

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Ярошенко Николай Николаевич

Должность: проректор по учебно-методической деятельности

Дата подписания: 30.07.2026 17:24:14

Уникальный программный ключ:

25cc77c6d2a242799b1569189212ec549db4bb3f

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
Московский государственный институт культуры**

**УТВЕРЖДЕНО:  
Председатель УМС  
Факультета МАИС  
Ю.В. Кот**

### **ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

**Б2.0.01.02.01 Производственная (профессионально-творческая) практика**  
(шифр и наименование дисциплины)

**Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

**Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере**

**Квалификация выпускника: бакалавр**

**Форма обучения: очная, заочная**

**Химки**

## РАЗДЕЛ 1. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

| Коды формируемых компетенций | Наименование компетенции и ее краткая характеристика                                                                                                                                                                                                                                       | Характеристика обязательного (порогового) уровня сформированности компетенции у выпускника вуза                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                |
|------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                            | знать                                                                                                                                                                                                                   | уметь                                                                                                                                                                                                                                                                              | владеть                                                                                                                        |
| УК-2                         | Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.                                                                                                                | Знает методологию и методику проектного менеджмента                                                                                                                                                                     | Умеет разрабатывать и реализовывать проект полного цикла                                                                                                                                                                                                                           | Владеет технологией разработки и реализации проектов                                                                           |
| УК-3                         | Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде                                                                                                                                                                                                        | Знает теорию и методологию психологии управления                                                                                                                                                                        | Умеет организовать работу команды, определить стратегию ее деятельности, мотивировать команду для ее исполнения                                                                                                                                                                    | Владеет психологическими методами управления                                                                                   |
| УК-4                         | Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном и иностранном(ых) языке                                                                                                                                                                         | Знает теорию социальных коммуникаций, особенностей их осуществления на иностранном(ых) языке(ах).                                                                                                                       | Умеет осуществлять социальные и профессиональные коммуникации, в том числе на иностранном(ых) языке(ах)                                                                                                                                                                            | Владеет навыками свободной коммуникации, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), в профессиональной сфере                    |
| УК-5                         | Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах                                                                                                                                                                     | Знает теорию и технологии межкультурного взаимодействия                                                                                                                                                                 | Умеет применять технологии межкультурного взаимодействия                                                                                                                                                                                                                           | Владеет технологией межкультурного взаимодействия                                                                              |
| УК-8                         | Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов | Знает требования, предъявляемые к безопасности условий жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций и угрозе военных конфликтов и пути обеспечения комфортных условий труда на рабочем месте. | Умеет обеспечивать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций и угрозе военных конфликтов, комфортные условия труда на рабочем месте; выявлять и устранять проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте; | Владеет навыками предотвращения возникновения чрезвычайных ситуаций (природного и техногенного происхождения) на рабочем месте |
| ОПК-2                        | Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разносто-                                                                                                                                                                                           | Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функци-                                                                                                                                           | Умеет учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при                                                                                                                                                                                          | Владеет навыками создания коммуникационных продуктов, учитывая основные тенденции                                              |

|       |                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|       | ронного освещения в создаваемых медиатекстах/коммуникационных                                                                                                                                                                             | онирования и тенденции развития                                                                                                                                                                                                                            | создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.                                                                                                                             | развития общественных и государственных институтов                                                                                                                                                                                                                 |
| ОПК-3 | Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов/коммуникационных продуктов                                                                                                | Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса                                                                                                                                                                              | Умеет использовать достижения отечественной и мировой культуры                                                                                                                                                    | Владеет средствами художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов                                                                                                           |
| ОПК-4 | Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности                                                                                                                                           | Знает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.                                                                                                           | Умеет соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп                                                                                                         | Владеет основными инструментами поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности                                                                                                                                       |
| ОПК-5 | Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакommunikationных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования | Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса                                                                                                                                                                              | Умеет использовать достижения отечественной и мировой культуры                                                                                                                                                    | Владеет средствами художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов                                                                                                           |
| ПК-1  | Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций                                                                                   | технологии медиарилейшнз (отношения со СМИ); технологии копирайтинга; технологии организации специальных мероприятий; основные инструменты внутренних коммуникаций; основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов                       | использовать технологии медиарилейшнз и медиапланирования; использовать технологии копирайтинга; использовать основные технологии формирования корпоративной культуры                                             | технологиями медиапланирования; технологиями организации специальных мероприятий; современными техническими средствами и основными технологиями цифровых коммуникаций                                                                                              |
| ПК-3  | Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью                                                                                                                | типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; виды основных документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и связей с общественностью; основы планирования рекламной кампании или кампании по связям с обществен- | составлять основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и связей с общественностью; понимать результаты исследований для планирования рекламной кампании или кампании по связям с общественностью. | реализацией типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; навыками составления документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и связей с общественностью; навыками использования исследований для планирования рекламной |

|      |                                                                                                                                                  | ностью                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                         | кампании или кампании по связям с общественностью                                                                                       |
|------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ПК-4 | Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке                                                 | состав функций линейного менеджера по рекламе и связям с общественностью; основы тактического планирования мероприятий в области рекламы и связей с общественностью; основы коммуникационной стратегии; основы организации внутренних коммуникаций; основные виды мероприятий по формированию корпоративной культуры и идентичности | выполнять функции линейного менеджера в рамках текущей деятельности коммуникационного или рекламного отдела и (или) отдела по рекламе и связям с общественностью в учреждении социокультурной сферы; планировать тактические мероприятия в рамках реализации коммуникационной стратегии | владеть навыками организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры. |
| ПК-5 | Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта в коммерческой сфере | основные маркетинговые инструменты; основы проведения исследований; принципы и основы проведения мониторинга обратной связи; основы производства коммуникационного продукта; основы реализации коммуникационного продукта                                                                                                           | использовать основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта                                                                                                                                                             | инструментами планирования производства коммуникационного продукта; инструментами реализации коммуникационного продукта.                |

## РАЗДЕЛ 2. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ НА РАЗНЫХ ЭТАПАХ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ

Для описания показателей и критериев оценивания компетенций на разных этапах ее формирования по производственной практики, которая предусматривает единые условия контроля (принимаются в период прохождения производственной практики 4 мероприятия текущего контроля) и оценивания.

