

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ**  
**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования**  
**«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОРГАНИЗАЦИИ И  
ПРОВЕДЕНИЮ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ  
ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ**

для студентов направления подготовки  
42.03.01. Реклама и связи с общественностью  
направленность (профиль)  
Реклама в системе маркетинговых коммуникаций

**Ставрополь  
2026**

## Введение

Методические указания по организации и проведению практики разработаны в соответствии с рабочей программой дисциплины по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профили «PR в государственных и бизнес-структурах», «Реклама в системе маркетинговых коммуникаций».

**Цели практики** - практика является неотъемлемой частью всей системы подготовки бакалавра рекламы и связей с общественностью и предусматривает овладение обучающимися основными приемами ведения профессиональных навыков работы и формирование профессионального мировоззрения в соответствии с профилем избранной программы и требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Преддипломная практика организуется с таким расчетом, чтобы обучающий получил возможность использовать опыт, накопленный при ее прохождении, для подготовки выпускной квалификационной работы. Преддипломная практика даёт обучающемуся возможность обобщить и систематизировать свои знания в области фундаментальных и прикладных наук и направить их на самостоятельное решение комплекса задач при выполнении выпускной квалификационной работы.

### **Задачи практики:**

- участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации;
- участие в формировании и поддержании корпоративной культуры;
- разработка, подготовка к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;
- сбор, обработка и систематизация практического материала для дальнейшего использования и написания выпускной квалификационной работы бакалавра.

Воспитательные задачи:

- активизировать инициативу, творческую самореализацию, чувство ответственности студентов в процессе их коллективного творчества

Практика рассчитана на один семестр (8) и включает (324 часа). Ответность: зачет с оценкой в 8 семестре.

Требования к результатам освоения дисциплины. Процесс изучения дисциплины направлен на формирование у студентов следующих компетенций: Студент должен:

**УК-1** способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

**ИД-1 УК-1** выделяет проблемную ситуацию, осуществляет ее многофакторный анализ и диагностику на основе системного подхода;

**ИД-2 УК-1** осуществляет поиск, отбор и систематизацию информации для определения альтернативных вариантов стратегических решений в проблемной ситуации;

**ИД-3 УК-1** определяет и оценивает риски возможных вариантов решений проблемной ситуации, выбирает оптимальный вариант её решения.

**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

**ИД-1 УК-2** формулирует цель проекта, определяет совокупность взаимосвязанных

задач, обеспечивающих ее достижение и определяет ожидаемые результаты решения задач;

**ИД-2 УК-2** разрабатывает план действий для решения задач проекта, выбирая оптимальный способ их решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений

**ИД-3 УК-2** обеспечивает выполнение проекта в соответствии с установленными целями, сроками и затратами, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений, в том числе с использованием цифровых инструментов.

**УК-3** способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

**ИД-1 УК-3** участвует в межличностном и групповом взаимодействии, используя инклюзивный подход, эффективную коммуникацию, методы командообразования и командного взаимодействия при совместной работе в рамках поставленной задачи.

**ИД-2 УК-3** обеспечивает работу команды для получения оптимальных результатов совместной работы, с учетом индивидуальных возможностей её членов, использования методологии достижения успеха, методов, информационных технологий и технологий форсайта;

**ИД-3 УК-3** обеспечивает выполнение поставленных задач на основе мониторинга командной работы и своевременного реагирования на существенные отклонения.

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

**ИД-1 УК-4** выбирает приемлемый стиль делового общения на государственном(-ых) и иностранном(-ых) языках, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами в устной и письменной формах;

**ИД-2 УК-4** использует информационно- коммуникационные технологии для повышения эффективности профессионального взаимодействия, поиска необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном(-ых) и иностранном(-ых) языках;

**ИД-3 УК-4** оценивает эффективность применяемых коммуникативных технологий в профессиональном взаимодействии на государственном(-ых) и иностранном(-ых) языках, производит выбор оптимальных.

**УК-6** способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

**ИД-1 УК-6** устанавливает личные и профессиональные цели в соответствии с уровнем своих ресурсов и приоритетов действий, для успешного развития в избранной сфере профессиональной деятельности;

**ИД-2 УК-6** реализует и корректирует стратегию личностного и профессионального развития, с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда;

**ИД-3 УК-6** критически оценивает эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач в избранной сфере профессиональной деятельности

**ПК-1.** Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта.

**ИД-1 ПК-1** Знает особенности создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта.

**ИД-2 ПК-1** Способен учитывать специфику каналов коммуникации и имеющегося

мирового и отечественного опыта при создании тексты рекламы и связей с общественностью.

