Отчет (доклад) о практике составляется индивидуально каждым обучающимся.

Защита отчета о практике проводится публично, в присутствии группы. Процедура защиты включает короткий доклад (5-7 минут) обучающегося, в обязательном порядке сопровождаемый компьютерной презентацией, и ответами на вопросы.

В процессе защиты обучающийся должен кратко изложить основные результаты проделанной работы, выводы и рекомендации, структуру и анализ материалов.

При оценке учитываются содержание и правильность оформления материалов; отзывы руководителя практики от кафедры; качество доклада и презентации на защите отчета; ответы на вопросы в ходе защиты отчета. Во время защиты отчета обучающийся должен уметь анализировать те или иные действия и решения, указать, при каком условии они являются законными, обоснованными.

При ненадлежащем оформлении представленных документов защита отчета по практике откладывается с указанием сроков для необходимых исправлений.

На основании отчета обучающегося и представленных документов руководитель практики от кафедры дает заключение о результатах практики, решает вопрос об оценке практики обучающегося. Обучающиеся, не сдавшие в установленные сроки материалы по практике, считаются имеющими академическую задолженность.

Результаты учебной практики оцениваются по четырехбалльной система ("отлично", "хорошо", "удовлетворительно", "неудовлетворительно").

6. Перечень учебной литературы и ресурсов сети «Интернет», необходимых для прохождения практики.

а) основная учебная литература:

1. Мясникова, М. А. Практика профессионального медиаобразования : учебник для вузов / М. А. Мясникова. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 179 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17659-9. — Текст : электронный // Образовательная <https://urait.ru/bcode/562862>

платформа Юрайт [сайт]. — URL:

2. Балабанова, Ф. Б. Техника безопасности в учебном процессе и научно-исследовательской работе : учебное пособие / Ф. Б. Балабанова, К. В. Голованова, А. Р. Ахтямова. — Казань : Казанский национальный исследовательский технологический университет, 2024. — 232 с. — ISBN 978-5-7882-2602-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/100625.html>.

3. Студент как субъект саморазвития и отношения к учебно-профессиональной деятельности / В. Г. Маралов, О. А. Воронина, Е. П. Киселева [и др.] ; под редакцией В. Г. Маралова. — Москва : Академический проект, 2024. — 191 с. — ISBN 978-5-8291-2770-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/110009.html>.

4. Кайль, Я. Я. Учебно-методическое пособие по организации прохождения всех видов практик и выполнения научно-исследовательских работ / Я. Я. Кайль, Р. М. Ламзин, М. В. Самсонова. — Волгоград : Волгоградский государственный социально-педагогический университет, 2023. — 208 с. — ISBN 978-5-9669-1862-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/82560.html>.

б) дополнительная учебная литература

1. Антипов, К. В. Основы рекламы : учебник / К. В. Антипов. — 4-е изд., стер. — Москва : Дашков и К°, 2023. — 326 с.

2. Чаган, Н.Г., PublicRelations: управление преднамеренными коммуникациями : учебное пособие / Н.Г. Чаган. — Москва : Русайнс, 2023. — 289 с.

3. Самостоятельная работа обучающихся: инновационные образовательные технологии : учебно-методическое пособие / составители Е. А. Крапивина. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2023. — 68 с. — ISBN 978-5-4486-0714-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/83274.html>.

4. Ильин, А.С., Теория и практика связей с общественностью. Курс лекций : учебное пособие / А.С. Ильин. — Москва : КноРус, 2024. — 208 с.

в) Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Российский союз выставок и ярмарок - РСВЯ https://ruef.ru/ (информационная база знаний индустрии)	Российский союз выставок и ярмарок - РСВЯ - объединение ведущих российских организаторов выставок, владельцев выставочных комплексов и центров, сервисных компаний, осуществляющих свою деятельность в индустрии выставок,
	ярмарок, встреч, инсентивов, конгрессов и ивентов, а также представителей выставочного бизнеса стран СНГ. Союз учрежден в 1991 году, с 1994 года является членом Всемирной ассоциации выставочной индустрии – UFI. На сайте: •Аудит выставочных мероприятий •Международное взаимодействие в индустрии событий и мероприятий •Информационная база знаний индустрии •Уникальные издания