Результаты текущего контроля успеваемости учитываются при выставлении оценки в ходе промежуточной аттестации.

**ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

**3. УКАЗАНИЕ ФОРМ ОТЧЕТНОСТИ ПО ПРАКТИКЕ**

| Номер семестра                           | Раздел практики, обеспечивающий формирование компетенции | Вид и содержание форм отчетности                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Требования к выполнению                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|------------------------------------------|----------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>4-М СЕМЕСТРЕ ОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ</b> |                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 4 (6)                                    | Организационный                                          | <p>Ведение дневника практиканта по дням реализации производственной практики, включающее следующие виды работ:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сбор материала и обобщение собранного материала по анализу деятельности предприятия рекламной индустрии (базы практики) по продвижению и реализации коммуникационных продуктов;</li> <li>- оценка этапов разработки коммуникационного продукта.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Отчетные материалы выполняются в письменном виде в строгом соответствии с индивидуальным заданием и совместным графиком прохождения практики, основные результаты выполнения каждого этапа фиксируются в дневнике практиканта и согласуются с руководителями практики от МГИК и Организации |
| 4 (6)                                    | Технологический, маркетинговый                           | <p>Ведение дневника практиканта по дням реализации производственной практики, включающее следующие виды работ:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- определение, анализ, оценка показателей предприятия рекламной индустрии и (подразделения, отдела, в котором проводится практика);</li> <li>- определения цели и задач этапа разработки коммуникационного продукта;</li> <li>- разработка основных методов и приемов организации, мотивации и координации деятельности отдельных сотрудников в процессе разработки коммуникационного продукта;</li> <li>-- использование навыков свободной коммуникации, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), в профессиональной сфере;</li> <li>- активное участие в процессах со-</li> </ul> | Выполняется в форме Отчета по практике.                                                                                                                                                                                                                                                     |

|                                          |                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|------------------------------------------|---------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                          |                           | здания коммуникационных продуктов.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| 4 (6)                                    | Заключительный, проектный | <p>Ведение дневника практиканта по дням реализации производственной практики, включающее следующие виды работ:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- использование маркетинговых инструментов для проведения маркетинговых исследований и мониторинга обратной связи; производства коммуникационного продукта и его реализации;</li> <li>- реализацией типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью;</li> <li>- участие в составлении документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и связей с общественностью;</li> <li>- использование исследований для планирования рекламной кампании или кампании по связям с общественностью;</li> <li>- владение технологиями медиапланирования;</li> <li>- владение технологиями организации специальных мероприятий; современными техническими средствами и основными технологиями цифровых коммуникаций;</li> <li>- оформление отчетности по результатам прохождения</li> </ul> | <p>Формируется отчет по практике, включающий:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Индивидуальное задание</li> <li>2. Отзыв-характеристику</li> <li>3. Рабочий график (план) проведения практики/ Совместный рабочий график (план) проведения практики</li> <li>4. Учет ежедневной работы студента в соответствии с рабочим графиком, программой и заданием по прохождению практики (дневник практиканта)</li> <li>5. Отчет о прохождении практики</li> </ol> |
| <b>6-М СЕМЕСТРЕ ОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ</b> |                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| 6 (8)                                    | Организационный           | <p>Ведение дневника практиканта по дням реализации производственной практики, включающее следующие виды работ:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сбор материала и обобщение собранного материала по анализу деятельности предприятия рекламной индустрии (базы практики) по продвижению и реализации коммуникационных продуктов;</li> <li>- оценка этапов разработки коммуникационного продукта.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | <p>Отчетные материалы выполняются в письменном виде в строгом соответствии с индивидуальным заданием и совместным графиком прохождения практики, основные результаты выполнения каждого этапа фиксируются в дневнике практиканта и согласуются с руководителями практики от МГИК и Организации</p>                                                                                                                                                                     |

|       |                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-------|--------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 6 (8) | Технологический, маркетинговый | <p>Ведение дневника практиканта по дням реализации производственной практики, включающее следующие виды работ:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- использование информационных ресурсов, нормативной документацией, аккумулирующей информацию в области рекламы и связей с общественностью;</li> <li>- реализация умений применения приемов и методов работы с информацией при выполнении задач профессиональной деятельности;</li> <li>- использование методов и приемов планирования, организации, мотивации и координации деятельности отдельных сотрудников;</li> <li>- использование навыков свободной коммуникации, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), в профессиональной сфере;</li> <li>- активное участие в процессах создания коммуникационных продуктов.</li> </ul> | Выполняется в форме Отчета по практике.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 6 (8) | Заключительный, проектный      | <p>Ведение дневника практиканта по дням реализации производственной практики, включающее следующие виды работ:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разработка рекомендаций по организации и управлению деятельности предприятия рекламной индустрии по созданию и реализации коммуникационного продукта и соответствия нормативам реализации коммуникационного продукта;</li> <li>- практическая реализация маркетинговых инструментов; проведения маркетинговых исследований и мониторинга обратной связи; производства коммуникационного продукта и его реализации;</li> <li>- формирование заключительного отчета практиканта</li> </ul>                                                                                                                                            | <p>Формируется отчет по практике, включающий:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>6. Индивидуальное задание</li> <li>7. Отзыв-характеристику</li> <li>8. Рабочий график (план) проведения практики/ Совместный рабочий график (план) проведения практики</li> <li>9. Учет ежедневной работы студента в соответствии с рабочим графиком, программой и заданием по прохождению практики (дневник практиканта)</li> <li>10. Отчет о прохождении практики</li> </ol> |