**ИД-3 ПК-1** Владеет навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации имеющегося мирового и отечественного опыта.

**ПК-3.** Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании.

**ИД-1 ПК-3** Знает основы создания сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании.

**ИД-2 ПК-3** Умеет создавать сценарии специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании.

**ИД-3 ПК-3** Владеет навыками создания сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании.

**ПК-7.** Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта.

**ИД-1 ПК-7** Знает современные исследования по планированию рекламной и PR-кампании, по созданию коммуникационного продукта.

**ИД-2 ПК-7** Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта.

**ИД-3 ПК-7** Владеет навыками использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта.

**ПК-9.** Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта.

**ИД-1 ПК-9** Знает специфику маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта.

**ИД-2 ПК-9** Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта.

**ИД-3 ПК-9** Владеет навыками организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта.

**ПК-18.** Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта.

**ИД-1 ПК-18** Знает основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта.

**ИД-2 ПК-18** Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта.

**ИД-3 ПК-18** Владеет навыками использования современных технических средств и технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов

#### **4. Обязанности студента-практиканта**

В ходе прохождения практики студент должен:

- изучить организационно-управленческую структуру организации;
  - изучить нормативно-правовое обеспечение деятельности организации (Устав, лицензии, законодательные акты, регулирующие деятельность организации);
  - ознакомиться с действующими инструкциями и положениями, регламентирующими рекламную и PR-деятельность организации;
  - дать анализ уровня и состояния используемого в организации технического оборудования;
  - получить опыт работы с профессиональным оборудованием/программами (ПК, видеооборудование, копировальная техника и т.д.);
  - провести анализ каналов размещения рекламной и/или PR-информации, используемой для продвижения компании;
  - изучить роль рекламы в укреплении конкурентоспособности организации на рынке
- ;
- участвовать (при необходимости) в коррекции и отработке клиентской базы организации;
  - приобрести опыт выполнения различных видов рекламной и/или PR-деятельности, осуществляемой на предприятии.

В течение практики студент обязан:

- выполнить в полном объеме индивидуальные задания, предусмотренные программой практики;
- соблюдать правила внутреннего трудового распорядка;
- соблюдать требования охраны труда и пожарной безопасности;
- вести дневник производственной практики, где фиксируются все виды работ, выполняемых в течение рабочего дня
- в срок подготовить и защитить отчет о практике.

Практика считается завершенной при условии выполнения студентом всех требований программы практики.

#### **5. Обязанности руководителя практики от выпускающей кафедры**

Руководитель практики назначается распоряжением заведующего выпускающей кафедры. Основные обязанности руководителя практики состоят в следующем:

- совместно со студентом формирует индивидуальное задание на практику;
- объясняет цели и задачи практики, ее программу и форму отчетности, основные требования к оформлению отчета;
- определяет объем и характер учебных поручений студента;
- консультирует по вопросам структуры и содержания научно-исследовательской работы и утверждает ее план;
- консультирует по вопросам подбора и подготовки методологического и библиографического обеспечения;
- участвует в формировании инвариантной части задания по практике и оценке результатов практики.

Задание формируется руководителем практики, исходя из целей практики с учетом специфики подготовки по основной образовательной программе. Задание является основанием для подготовки индивидуального плана работы (*Приложение 1*) по выполнению программы практики

#### **6. Структура и содержание практики**

Процедура прохождения практики включает в себя следующие этапы: подготовительный, прохождение практики на предприятии (основной этап), и итоговый этап (подготовка и защита отчёта по практике). На каждом этапе практики осуществляется текущий контроль за процессом формирования компетенций.

Задания предусматривают овладение компетенциями на разных уровнях: базовом и повышенном. Их принципиальное отличие состоит в уровне аналитических и сравнительных разработок.

В ходе первичной консультации руководителя практики, в которой он представляет основные требования, нормативные положения и формы отчетности результатов практики, студент уясняет цель и задачи профессионально-творческой практики, намечает основные виды работ. В ходе последующих консультаций научный руководитель знакомит студента с видами деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, определяет даты проведения консультаций.

Для успешного прохождения практики необходимы «входные» знания, умения и готовности обучающегося, приобретенные в результате освоения всех предшествующих профильных дисциплин.