Polpred.com - Обзор СМИ https://www.polpred.com/	База данных с рубрикаторм: 53 отрасли / 600 источников / 8 федеральных округов РФ / 235 стран и территорий / главные материалы / статьи и интервью 13000 первых лиц. Ежедневно тысячи новостей, полный текст на русском языке. Миллионы сюжетов информагентств и деловой прессы за 15 лет. Интернет-сервисы по отраслям и странам.
Научная электронная библиотека eLIBRARY http://elibrary.ru	Информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 29 млн научных статей и публикаций, в том числе электронные версии более 5600 российских научно-технических журналов, из которых более 4800 журналов в открытом доступе.
Информационный портал http://htmlbook.ru/	Сайт разбит на несколько тем и областей, ориентированных на пользователей разного уровня подготовки. Набор статей по разным темам создания сайта. Каждая статья является независимой и в то же время выступает как часть темы, в которую входит. Сборник задач для самостоятельного решения. Все задачи делятся на три уровня сложности.
Служба распространения пресс-релизов «Пресс-релиз.ру»: http://www.press-release.ru/	Он-лайн служба распространения пресс-релизов "Press-release.ru" - ресурс, созданный для решения задач коммуникации. Для удобства пользователей все поступающие пресс-релизы разбиты на тематические рубрики. Существует возможность подписки на материалы любого выбранного раздела, как в ежедневном, так и в еженедельном режиме. Предлагаются самые актуальные новости политики, экономики, регионов.
Система мониторинга и анализа СМИ – «Медиалогия» https://www.mlg.ru/	Медиалогия — разработчик автоматической системы мониторинга и анализа СМИ и соцмедиа в режиме реального времени. На сегодняшний день Медиалогия является лидером в мониторинге и анализе СМИ. Более 54 тысяч издателей федерального и регионального уровня поставляют свой контент в режиме 24x7. Медиалогия автоматически обрабатывает 500 тыс. сообщений СМИ и 100 млн. сообщений соц.медиа в сутки, чтобы каждое утро сотрудники пресс-служб получали мониторинг в 2 клика.
Измерения аудитории и анализ СМИ - «Медиаскоп» https://mediascope.net/	Mediascope – технологичная исследовательская компания, лидер российского рынка медиаисследований, мониторинга рекламы и СМИ. Деятельность компании основана на международных стандартах проведения исследований. Клиентами Mediascope являются большинство участников медиа-рекламного рынка: рекламные агентства и группы, издательские дома, телеканалы, радиостанции, интернет-площадки и компании-рекламодатели. Данные Mediascope служат основой для принятия стратегических решений. В он-лайн режиме можно задать запрос по интересующим параметрам и получить статистические данные мгновенно.
Федеральная служба государственной статистики http://www.gks.ru/	Удовлетворение потребностей органов власти и управления, средств массовой информации, населения, научной общественности, коммерческих организаций и предпринимателей, международных организаций в разнообразной, объективной и полной статистической информации – главная задача Федеральной службы государственной статистики. Международная экспертиза признала статистические данные Федеральной службы государственной статистики надежными.
	Российская государственная библиотека предоставляет возможность доступа к полным текстам диссертаций и авторефератов, находящимся в электронной форме, что дает