#### ОБЩИЕ ПРИНЦИПЫ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ПРАКТИКИ

| Зачтено (отлично)                               | Зачтено (хорошо)                                | Зачтено (удовлетворительно)                                | Не зачтено (неудовлетворительно)                    |
|-------------------------------------------------|-------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|
| Обучающий показывает на высоком уровне владение | Обучающий показывает на хорошем уровне владение | Обучающий показывает на удовлетворительном уровне владения | Обучающий не показывает владения компетенциями, от- |

|                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                          |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| всем компетенциями, относящимися к данному виду практики; полностью решены все поставленные задачи, использованы оптимальные методы и приемы работы; сданы все необходимые документы. | всем компетенциями, относящимися к данному виду практики; полностью/частично решены все поставленные задачи, использованы оптимальные/допустимые методы и приемы работы; сданы все необходимые документы. | дение всем компетенциями, относящимися к данному виду практики; частично решены все поставленные задачи, использованы допустимые методы и приемы работы; возможны операционные ошибки; сданы все необходимые документы. | носящимися к данному виду практики; поставленные задачи не решены, использованы недопустимые методы работы, не сданы необходимые документы; выявлены случаи неявки на практику без уважительной причины. |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

### **РАЗДЕЛ 3. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ**

Для оценки учебных достижений, предполагающих в процессе производственной практики прохождение фиксированного количества мероприятий текущего контроля успеваемости.

Промежуточная аттестация проводится не позднее недели после окончания практики.

При обнаружении преподавателем в выполненном студентом задании плагиата данное задание считается не выполненным.

#### **Требования к оформлению отчета по производственной практике:**

- 1) структура отчета: титульный лист, введение, основная часть, заключение, список источников
  - 2) объем отчета 25-30 страниц, шрифт Times new Roman 12, поля 2х2х2х2, автозаполняемое оглавление; интервалы – 1,5; табуляция – 1,25, форматирование по ширине; не менее 3-х абзацев на странице; требование к структуре: не менее 3 страниц – введение, 2 страницы – заключение; не менее 20-ти источников в списке литературы, из них печатных источников – не менее 12-ти; отсутствие стилистических и орфографических ошибок
- оформление презентации: формат – Power Point, 12 слайдов; обязательно наличие титульного и заключительного слайда; деловой стиль; отсутствие орфографических и стилистических ошибок.

### **ПЕРЕЧЕНЬ ЛИТЕРАТУРЫ И РЕСУРСОВ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ**

#### *Основная литература*

- 1.Бударина О. А. Работа креативного отдела. Открытое занятие [Видеозапись] / О. А. Бударина. - 1 DVD. - М. : [б. и.], 2014. - 53 мин. - б. ц.
- 2.Ильин А. С. Реклама в коммуникационном процессе [Текст]: курс лекций / А. С. Ильин. - М. : КНОРУС, 2012. - 141 с. : ил. - Прил.: с. 121-141. - Библиогр.: с. 119-120. - ISBN 867-5-406-02021-0: 182-27.
3. Пашенцев Е. Н. Паблик рилейшнз: от бизнеса до политики / Е. Н. Пашенцев. - 2-е изд. - М.: Финпресс, 2000. - 229, [1] с.: табл., схем. - (Сер. "Маркетинг и менеджмент в России и за рубежом"). - Библиогр.: с.[224]-229. - ISBN 5-8001-0022-5 74-.
- 4.Почепцов Г. Г. Паблик рилейшнз для профессионалов / Г. Г. Почепцов. - 2-е изд. ; испр. - М.: Рефл-бук; Киев: Ваклер, 2000. - 622 с. - (Образоват. б-ка). - Библиогр.: с.618-622. - ISBN 966-543-053-х: 90-.
- 5.Рощупкин С. Н. Основы рекламы : учеб. пособие / С. Н. Рощупкин ; Моск. гос. ун-т культуры и искусств. - М.: МГУКИ, 2008. - 266 с. : ил. - Прил.: с. 220-258. - Библиогр.: с. 260-263. - ISBN 978-5-94778-178-2: 91-80-.
6. Четвертков Н. В. Современная пресс-служба [Текст]: учеб. пособие / Н. В. Четвертков. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Аспект Пресс, 2010. - 190, [1] с. - Прил.: с. 164-180. - Библиогр.: с. 187-188. - ISBN 978-5-7567-0581-2: 282-10.
- 7.Чумиков А. Н. Связи с общественностью [Электронный ресурс]: учеб. пособие / А. Н. Чумиков. - М.: Юрайт, 2018. - 173 с. - Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru>. - ISBN 978-5-534-06706-4: 469.00.
- 8.Якубенко Е.Н. Организация работы отделов по рекламе и связям с общественностью. Учебно-методическое пособие для преподавателей и студентов вузов Брянск – 2014.С. 20 .<https://megalektsii.ru/s35022t6.html> ( 11.03.18)