Во время проведения практики используются следующие технологии: групповые организационные собрания, индивидуальные консультации по выполнению программы практики. Предусматривается проведение самостоятельной работы студентов под контролем руководителя практики, осуществляется обучение правилам написания отчета по практике. Разрабатываются и пробуются различные методики проведения соответствующих работ, проводится первичная обработка и первичная или окончательная интерпретация данных, составляются рекомендации и предложения.

При прохождении практики студент:

- знакомится с организацией процесса профессиональной работы учреждения или подразделения;
- занимается анализом документов;
- совершенствует свои знания и умения работы с помощью мультимедийных технологий, обрабатывая с их помощью материал;
- внимательно изучает опыт работы сотрудников;
- знакомится с особенностями работы отделов рекламы и PR-служб, изучает требования к разного рода сопроводительным документам.

При распределении студентов по базам практики учитывается профиль студента. За месяц до начала практики кафедра проводит организационное собрание (конференцию) с обязательным присутствием всех студентов и руководителей, ответственных за ее прохождение. Целью конференции является закрепление студентов за отдельными руководителями, базами практики, ознакомление с ее программой и формой отчетности. Перед прохождением практики студент должен встретиться со своим руководителем и получить от него дневник и индивидуальное задание.

Для обеспечения безопасности в производственных подразделениях (отделах организации) и административных структурах по прибытии на практику студент обязан пройти инструктаж по технике безопасности. Совместно с руководителем от организации студент должен составить график прохождения практики с указанием сроков прохождения в каждом структурном подразделении предприятия. График должен быть согласован с руководителем практики от кафедры и затем занесен в дневник. Дневник заполняется ежедневно, кратко характеризуя выполненный объем работ. Дневник заполняется грамотно и аккуратно. Записи в дневнике заверяются руководителями данных структурных подразделений. Для успешного прохождения практики необходимы «входные» знания, умения и готовности обучающегося, приобретенные в результате освоения всех предшествующих профильных дисциплин, изучаемых студентами.

## **7. Задания и порядок их выполнения**

### Задания, позволяющие оценить знания

Контролируемые компетенции или их части		Формулировка задания	
Код компетенции	Формулировка		
УК-1 ИД-1 УК-1 ИД-2 УК-1 ИД-3 УК-1 УК-2 ИД-1 УК-2 ИД-2 УК-2 ИД-3 УК-2 УК-3 ИД-1 УК-3 ИД-2 УК-3 ИД-3 УК-3 УК-4 ИД-1 УК-4 ИД-2 УК-4 ИД-3 УК-4 УК-6 ИД-1 УК-6 ИД-2 УК-6 ИД-3 УК-6 ПК-1ИД-1 ПК-1 ИД-2 ПК-1 ИД-3 ПК-1 ПК-3 ИД-1 ПК-3 ИД-2 ПК-3 ИД-3 ПК-3 ПК-7ИД-1 ПК-7 ИД-2 ПК-7 ИД-3 ПК-7 ПК-9 ИД-1 ПК-9 ИД-2 ПК-9 ИД-3 ПК-9 ПК-18 ИД-1 ПК-18 ИД-2 ПК-18 ИД-3 ПК-18			
УК-1, УК-2, УК-3, УК-4	<ul style="list-style-type: none"> <li>• способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач;</li> <li>• способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;</li> <li>• способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде;</li> <li>• способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке.</li> </ul>	Задание 1	Изучить организационно-управленческую структуру места прохождения практики
ПК-1, ПК-3, ПК-7, ПК-9	<ul style="list-style-type: none"> <li>• способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем;</li> <li>• способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.</li> <li>• создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта.</li> <li>• создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании</li> <li>• использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании</li> </ul>	Задание 2	Проанализировать основные виды деятельности места прохождения практики; изучить задачи и функции основных подразделений, ознакомление с должностными обязанностями.

	<p>коммуникационного продукта.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта.</li> </ul>		
, ПК-18,	<ul style="list-style-type: none"> <li>• способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства информационно-коммуникационные технологии;</li> <li>• использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта;</li> <li>• использует стандартные и креативные технологии в разработке и продвижении рекламного продукта.</li> </ul>	Задание 3	Выполнить одно задание, согласуемое с тематикой ВКР (создание видеосюжета, рекламного ролика, текстовых и графических, рабочих и презентационных материалов в рамках традиционных и современных средств рекламы, участие в проектировании в области рекламы и связей с общественностью, участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний в рамках деятельности организации–базы-практики).