портал Электронная библиотека: диссертации http://diss.rsl.ru/?menu=disscatalog/	уникальную возможность многим читателям получить интересующую информацию, не покидая своего города. Для доступа к ресурсам ЭБД РГБ создаются Виртуальные читальные залы в библиотеках организаций, в которых и происходит просмотр электронных диссертаций и авторефератов пользователями. Каталог Электронной библиотеки диссертаций РГБ находится в свободном доступе для любого пользователя сети Интернет.
сайт Института научной информации по общественным наукам РАН. http://www.inion.ru	Библиографические базы данных ИНИОН РАН по социальным и гуманитарным наукам ведутся с начала 1980-х годов. Общий объем массивов составляет более 3 млн. 500 тыс. записей (данные на 1 января 2012 г.). Ежегодный прирост — около 100 тыс. записей. В базы данных включаются аннотированные описания книг и статей из журналов и сборников на 140 языках, поступивших в Фундаментальную библиотеку ИНИОН РАН. Описания статей и книг в базах данных снабжены шифром хранения и ссылками на полные тексты источников из Научной электронной библиотеки.
Федеральный портал «Российское образование» [Электронный ресурс] – http://www.edu.ru	Федеральный портал «Российское образование» – уникальный интернет-ресурс в сфере образования и науки. Ежедневно публикует самые актуальные новости, анонсы событий, информационные материалы для широкого круга читателей. Ежедневно на портале размещаются эксклюзивные материалы, интервью с ведущими специалистами – педагогами, психологами, учеными, репортажи и аналитические статьи. Читатели получают доступ к нормативно-правовой базе сферы образования, они могут пользоваться самыми различными полезными сервисами – такими, как онлайн-тестирование, опросы по актуальным темам и т.д.
Портал Роскомнадзора: http://rkn.gov.ru/	Официальный сайт Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций. На сайте опубликованы открытые данные Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор), в том числе: Сведения из реестра зарегистрированных средств массовой информации; Реестр лицензий в области связи; Сведения из реестра лицензий на деятельность по телерадиовещанию и др. Пользователь без заключения договора с Роскомнадзором может использовать открытые данные свободно, бесплатно, бессрочно, безвозмездно и без ограничения, в том числе имеет право копировать, публиковать, распространять открытые данные, видоизменять открытые данные и объединять их с другой информацией, использовать открытые данные в некоммерческих и коммерческих целях, использовать для создания программ для ЭВМ и приложений.
АНО «Радиочастотный спектр»: https://rspectr.com/	АНО «Радиочастотный спектр» - это: Портал по вопросам связи, информационных технологий и массовых коммуникаций RSPECTR.COM. Специализированный журнал по вопросам связи, информационных технологий и массовых коммуникаций «РСпектр». Конференции, форумы, семинары PROJECT-SI.RU. Ежедневный мониторинг СМИ, аналитические отчеты и исследования.
	Проект «Цифровой дом» инициирован в рамках реализации «Стратегии институционального развития и информационно-публичной деятельности в области защиты прав субъектов персональных данных на период до 2020 года». Главная цель

Проект «Цифровой дом»: http://digitalprivacy.ru/about	Проекта - создание комфортного и безопасного информационного пространства, повышение уровня цифровой грамотности граждан России, повышение поведенческой культуры в информационно-телекоммуникационной среде, единый подход к совершенствованию и гармонизации цифровой среды.
Библиотека научных публикаций «КиберЛенинка»: https://cyberleninka.ru/	КиберЛенинка поддерживает распространение знаний по модели открытого доступа (Open Access), обеспечивая бесплатный оперативный доступ к научным публикациям в электронном виде. Данная инициатива является основной для построения инфраструктуры открытой науки в России. Библиотека комплектуется научными статьями, публикуемыми в журналах России и ближнего зарубежья, в том числе, научных журналах, включённых в перечень ВАК РФ. Научные тексты размещены бесплатно.
Сайт Министерства связи и массовых коммуникаций Российской Федерации: https://digital.gov.ru/ru/	Сайт Министерства связи и массовых коммуникаций Российской Федерации содержит документы и открытые данные в виде реестров, такие как: Реестр аккредитованных организаций, осуществляющих деятельность в области информационных технологий; Таблица распределения полос радиочастот между радиослужбами Российской Федерации (статистические данные); План перспективного использования радиоэлектронных средств в Российской Федерации (статистические данные) и др.
сайт Фонда защиты гласности www.gdf.ru. с включенными базами данных	В сети Интернет работает сайт Фонда защиты гласности www.gdf.ru. Основные его разделы: «Лента плохих новостей», «Дайджест», «Книги» (электронные версии изданий ФЗГ), «Статьи», «Право», «Образование», «Наши партнеры», «Регионы», «Проекты», «Архив», «О Фонде», «Аналитика», «Контакты» Программы ФЗГ: • мониторинг нарушений прав журналистов и СМИ на территории Российской Федерации; • информационно-аналитическая деятельность: еженедельный электронный дайджест, новостная интернет-лента, информационные рассылки о конфликтах СМИ, ежеквартальный печатный аналитический бюллетень «Взгляд»; • научные исследования по широкому спектру правовых и этических проблем журналистики; • экспертиза законов о СМИ; • издательская программа: выпуск юридической, научной, правозащитной и справочной литературы по проблемам СМИ (издания Фонда распространяются в основном бесплатно). Полезно: вкладка «Погибшие журналисты» (по годам, обновляется ежегодно) вкладка «Нападения на журналистов» (по годам, обновляется ежеквартально)
База данных «Россия: медиаконфликты» http://www.mediaconflicts.org/	Мониторинг конфликтов с участием российских СМИ и журналистов. Ведется подробная новостная лента. В базе данных можно найти материалы по каждому зафиксированному конфликту, задержанию, уголовному преследованию, увольнению журналистов. По каждому случаю определен тип, регион, стороны конфликта, подробные данные.
	Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) является старейшим российским исследовательским институтом в сфере социальных, политических и маркетинговых опросов.

Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) https://www.wciom.ru/	Деятельность направлена на получение, анализ и распространение достоверной информации о состоянии и динамике социального развития, общественного мнения, массового сознания и поведения, характерных для различных социальных групп населения и территориальных общностей. Базы данных, размещенные на ресурсе: - Пресс-выпуски - База результатов опросов Архивариус - База результатов опросов Спутник - Рейтинги и индексы - Презентации - Архив Exit-polls - Электоральное прогнозирование - Открытые проекты - База данных Roper Center - Поиск по материалам - Подписка на открытые данные
---	--

7. Особенности реализации практики для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Для обеспечения образования инвалидов и обучающихся с ограниченными возможностями здоровья по личному заявлению обучающегося разрабатывается адаптированная образовательная программа, индивидуальный учебный план с учетом особенностей их психофизического развития и состояния здоровья, в частности применяется индивидуальный подход к освоению дисциплины, индивидуальные задания: рефераты, письменные работы и, наоборот, только устные ответы и диалоги, индивидуальные консультации, использование диктофона и других записывающих средств для воспроизведения лекционного и семинарского материала.

В целях обеспечения обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья библиотека комплектует фонд основной учебной литературой, адаптированной к ограничению их здоровья, предоставляет возможность удаленного использования электронных образовательных ресурсов, доступ к которым организован в БИУБ. В библиотеке проводятся индивидуальные консультации для данной категории пользователей, оказывается помощь в регистрации и использовании сетевых и локальных электронных образовательных ресурсов, предоставляются места в читальном зале, оборудованные программами не визуального доступа к информации, экранными увеличителями и техническими средствами усиления остаточного зрения: Microsoft Windows, Центр специальных возможностей, Экранная лупа; Microsoft Windows, Центр специальных возможностей, Экранный диктор; Microsoft Windows, Центр специальных возможностей, Экранная клавиатура; экранная лупа OneLoupe; речевой синтезатор «Голос».

8. Описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики

Кабинет маркетинга (кабинет №1) оснащение: компьютерные столы-6 шт., стулья-10 шт., офисные компьютеры с доступом в интернет-6 шт., Adobe Creative cloud (пакет для графических программ для создания визуального контента), широкоформатный принтер - 1шт., инструменты: AI, Big Data, LoT.
Кабинет редакционной коллегии (кабинет № 104) оснащение: офисные компьютеры с доступом в интернет – 8 шт., Adobe Creative cloud (пакет для графических программ для создания визуального контента);

компьютерные столы – 10 шт.,
 стулья – 14 шт.,
 широкоформатные принтеры – 2 шт.;
 прессы для теснения – 1 шт.,
 принтер-3шт.,
 шкаф закрытый для хранения оборудования-1шт.,
 диван – 1 шт.

9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Института из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

Электронная информационно-образовательная среда Института:

- Электронно-библиотечная система IPR SMART (www.iprbookshop.ru)
- Образовательная платформа ЮРАЙТ (<https://biblioonline.ru/catalog/legendary> и <https://urait.ru/catalog/legendary>)
- eLIBRARY.RU:<http://elibrary.ru/>
- «КонсультантПлюс»

Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Официальный интернет-портал базы данных правовой информации <http://pravo.gov.ru>.
2. Электронные ресурсы Российской государственной библиотеки <http://www.rsl.ru/ru/root3489/all>.
3. Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования <http://fgosvo.ru>.
4. Федеральный портал «Российское образование» <http://www.edu.ru/>
5. База данных научных журналов на русском и английском языке ScienceDirect. Открытый доступ к метаданным научных статей по различным направлениям наук. Поиск рецензируемых журналов, статей, глав книг и контента открытого доступа <http://www.sciencedirect.com/>
6. Информационно-правовой портал Гарант <https://www.garant.ru>
7. Компьютерная справочная правовая система «Консультант Плюс» <http://www.consultant.ru/>
8. Национальная электронная библиотека <http://www.nns.ru/>
9. Портал Единое окно доступа к образовательным ресурсам <http://window.edu.ru/>
10. Реестр примерных основных общеобразовательных программ <https://fgosreestr.ru/>

Комплект лицензионного программного обеспечения

Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения:

1. Операционная система Microsoft Windows XP Professional Russian — OEM-лицензии (поставляются в составе готового компьютера);
2. Операционная система Microsoft Windows 7 Professional — OEM-лицензии (поставляются в составе готового компьютера);
3. Операционная система Linux: Open-source;
4. Свободный пакет офисных приложений Open Office;
5. Свободный пакет офисных приложений Libre Office;
7. Комплексная система антивирусной защиты рабочих станций Dr.Web Desktop Security Suite LBW-BC-12M-50-B1;
8. Программные средства АПК Аналитик – авто
9. Программный комплекс SciLab — свободная лицензия CeCILL.
10. Архиватор 7Zip (free) - свободно распространяемый программный продукт.

11. Яндекс с Нейро browser://neuro-editor/ - свободно распространяемый программный продукт.
12. <https://giga.chat/> - свободно распространяемый программный продукт.
13. <https://chat.deepseek.com/> - свободно распространяемый программный продукт

10. Иные сведения и материалы.

10.1. Обязанности руководителя практики.

Руководитель учебной практики назначается из числа преподавателей кафедры.

Руководитель практики от института:

– участвует в распределении обучающихся по рабочим местам и видам работ в организации;

– осуществляет контроль за соблюдением сроков проведения практики и соответствием ее содержания требованиям, установленным ОПОП ВО;

– оказывает методическую помощь обучающимся при выполнении ими индивидуальных заданий;

– оценивает результаты прохождения практики обучающимися.

Руководитель практики проводит установочную и итоговую конференции со всеми обучающимися группы, организует каждого в соответствии с его сферой интересов, нацеливает его на систематизацию и анализ материала для будущей курсовой работы и консультирует его в сборе материалов, необходимых для продуктивной работы и написания отчета.

В ходе установочной конференции руководителю необходимо: сообщить обучающимся точные сроки практики; сообщить фамилии должностных лиц, занимающихся практикой в институте; подробно ознакомить обучающихся с программой практики, выделяя главные вопросы и разъясняя индивидуальные задания; сообщить об учебных пособиях, необходимых для выполнения программы практики, указать, где и какая литература может быть получена; сообщить требования по ведению дневники и составлению отчета по практике; напомнить о документах, необходимых обучающемуся в период практики (паспорт, студенческий билет, трудовая книжка и другие документы, предусмотренные в организации) ознакомить обучающихся с режимом работы базы практики (распорядок дня, особенности рабочего места и др.); информировать обучающихся о дате проведения итоговой конференции практики.

По окончании практики руководитель обязан:

– в недельный срок после окончания практики предоставить заведующему кафедрой письменный отчет о проведении практики вместе с замечаниями и конкретными предложениями по совершенствованию практической подготовки обучающихся.

– уточнить на кафедре сроки предоставления на проверку отчетов и время приема отчетности по практике и довести их до сведения обучающихся.

– отчитаться на заседании кафедры о результатах практики.

– предоставить сведения о результатах практики в деканат для составления отчета о прохождении практики обучающихся (за подписью заведующего кафедрой).

10.2. Обязанности обучающихся при прохождении учебной практики. Во время прохождения учебной практики обучающийся обязан:

– полностью и добросовестно выполнять требования настоящей программы по соответствующему виду практики, проявляя при этом инициативу и творческое отношение к делу;

– подчиняться правилам внутреннего распорядка организации, в котором проходит практику.