### *Дополнительная литература:*

- 1.Антипов К. В. Основы рекламы [Текст]: учеб. для студентов эконо. вузов, обучающихся по спец. "Реклама" и эконо. спец. / К. В. Антипов. - 2-е изд. - М.: Дашков и К, 2012. - 325 с.: схем. - ISBN 978-5-394-01468-0: 282-04.
2. Джефкинс Ф. Паблик рилейшнз: учеб. пособие / Ф. Джефкинс, Д. Ядин; пер. с англ. Б.Л. Еремина. - М.: ЮНИТИ, 2003. - 400 с.: ил. - (Зарубежный учебник). - Прил.: с.363-400. - ISBN 5-238-00567-9: 180-.
- 3.Креатив в рекламе и связях с общественностью [Текст]: материалы науч.-практ. конф. Москва, 27 нояб. 2013 г. / Моск. гос. ун-т культуры и искусств; [науч. ред.: О. А. Бударина, Е. О. Матвеева]. - М.: МГУКИ, 2014. - 115 с. - 372-4.
4. Кузнецов В. Ф. Связи с общественностью: теория и технологии: учебник / В. Ф. Кузнецов. - М.: Аспект Пресс, 2005. - 299, [1] с. : табл. - Прил.: с.269-291. - Библиогр.: с.299-[230]. - ISBN 5-7567-0379-9: 330-.
- 5.Минаева Л. В. Внутрикorporативные связи с общественностью. Теория и практика [Текст]: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по спец. "Связи с общественностью" / Л. В. Минаева. - М.: Аспект Пресс, 2010. - 286, [1] с.: ил. - ISBN 978-5-7567-0585-0: 313-64.

6. Сабиров Т. Р. Социально-культурные условия формирования профессиональной мотивации специалистов по связям с общественностью [Текст]: [монография] / Т. Р. Сабиров; Моск. гос. ун-т культуры и искусств. - М.: МГУКИ, 2011. - 191 с. - Библиогр.: с. 173-189. - 150-.
7. Трушин Л. Е. История отечественной и зарубежной рекламы: учебник / Л. Е. Трушина. - М.: Дашков и Ко, 2011. - 245 с. - Библиогр.: с. 241-245. - ISBN 978-5-394-01087-3 : 219-01.
8. Ученое В. В. История рекламы [Текст]: учеб. для студентов вузов / В. В. Ученое, Н. В. Старых. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. - 447 с. - Библиогр.: с. 442-443. - ISBN 978-5-238-01452-3: 708-84.

***Современные профессиональные информационные базы данных, ресурсы сети Интернет:***

1. [www.advertology.ru](http://www.advertology.ru)
2. [www.akarussia.ru](http://www.akarussia.ru)
3. [www.raso.ru](http://www.raso.ru)
4. [www.socreklama.ru](http://www.socreklama.ru)
5. [www.festival.ru](http://www.festival.ru)
6. [www.adme.ru](http://www.adme.ru)
7. [www.adindex.ru](http://www.adindex.ru)
8. [www.zakon-o-reklame.ru](http://www.zakon-o-reklame.ru)
9. Научная электронная библиотека: <https://elibrary.ru/>

**ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ПРАКТИКИ**

В процессе прохождения практики студенты могут использовать интернет-ресурсы, содержащие учебный, научный (монографии, статьи), справочный материал, обогащающий и дополняющий литературно-документальные источники по курсу.

Доступ в ЭБС:

1. Договор с ЭБС «Лань»: <https://e.lanbook.com/> (неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей)
2. Договор с ЭБС «Руконт»: <https://rucont.ru/> (неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей)
3. Электронная библиотека «Юрайт»: <https://biblio-online.ru/> (неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей)
4. Договор с ЭБС IPR Media: <https://iprmedia.ru/> (неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей)
5. Договор с ЭБС Нексмедиа: <https://biblioclub.ru/> (Университетская библиотека онлайн) (неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей)



**Приложение 1-Шаблон титульного листа для студентов очной формы  
обучения**

МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Московский государственный институт культуры»

Факультет государственной культурной политики  
Кафедра рекламы и связей с общественностью

**ОТЧЕТ\***

о прохождении практики производственной (профессионально-творческой) практики

студента группы \_\_\_\_\_ 2-го курса (студента 3 курса)

направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Фамилия \_\_\_\_\_

Имя \_\_\_\_\_

Отчество \_\_\_\_\_

Место прохождения практики \_\_\_\_\_

полное название профильной организации, адрес, телефон

Срок прохождения: 4-ый семестр (6 семестр) с \_\_\_\_\_ по \_\_\_\_\_ г.

Руководитель  
практики от образовательной организации:

Руководитель практики от профильной ор-  
ганизации:

\_\_\_\_\_  
(должность, ФИО, подпись)

\_\_\_\_\_  
(должность, ФИО, подпись)

Отчет выполнил \_\_\_\_\_ - \_\_\_\_\_

дата и подпись

Отчет защищен с оценкой \_\_\_\_\_

дата и подпись

Химки - 20 \_\_\_\_ г.

**Приложение 1-шаблон титульного листа для студентов заочной формы  
обучения**

МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Московский государственный институт культуры»

Факультет государственной культурной политики  
Кафедра рекламы и связей с общественностью

**ОТЧЕТ\***

о прохождении практики производственной (профессионально-творческой) практики

студента группы \_\_\_\_\_ 3-го курса (студента 4 курса)

направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Фамилия \_\_\_\_\_

Имя \_\_\_\_\_

Отчество \_\_\_\_\_

Место прохождения практики \_\_\_\_\_

полное название профильной организации, адрес, телефон

Срок прохождения: 6-ый семестр (8 семестр) с \_\_\_\_\_ по \_\_\_\_\_ г.