### Задания, позволяющие оценить знания

Контролируемые компетенции или их части		Формулировка задания	
Код компетенции	Формулировка		
УК-1 ИД-1 УК-1 ИД-2 УК-1 ИД-3 УК-1 УК-2 ИД-1 УК-2 ИД-2 УК-2 ИД-3 УК-2 УК-3 ИД-1 УК-3 ИД-2 УК-3 ИД-3 УК-3 УК-4 ИД-1 УК-4 ИД-2 УК-4 ИД-3 УК-4 УК-6 ИД-1 УК-6 ИД-2 УК-6 ИД-3 УК- ПК-1ИД-1 ПК-1 ИД-2 ПК-1 ИД-3 ПК-1 ПК-3 ИД-1 ПК-3 ИД-2 ПК-3 ИД-3 ПК-3 ПК-7ИД-1 ПК-7 ИД-2 ПК-7 ИД-3 ПК-7 ПК-9 ИД-1 ПК-9 ИД-2 ПК-9 ИД-3 ПК-9 ПК-18 ИД-1 ПК-18 ИД-2 ПК-18 ИД-3 ПК-18			
УК-1, УК-2, УК-3, УК-4	<ul style="list-style-type: none"> <li>• способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач;</li> <li>• способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм,</li> </ul>	Задание 1	Изучить организационно-управленческую структуру места прохождения практики

	<p>имеющихся ресурсов и ограничений;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде;</li> <li>• способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке.</li> </ul>		
УК-6 ПК-1, ПК-3, ПК-7, ПК-9	<ul style="list-style-type: none"> <li>• способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.</li> <li>• способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем;</li> <li>• способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.</li> <li>• создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта.</li> <li>• создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании</li> <li>• использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта.</li> <li>• принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта.</li> </ul>	Задание 2	Проанализировать основные виды деятельности места прохождения практики; изучить задачи и функции основных подразделений, ознакомление с должностными обязанностями.
ПК-18,	<ul style="list-style-type: none"> <li>• способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства информационно-коммуникационные технологии;</li> <li>• использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта;</li> </ul>	Задание 3	Выполнить несколько заданий, согласуемых с тематикой ВКР (создание видеосюжета, рекламного ролика, текстовых и графических, рабочих и презентационных материалов в рамках традиционных и современных средств рекламы, участие в

	<ul style="list-style-type: none"> <li>использует стандартные и креативные технологии в разработке и продвижении рекламного продукта.</li> </ul>		проектировании в области рекламы и связей с общественностью, участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний в рамках деятельности организации–базы-практики).
--	--	--	--

## 8. Форма предоставления отчета по практике

**Отчет о практике (Приложение 1)** – основной документ, характеризующий работу студента во время практики. По окончании практики обучающийся составляет письменный отчет. Отчет проверяется и подписывается непосредственным руководителем практики от Университета и руководителем практики от профильной организации. Подпись руководителя практики от профильной организации должна быть заверена печатью организации.

Информационные блоки отчета должны быть представлены в следующем порядке:

1. Титульный лист.
2. Содержание.
3. Введение (цели и задачи практики, краткая характеристика базы и места практики, описание основных видов деятельности, выполняемых практикантом).
4. Разделы и подразделы (сведения о конкретно выполненной обучающимся работе в период практики в соответствии с заданием или описание деятельности, выполняемой в процессе прохождения практики; достигнутые результаты).
5. Заключение (выводы о результатах практики и анализ возникших проблем).
6. Список литературы.
7. Приложения (материалы, подготовленные студентом в период прохождения практики: медиатексты, сценарии видеосюжетов, рекламных роликов, текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и новейших средств рекламы и PR).

Текст отчета должен быть отредактирован и напечатан 14 пт шрифтом 1,5 интервалом с соблюдением правил оформления научных работ, предусмотренных ГОСТом.

По результатам прохождения практики студент должен заполнить **дневник**. Основные требования по заполнению дневника студента по практике:

1. Заполнить информационную часть.
2. Совместно с руководителем практики составить план работы. Получить индивидуальные задания по профилю подготовки.
3. Регулярно записывать все реально выполняемые работы.
4. Один раз в неделю (во время консультаций) предоставлять дневник на просмотр руководителю практики.