В случае пропуска рабочего времени практикант должен предоставить оправдательный документ, который затем приобщается к отчету;

– своевременно и точно выполнять все указания руководителей практики;

– систематически вести дневник практики по установленной форме;

– изучить и строго соблюдать правила охраны труда, техники безопасности, учебной санитарии;

– активно участвовать в общественной жизни коллектива организации по месту практики; – своевременно пройти защиту соответствующего вида практики по ее окончании, представив

преподавателю отчет в соответствии с программой, дневник и характеристику руководителя практики от предприятия, учреждения или организации о работе обучающегося практиканта.

10.3. Документация по учебной практике.

1. Дневник практики (цель, задачи практики, оборудование, содержание каждого дня практики, конспекты занятий, перспективный и тематический планы работы и т.д.).

2. Отчет о практике в свободной форме (один от подгруппы). Отчет может быть дополнен стенгазетой с фотографиями.

3. Индивидуальное задание.

4. Совместный план-график.

5. Конспекты мероприятий, которые посетил обучающийся (5 занятий).

6. Конспект мероприятия, которое провел обучающийся (3 мероприятия).

7. Журнал регистрации инструктажа обучающихся по ознакомлению с требованиями охраны труда, пожарной безопасности и техники безопасности.

8. Отчет руководителя практики от института о проведении учебной практики.

9. Приказ о направлении на практику.

ЧАСТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
БРЯНСКИЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ И БИЗНЕСА

СОВМЕСТНЫЙ ПЛАН-ГРАФИК

прохождения

ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА

преддипломная практика

с «___» _____ 202_ г. по «___» _____ 202_ г.
обучающегося _____, _____ курса, _____ формы обучения,
(ФИО обучающегося)

Направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью,
группы _____

№ п/п	даты	этапы практики	Виды работ на практике, включая самостоятельную работу обучающегося и трудоемкость (в часах)
1		Подготовительный	Установочная конференция, получение сведений о месте и времени практики, получение образцов отчетной документации, индивидуальных заданий, составление рабочего план-графика прохождения практики.
2		Ознакомительный	Знакомство с программой практики и требованиями к оформлению ее результатов
3		Активная практика	Выполнение индивидуального задания в ходе практических занятий (консультаций) по практике в институте. Выполнение индивидуального задания в ходе самостоятельной работы по практике. Овладение основными компетенциями, получение профессиональных умений и навыков, анализ результатов
4		Завершающий	Подведение итогов, оформление отчетной документации, формирование и защита отчета по практике, итоговая конференция.

Руководитель практики от кафедры Института _____
(ФИО преподавателя кафедры) (подпись)

Руководитель практики от организации _____
(ФИО должность) (подпись)

Задание принял к исполнению _____
(ФИО обучающегося) (подпись)

ЧАСТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
БРЯНСКИЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ И БИЗНЕСА

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ
ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА
преддипломная практика

Выдано обучающемуся _____, ____ курса, _____ формы обучения,
(ФИО обучающегося)

Направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью ,
группа _____

Начало практики «_____» _____ 202__ г.

Окончание практики «_____» _____ 202__ г.

1. Приобретение профессиональных умений и навыков, в том числе умений и навыков научно-исследовательской и педагогической деятельности.
2. Сбор, систематизация и анализ материалов для выпускной квалификационной работы.
3. Подготовка и оформление выпускной квалификационной работы.
4. Ведение и оформление отчетной документации по практике, получение справки о внедрении

Задание выдал _____
(ФИО) (подпись руководителя практики от института)

Задание принял _____
(ФИО) (подпись обучающегося)

ЧАСТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
БРЯНСКИЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ И БИЗНЕСА

ДНЕВНИК
ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА
преддипломная практика

Дневник практики обучающегося _____ курса,
группы _____

(ФИО)

Производственная практика проводилась по адресу:

с «___» _____ 202__ г. по «___» _____ 202__ г.

Руководитель практики от кафедры: _____

ЗАПИСИ О РАБОТАХ, ВЫПОЛНЕННЫХ ВО ВРЕМЯ ПРОХОЖДЕНИЯ

ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА

преддипломная практика

[illegible]

**регистрации инструктажа обучающихся
по ознакомлению с требованиями охраны труда,
пожарной безопасности и техники безопасности**

[illegible]