Руководитель  
практики от образовательной организации:

Руководитель практики от профильной ор-  
ганизации:

\_\_\_\_\_  
(должность, ФИО, подпись)

\_\_\_\_\_  
(должность, ФИО, подпись)

Отчет выполнил \_\_\_\_\_ - \_\_\_\_\_

дата и подпись

Отчет защищен с оценкой \_\_\_\_\_

дата и подпись

Химки - 20 \_\_\_\_ г.

## ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение (время, место, наименование организации, где студент проходил практику, в каком качестве работал студент, какие работы выполнены студентом, задачи, стоящие перед студентом непосредственно в процессе прохождения практики и пути их достижения).

1.Индивидуальное задание

2.Отзыв-характеристика

3.Рабочий график (план) проведения практики / Совместный рабочий график (план) проведения практики

4.Учет ежедневной работы студента в соответствии с рабочим графиком, программой и заданием по прохождению практики (дневник практиканта)

5.Основная часть

Отчет о прохождении практики (Описание выполнения заданий с анализом результатов)

Заключение (Обобщение выводов, связанных с прохождением практики. Студент обобщает работу и формирует общий вывод, о том, насколько практика способствовала углублению и закреплению теоретических знаний об изученных понятиях и категориях, овладению практическими навыками)

## Приложение 2 - Шаблон индивидуального задания для студентов очной формы обучения

### ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ

(включая планируемые результаты практики)

на прохождение производственной (профессионально-творческой) практики 4-м семестре (6 семестре)

Студент \_\_\_\_\_

(ФИО)

уч. группа \_\_\_\_\_ направление подготовки 42.03.01 Реклама и связей с общественностью

Срок прохождения: 4 семестр (6 семестр) с \_\_\_\_\_ по \_\_\_\_\_ г.

| № п/п | Содержание индивидуального задания (ниже- образец заполнения, требуется обязательное согласование с руководителем практики от МГИК)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.    | 1-я неделя<br>- инструктаж по охране труда, технике безопасности на рабочем месте, по пожарной безопасности;<br>- апробация инструментов поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий;<br>- сбор материала и обобщение собранного материала по анализу деятельности предприятия рекламной индустрии по созданию и реализации коммуникационного продукта с учетом правовых и этических норм регулирования профессиональной деятельности.        |
| 2.    | 2-я неделя<br>-определения цели и задач управления отделом, структурным подразделением или агентством рекламной индустрии;<br>-разработка основных методов и приемов планирования, организации, мотивации и координации деятельности сотрудников в процессе разработки коммуникационного продукта/проекта.                                                                                                                                                              |
| 3.    | 2-я неделя<br>-разработка рекомендаций по организации и управлению деятельности предприятия рекламной индустрии по созданию и реализации коммуникационного продукта и соответствия нормативам реализации коммуникационного продукта/проекта;<br>- практическая реализация маркетинговых инструментов; проведения маркетинговых исследований и мониторинга обратной связи; производства коммуникационного продукта и его реализации;<br>- подготовка отчета по практике. |

\_\_\_\_\_  
(должность, ФИО, подпись)

\_\_\_\_\_  
(должность, ФИО, подпись)

## Приложение 2 - Шаблон индивидуального задания для студентов заочной формы обучения

### ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ

(включая планируемые результаты практики)

на прохождение производственной (профессионально-творческой) практики 6-м семестре заочной формы обучения (8 семестре заочной формы обучения)

Студент \_\_\_\_\_  
(ФИО)

уч. группа \_\_\_\_\_ направление подготовки 42.03.01 Реклама и связей с общественностью

Срок прохождения: 6 семестр (8 семестр) с \_\_\_\_\_ по \_\_\_\_\_ г.

| № п/п | Содержание индивидуального задания (ниже- образец заполнения, требуется обязательное согласование с руководителем практики от МГИК)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.    | <p>1-я неделя</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- инструктаж по охране труда, технике безопасности на рабочем месте, по пожарной безопасности;</li> <li>- апробация инструментов поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий;</li> <li>- сбор материала и обобщение собранного материала по анализу деятельности предприятия рекламной индустрии по созданию и реализации коммуникационного продукта с учетом правовых и этических норм регулирования профессиональной деятельности;</li> <li>- активное использование свободной коммуникации, в том числе на иностранном(ых) языке(ах) в профессиональной сфере.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                             |
| 2.    | <p>2-я неделя</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-определения цели и задач управления отделом, структурным подразделением или агентством рекламной индустрии;</li> <li>-разработка основных методов и приемов планирования, организации, мотивации и координации деятельности сотрудников в процессе разработки коммуникационного продукта/проекта;</li> <li>- активное использование навыков создания коммуникационных продуктов с учетом тенденций развития общественных и государственных институтов.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 3.    | <p>2-я неделя</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-разработка рекомендаций по организации и управлению деятельности предприятия рекламной индустрии по созданию и реализации коммуникационного продукта и соответствия нормативам реализации коммуникационного продукта/проекта;</li> <li>- практическая реализация маркетинговых инструментов; проведения маркетинговых исследований и мониторинга обратной связи; производства коммуникационного продукта и его реализации;</li> <li>- практическая реализация алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью;</li> <li>- умение составлять документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и связей с общественностью;</li> <li>- активное использование результатов исследований для планирования рекламной кампании или кампании по связям с общественностью</li> <li>- подготовка отчета по практике.</li> </ul> |

---

(должность, ФИО, подпись)

---

---

(должность, ФИО, подпись)

---

## Приложение 3 - Шаблон отзыва-характеристики для студентов очной формы обучения

### ОТЗЫВ – ХАРАКТЕРИСТИКА

На \_\_\_\_\_  
(ФИО практиканта)

студента 2 (3)-го курса, уч. группы \_\_\_\_\_

проходившего производственную (профессионально-творческую) практику в

\_\_\_\_\_  
(наименование организации)

начало практики \_\_\_\_\_ окончание практики \_\_\_\_\_

*Краткие рекомендации руководителю при написании характеристики-отзыва:*

1. Успехи в овладении практическими умениями и навыками по направлению подготовки за время практики.