По результатам прохождения практики обучающийся представляет руководителю практики от кафедры следующие **отчетные документы, заверенные подписью руководителя и печатью организации:**

1. Материалы, подготовленные студентом в период прохождения практики (медиатексты, медиапродукты, коммуникационные продукты), *напр.*, сценарии

видеосюжетов, рекламных роликов, текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и новейших средств рекламы и PR.

2. Отзыв руководителя практики от профильной организации или структурного подразделения СКФУ в случае, когда практика проводится на базе Университета.

3. Отчет о прохождении практики, созданный обучающимся самостоятельно, включающий всю информацию о прохождении практики, (личные впечатления от работы в данном издании, профессионального контакта со старшими коллегами, рассказ о профессиональных техниках и технологиях, практикуемых в данном рекламном агентстве или пресс-службе или рекламном или PR-отделе и освоенных обучающимся в ходе практики).

4. Дневник практики, отражающий календарный план мероприятий, в которых обучающийся принял участие за время прохождения практики.

При проверке задания и защите отчета оценивается общая культура; (речь, манера поведения, внешний вид); профессиональная компетентность; объем изученного основного материала; объем изученного дополнительного материала; владение навыками коммуникативного взаимодействия (тактичность, эмоциональность, принятие, толерантность, культура речи); соответствие применяемых форм работы и эффективность выполнения задач; профессиональная компетентность; достижение поставленной цели; соблюдение этических норм.

Защита отчета о практике:

- отчет представляется научному руководителю практики для проверки;
- руководитель выявляет, насколько полно и глубоко студент изучил круг вопросов, определенных индивидуальной программой практики;
- результаты прохождения практики обсуждаются на конференции, проводимой руководителем практики;
- дифференцированная оценка выставляется научным руководителем с учетом отзыва руководителя практики от организации и итогов обсуждения на конференции.

## **9. Критерии выставления оценок**

Оценка «отлично» выставляется, если студент способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач; способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений; способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде; способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке; способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни; способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем; способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности; способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии; создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта; создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании; использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта; принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта; использует стандартные и креативные технологии в

разработке и продвижении рекламного продукта; выполнил все задания, подготовил и сдал отчет.

Оценка «хорошо» выставляется, если студент способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач; способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений; способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде; способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке; способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни; способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем; способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности; способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии; создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта; создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании; использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта; принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта; использует стандартные и креативные технологии в разработке и продвижении рекламного продукта; задания выполнил на 80%, сдал отчет.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если студент в некоторой степени способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач; способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений; способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде; способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке; способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни; способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем; способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности; способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии; создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта; создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании; использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта; принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта; использует стандартные и креативные технологии в разработке и продвижении рекламного продукта; задания выполнены на 60%, сдан отчет.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если студент не способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, не способен применять системный подход для решения поставленных задач; не способен определять круг задач в

рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений; не способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде; способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке; не способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни; не способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем; не способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности; не способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии; не создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта; не создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании; не использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта; не принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта; не использует стандартные и креативные технологии в разработке и продвижении рекламного продукта; не выполнил задания, отчет не подготовил.

#### **10. Учебно-методическое и информационное обеспечение практики**

##### **9.1. Рекомендуемая литература.**

###### **9.1.1. Основная литература:**

1. Ткаченко, Н.В. Креативная реклама: технологии проектирования / Н.В. Ткаченко, О.Н. Ткаченко ; под ред. Л.М. Дмитриевой. – Москва : Юнити, 2015. – 336 с. – (Азбука рекламы). – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114422> (дата обращения: 25.02.2020). – ISBN 978-5-238-01568-2.