2. Отношение к работе (интерес, инициативность, оперативность, исполнительность, соблюдение трудовой дисциплины и другое)

3. Качество выполненной студентом работы.

4. Умение студента анализировать ситуации и принимать по ним решения.

5. Отношение к выполнению программы практики

6. Оценка

Руководитель \_\_\_\_\_  
(организация)

\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_/

(подпись) (ФИО)

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

## Приложение 3 - Шаблон отзыва-характеристики для студентов заочной формы обучения

### ОТЗЫВ – ХАРАКТЕРИСТИКА

На \_\_\_\_\_  
(ФИО практиканта)

студента 3 (4)-го курса, уч. группы \_\_\_\_\_

проходившего производственную (профессионально-творческую) практику в

\_\_\_\_\_  
(наименование организации)

начало практики \_\_\_\_\_ окончание практики \_\_\_\_\_

*Краткие рекомендации руководителю при написании характеристики-отзыва:*

1. Успехи в овладении практическими умениями и навыками по направлению подготовки за время практики.

2. Отношение к работе (интерес, инициативность, оперативность, исполнительность, соблюдение трудовой дисциплины и другое)

3. Качество выполненной студентом работы.

4. Умение студента анализировать ситуации и принимать по ним решения.

5. Отношение к выполнению программы практики

6. Оценка

Руководитель \_\_\_\_\_  
(организация)

\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_  
(подпись) (ФИО)

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Производственная (профессионально-творческая) практика в 4-М СЕМЕСТРЕ  
ОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ включает следующие виды работ:

Инструктаж обучающихся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка; ознакомление с функциональными обязанностями практиканта в местах прохождения практики.

<sup>1</sup> Заполняется по факту выполнения/не выполнения по образцу «Выполнено в срок (с нарушением срока) и в соответствии с требованиями (с нарушением требований) ОПОП только «от руки»!

**Приложение 4 – Шаблон совместного Рабочего графика (плана) прохождения производственной (профессионально-творческой) практики**  
**Производственная (профессионально-творческая) практика в 6-М СЕМЕСТРЕ**  
**ОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ** включает следующие виды работ:

| №  | Содержание этапов практики (согласуется индивидуально с руководителем практики от МГИК, ниже – пример)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Срок выполнения | Отметка руководителя/руководителей о выполнении <sup>2</sup>                                                                                                                                                                                         |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. | <ul style="list-style-type: none"> <li>- инструктаж по охране труда, технике безопасности на рабочем месте, по пожарной безопасности;</li> <li>- апробация инструментов поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий;</li> <li>- сбор материала и обобщение собранного материала по анализу деятельности предприятия рекламной индустрии по созданию и реализации коммуникационного продукта с учетом правовых и этических норм регулирования профессиональной деятельности;</li> <li>- активное использование свободной коммуникации, в том числе на иностранном(ых) языке(ах) в профессиональной сфере.</li> </ul> | 1 неделя        | <div style="border-bottom: 1px solid black; text-align: center; margin-bottom: 10px;">(подпись руководителя от организации)</div> <div style="border-bottom: 1px solid black; text-align: center;">(подпись руководителя от проф. организации)</div> |
| 2. | <ul style="list-style-type: none"> <li>- определения цели и задач управления отделом, структурным подразделением или агентством рекламной индустрии;</li> <li>- разработка основных методов и приемов планирования, организации, мотивации и координации деятельности сотрудников в процессе разработки коммуникационного продукта/проекта;</li> <li>- активное использование навыков создания коммуникационных продуктов с учетом тенденций развития общественных и государственных институтов.</li> </ul>                                                                                                                                   | 2 неделя        | <div style="border-bottom: 1px solid black; text-align: center; margin-bottom: 10px;">(подпись руководителя от организации)</div> <div style="border-bottom: 1px solid black; text-align: center;">(подпись руководителя от проф. организации)</div> |
| 3. | <ul style="list-style-type: none"> <li>- разработка рекомендаций по организации и управлению деятельности предприятия рекламной индустрии по созданию и реализации коммуникационного продукта и соответствия нормативам реализации коммуникационного продукта/проекта;</li> <li>- практическая реализация маркетинговых инструментов; проведения маркетинговых исследований и мониторинга обратной связи; производства коммуникационного продукта и его реализации;</li> <li>- практическая реализация алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с</li> </ul>                                                                   | 2 неделя        | <div style="border-bottom: 1px solid black; text-align: center; margin-bottom: 10px;">(подпись руководителя от организации)</div> <div style="border-bottom: 1px solid black; text-align: center;">(подпись руководителя от проф. организации)</div> |

<sup>2</sup> Заполняется по факту выполнения/не выполнения по образцу «Выполнено в срок (с нарушением срока) и в соответствии с требованиями (с нарушением требований) ОПОП только «от руки»!

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |  |  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|
| <p>общественностью;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- умение составлять документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и связей с общественностью;</li> <li>- активное использование результатов исследований для планирования рекламной кампании или кампании по связям с общественностью</li> <li>- подготовка отчета по практике.</li> </ul> |  |  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|

Руководитель практики от образовательной организации:

Руководитель практики от профильной организации:

(должность, ФИО, подпись)

(должность, ФИО, подпись)

Подпись обучающегося

/

/

ФИО

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**Инструктаж обучающихся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка; ознакомление с функциональными обязанностями практиканта в местах прохождения практики.**  
Инструктаж провел:

С требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка ознакомлен:

\_\_\_\_\_  
(должность, ФИО, подпись)

\_\_\_\_\_  
(ФИО, подпись обучающегося)

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**Приложение 5 - Шаблон учета ежедневной работы студента очной формы обучения в соответствии с рабочим графиком, программой и заданием по прохождению производственной (профессионально-творческой) практики**

УЧЕТ ЕЖЕДНЕВНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТА В СООТВЕТСТВИИ С РАБОЧИМ ГРАФИКОМ, ПРОГРАММОЙ И ЗАДАНИЕМ ПО ПРОХОЖДЕНИЮ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКОЙ) ПРАКТИКИ

Студент \_\_\_\_\_ (ФИО)

курс 2 (3) уч. группа 05230 (05330)

направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Срок прохождения с \_\_\_\_\_ г. по \_\_\_\_\_ г.

Место практики \_\_\_\_\_ (наименования организации)

| Дата | Выполняемая работа <i>(соответствует заданиям рабочего графика)</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Подпись руководителя практики |
|------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|
|      | - сбор материала и обобщение собранного материала по анализу деятельности предприятия рекламной индустрии (базы практики) по продвижению и реализации коммуникационного продукта;                                                                                                                                                                                                                                                                      |                               |
|      | оценка комплектности отдела, подразделения, агентства и соответствия нормативам документационного оформления реализации конкретного продукта (на основе анализа документации отдела, агентства, подразделения, в котором проводится практика);                                                                                                                                                                                                         |                               |
|      | - определение, анализ, оценка коммуникационных показателей предприятия рекламной индустрии (подразделения, в котором проводится практика);                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                               |
|      | - определения цели и задач управления отдела, агентства, подразделения на основе анализа документации;                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                               |
|      | - разработка основных методов и приемов планирования, организации, мотивации и координации деятельности отдельных сотрудников объекта рекламной индустрии;                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                               |
|      | - формирование заключительного отчета практиканта, включающего рекомендации по использованию инструментов планирования производства коммуникационного продукта; инструментов реализации коммуникационного продукта; анализом технологий медиапланирования; организации специальных мероприятий; современными техническими средствами и основными технологиями цифровых коммуникаций;<br>- подготовка отчета по практике для защиты его на конференции. |                               |

Руководитель

\_\_\_\_\_  
(подпись) (ФИО) / \_\_\_\_\_  
(организации)

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**Приложение 5 - Шаблон учета ежедневной работы студента заочной формы обучения в соответствии с рабочим графиком, программой и заданием по прохождению производственной (профессионально-творческой) практики**

УЧЕТ ЕЖЕДНЕВНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТА В СООТВЕТСТВИИ С РАБОЧИМ ГРАФИКОМ, ПРОГРАММОЙ И ЗАДАНИЕМ ПО ПРОХОЖДЕНИЮ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКОЙ) ПРАКТИКИ

Студент \_\_\_\_\_ (ФИО)

курс 3 (4) уч. группа 05330з (05430з)

направление подготовки 42.03.01 Реклама и связей с общественностью

Срок прохождения с \_\_\_\_\_ г. по \_\_\_\_\_ г.

Место практики \_\_\_\_\_ (наименования организации)

| Дата | Выполняемая работа <i>(соответствует заданиям рабочего графика)</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Подпись руководителя практики |
|------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|
|      | - сбор материала и обобщение собранного материала по анализу деятельности предприятия рекламной индустрии (базы практики) по продвижению и реализации коммуникационного продукта;                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                               |
|      | оценка комплектности отдела, подразделения, агентства и соответствия нормативам документационного оформления реализации конкретного продукта (на основе анализа документации отдела, агентства, подразделения, в котором проводится практика);                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                               |
|      | - активное использование свободной коммуникации, в том числе на иностранном(ых) языке(ах) в профессиональной сфере;                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                               |
|      | - определение, анализ, оценка коммуникационных показателей предприятия рекламной индустрии (подразделения, в котором проводится практика);                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                               |
|      | - определения цели и задач управления отдела, агентства, подразделения на основе анализа документации;                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                               |
|      | - активное использование навыков создания коммуникационных продуктов с учетом тенденций развития общественных и государственных институтов.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                               |
|      | - разработка основных методов и приемов планирования, организации, мотивации и координации деятельности отдельных сотрудников объекта рекламной индустрии;                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                               |
|      | - разработка рекомендаций по организации и управлению деятельности предприятия рекламной индустрии по созданию и реализации коммуникационного продукта и соответствия нормативам реализации коммуникационного продукта/проекта;<br>- практическая реализация маркетинговых инструментов; проведения маркетинговых исследований и мониторинга обратной связи; производства коммуникационного продукта и его реализации;<br>- практическая реализация алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью;<br>- умение составлять документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и связей с общественностью;<br>- активное использование результатов исследований для планирования рекламной кампании или кампании по связям с общественностью<br>подготовка отчета по практике для защиты его на конференции. |                               |