###### **9.1.2. Дополнительная литература**

1. Ковалева, Л.В. Маркетинг территорий : учебное пособие / Л.В. Ковалева ; Тюменский государственный университет. – Тюмень : Тюменский государственный университет, 2017. – 284 с. : ил. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=572901>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-400-01269-3.
2. Маркетинговые коммуникации : учебник / Д. С. Жарников и др. ; под ред. И. Н. Красюк. - Москва : ИНФРА-М, 2012. – 270, [1] с. : ил., табл. ; – (Высшее образование). – Библиогр.: с. 259-261. – ISBN 978-5-16-004956-4
3. Реклама: технологии воздействия / под общ. ред. Е. Н. Ежовой ; М-во образования и науки Рос. Федерации, ГОУ ВПО «Ставроп. гос. ун-т». – Ставрополь : Изд-во СГУ, 2010. – 327 с. – Библиогр.: с. 305-325. – ISBN 978-5-88648-737-4

###### **9.1.3. Методическая литература:**

1. Практики по направлению «Реклама и связи с общественностью» : методические указания для студентов заочной формы обучения / М-во образования и науки Российской Федерации, Южно-Уральский гос. ун-т, Каф. массовой коммуникации ; [сост. : Л. В. Пелленен, Т. С. Соловьева] ; под ред. Л. К. Лободенко. – Челябинск : Изд. центр ЮУрГУ, 2014. – 21, [1] с.
2. Практики по специальности 032401 «Реклама» : методические указания для студентов за-очной формы обучения / М-во образования и науки Российской Федерации, Южно-Уральский гос. ун-т., Каф. массовой коммуникации ; [сост.: Л. В. Пелленен, М. В. Чурако-ва]. – Челябинск : Изд. центр ЮУрГУ, 2013. – 21, [2] с.

#### **9.1.4. Интернет-ресурсы:**

1. <http://www.Adme.ru>. – Видеохостинг креативной рекламы.
2. <http://www.BrandsInfo.ru>. – Каталог историй появления знаменитых брендов со всего мира.
3. <http://www.intv.ru>. – Видеохостинг (видеоархив, интернет-телевидение).
4. <http://www.sostav.ru>. – Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR.
5. <http://www.StoryBrand.ru>. – Сайт об истории создания мировых марок, брендов, компаний, фирм, организаций.
6. <http://www.telead.ru>. – Архив телевизионной рекламы.
7. <http://www.tvigle.ru>. – Архив видеоматериалов (фильмы, видеоролики, телевизионная реклама и др).

#### **9.1.5. Программное обеспечение:**

1	Альт Рабочая станция 10
2	Альт Рабочая станция К
3	Альт «Сервер»
4	Пакет офисных программ - P7-Офис

#### **9.2. Материально-техническое обеспечение практики**

В процессе прохождения практики студентам при согласии научного руководителя и организации (кафедры, института, научно-образовательного центра и др.), в которой он проходит практику, доступно научно-исследовательское и материально-техническое обеспечение, необходимое для полноценного прохождения практики:

компьютерная аудитория; 15 компьютеров (процессор – AMD Athlon X2 1.7 Ghz; 2Гб ОЗУ; видеокарта – ATI Radeon 9800Pro; CD/DVD-RW NEC; монитор Samsung 17 дюймов); наличие проектора; интерактивной доски; локальной вычислительной сети с доступом к сетевым ресурсам библиотеки и факультетов, возможность работы в сети Интернет.

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Институт (филиал)/факультет/высшая школа \_\_\_\_\_

Кафедра/департамент \_\_\_\_\_

Допущен к защите

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Зав. кафедрой/директор департамента института  
(филиала)/факультета/высшей школы

\_\_\_\_\_  
(наименование кафедры/департамента, звание, Ф.И.О.)

\_\_\_\_\_  
(подпись)

**ОТЧЕТ ПО \_\_\_\_\_ ПРАКТИКЕ**

(вид практики: учебная/производственная практика)

\_\_\_\_\_  
(наименование (тип) практики)

Руководитель практики от профильной  
организации:

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

(Ф.И.О., должность)

\_\_\_\_\_

(подпись)

Выполнил:

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

(Ф.И.О., курс, группа, направления подготовки/специальность,  
направленность (профиль)/специализация, форма обучения)

\_\_\_\_\_

(подпись)

М.П.

Руководитель практики:

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

(Ф.И.О. руководителя практики от Университета, звание, должность)

\_\_\_\_\_

(подпись)

Отчет защищен с оценкой \_\_\_\_\_

Дата защиты \_\_\_\_\_

Ставрополь, 20\_\_ г

**1. Задание на \_\_\_\_\_ практику**

(вид практики: учебная/производственная)

\_\_\_\_\_  
(наименование (тип) практики)

Студент \_\_\_\_\_  
(Ф. И. О.)