Руководитель

\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_  
(подпись) (ФИО) (организации)

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

## Приложение 6 – Шаблон отзыва руководителя от кафедры, направляющей студента на практику

МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Московский государственный институт культуры»

Факультет медиакоммуникаций и аудиовизуальных искусств  
Кафедра рекламы и связей с общественностью

### Отзыв

|                                        |                                                        |
|----------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| на отчет по                            | Производственной (профессионально-творческой) практике |
| студента факультета                    | МАИС                                                   |
| Ивановой Марии Ивановны                |                                                        |
| обучающегося по направлению подготовки | 42.03.01 Реклама и связи с общественностью             |
| Квалификация                           | бакалавр                                               |
| Форма обучения                         | очная,<br>заочная                                      |
| Учебная группа №                       | 05230 (05330),<br>05330з (05430з)                      |

#### 1. Сведения о наличии отчетных документов.

*Дневник прохождения практики*

Представлен.

*Отчет о прохождении практики*

Подготовлен

*Индивидуальное задание для прохождения практики*

Выдано

*Характеристику-отзыв руководителя практики от организации*

Представлена

*Отзыв руководителя практики от МГИК*

Дан

*Учебно-методические документы или иные материалы), подготовленные в ходе практики*

Представлены

## **2 Содержание отчетных документов, представленных студентом**

*Полнота отражения хода практики в дневнике, системность, точность в описании, достоверность*

Дневник составлен полно, с высокой степенью детализации, он дает полное представление о характере деятельности студентки во время прохождения практики.

*Качество отчета о результатах практики, составленного студентом*

Отчет составлен добросовестно (однако в нем присутствуют орфографические ошибки), он подробен и в целом оставляет впечатление завершенного документа. В нем отражена большая часть индивидуального задания, однако не в целом фигурируют не все пункты. Почти ничего не говорится о том, что именно сделала студентка для того, чтобы выполнить тот или иной пункт задания.

*Качество отчетных материалов,*

Отчетные материалы устроили принимавшую организацию.

## **3. Качество выполнения индивидуального задания**

*Соответствие результата, полученного в ходе выполнения практики, заданию, данному студенту*

Индивидуальное задание выполнено не на 100%.

*Объем и качество выполнения индивидуального задания*

В почти полном объеме. То, что выполнено, выполнено с хорошим качеством.

|                                                 |  |            |
|-------------------------------------------------|--|------------|
| <b>Рекомендуемая оценка:</b>                    |  |            |
| Руководитель практики<br>от выпускающей кафедры |  | Малая О.Г. |

## Приложение 7 – Шаблон дневника производственной (профессионально-творческой) практики

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Московский государственный институт культуры»  
Факультет медиакоммуникаций и аудиовизуальных искусств  
Кафедра рекламы и связей с общественностью

### Д Н Е В Н И К

прохождения Производственной (профессионально-творческой) практики

|                                                              |                                            |            |
|--------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|------------|
| студента факультета                                          | (ФИО)                                      | МАИС       |
| обучающегося по<br>направлению подготовки<br>(специальности) | 42.03.01 Реклама и связи с общественностью |            |
| профиль основной образова-<br>тельной программы              | Для всех профилей подготовки               |            |
| Квалификация                                                 | бакалавр                                   |            |
| Форма обучения                                               | очная /заочная                             |            |
| Учебная группа №                                             | 05230 (05330) / 05330з (05430з)            |            |
| Руководитель практики<br>от института                        |                                            |            |
| Руководитель практики<br>от принимающей организации          |                                            |            |
| Место прохождения<br>практики:                               | (Ф.И.О., контактный телефон)               |            |
| Срок прохождения<br>практики:                                | (адрес, контактные телефоны)               |            |
|                                                              | с 2018 г.                                  | по 2018 г. |

[illegible]

Печать организации

(Ф.И.О. студента)

(Ф.И.О. руководителя)

**ПРОТОКОЛ № \_\_\_\_**  
**защиты производственной (профессионально-творческой) практики**

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Факультет медиакоммуникаций и аудиовизуальных искусств  
Кафедра рекламы и связей с общественностью

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связей с общественностью  
Профиль: с 3-го курса

Ф.И.О. студента \_\_\_\_\_, курс \_\_\_\_\_, группа № \_\_\_\_

Вид практики: *учебная (профессионально-ознакомительная)*

Место прохождения практики: \_\_\_\_\_

Срок прохождения практики: с « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. по « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Руководитель практики от вуза: \_\_\_\_\_ Ф.И.О.

Руководитель практики от профильной организации: \_\_\_\_\_ Ф.И.О.

На защиту представлены следующие материалы:

- |                                                             |            |
|-------------------------------------------------------------|------------|
| 1. Индивидуальное задание на практику                       | есть / нет |
| 2. Рабочий график (план) проведения практики                | есть / нет |
| 3. Отчет студента о прохождении практики                    | есть / нет |
| 4. Дневник прохождения практики                             | есть / нет |
| 5. Характеристика с места прохождения практики              | есть / нет |
| 6. Договор о сотрудничестве с организацией – базой практики | есть / нет |
| 7. Дополнительные материалы: _____                          | есть / нет |

После сообщения о выполненной работе студенту были заданы следующие вопросы:

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

Признать, что студент выполнил программу практики с оценкой

\_\_\_\_\_

Председатель комиссии \_\_\_\_\_ Ф.И.О.

Члены комиссии \_\_\_\_\_ Ф.И.О.

\_\_\_\_\_ Ф.И.О.

Секретарь комиссии \_\_\_\_\_ Ф.И.О.