Направление подготовки/специальность \_\_\_\_\_

Направленность (профиль)/Специализация \_\_\_\_\_

Курс \_\_\_\_\_ Форма обучения \_\_\_\_\_ группа \_\_\_\_\_

Сроки прохождения практики: \_\_\_\_\_

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

Руководитель практики от СКФУ: \_\_\_\_\_  
(Ф. И. О., место работы, должность)

Руководитель практики от профильной организации: \_\_\_\_\_

(указывается в случае прохождения практики во внешней организации: Ф. И. О., место работы, должность)

**Перечень заданий на практику**

(Перечисляются задания обучающегося в соответствии с рабочей программой практики)

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_
5. \_\_\_\_\_

**Индивидуальное задание (тема) на практику**

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Задание утверждено на заседании кафедры \_\_\_\_\_  
(протокол от « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_\_ г. № \_\_\_\_\_ )

Дата выдачи задания: « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_\_ г.

Руководитель практики от Университета  
\_\_\_\_\_  
(подпись руководителя) \_\_\_\_\_ « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_\_ г.

Задание принял к исполнению \_\_\_\_\_ « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_\_ г.  
(подпись студента)

**2. ИНСТРУКТАЖ ПО ОЗНАКОМЛЕНИЮ С ТРЕБОВАНИЯМИ ОХРАНЫ ТРУДА, ТЕХНИКИ  
БЕЗОПАСНОСТИ, ПОЖАРНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ,  
ПРАВИЛАМ ВНУТРЕННЕГО РАСПОРЯДКА**  
*(на рабочем месте практиканта)*

	<b>Инструктаж проведен</b>	<b>Ознакомлен</b>
по требованиям охраны труда	<hr/> <i>(подпись и Ф.И.О руководителя практики от профильной организации или руководителя практики от Университета, если практика проводится в Университете)</i> « ____ » _____ 20__ г.	<hr/> <i>(подпись и Ф.И.О. обучающегося)</i> « ____ » _____ 20__ г.
по технике безопасности		
по пожарной безопасности		
по правилам внутреннего трудового распорядка		

**3. ДНЕВНИК ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ**

Дата	Выполненные мероприятия в соответствии с заданием на практику

**3. Описание проведенной работы в период прохождения практики**

*Раздел заполняется обучающимся в соответствии со спецификой практики, заданиями на практику (может содержать таблицы, графики, статистические данные и т.д.)*

*Рекомендуемое содержание раздела:*

1. Введение
2. Разделы и подразделы (материалы по итогам выполнения заданий)
3. Заключение
4. Список использованных источников и литературы (при наличии)
5. Приложения (по необходимости).

## **Анкета обучающегося по итогам прохождения практики**

**1. Удовлетворены ли Вы условиями организации практики?**

- Да, полностью.
- Да, в основном.
- Нет, не полностью.
- Абсолютно нет.

**2. Обеспечен ли доступ студентов на практике ко всем необходимым информационным ресурсам?**

- Да, обеспечен полностью.
- Да, в основном обеспечен.
- Нет, обеспечен недостаточно.
- Нет, совсем не обеспечен.

**3. Достаточно ли полон перечень дисциплин, которые Вы изучали в вузе, для успешного прохождения практики?**

- Да, полностью достаточен.
- Да, в основном достаточен.
- Нет, не совсем достаточен.
- Абсолютно не достаточен.

**4. Какие дисциплины из изученных в вузе особенногодились Вам в процессе прохождения практики?**

---

---

**5. Знаний по каким из дисциплин Вам не хватало в процессе прохождения практики?**

---

---

**6. Предложения по организации практики или ее содержанию**

---

---

---

**ОТЗЫВ**

руководителя практики от Университета

Ф.И.О. руководителя практики от СКФУ \_\_\_\_\_

Ф.И.О. студента-практиканта \_\_\_\_\_

Вид практики \_\_\_\_\_

Название (тип) практики \_\_\_\_\_

Место прохождения практики \_\_\_\_\_

*(указывается наименование структурного подразделения СКФУ, в котором проходил практику студент в соответствии с приказом о направлении на практику)*

Период прохождения практики \_\_\_\_\_

Компетенции, сформированные студентом \_\_\_\_\_

Перечень приобретенных студентом навыков \_\_\_\_\_

Характеристика работы студента \_\_\_\_\_

Заключение по итогам практики \_\_\_\_\_

Рекомендуемая оценка \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
(должность)

\_\_\_\_\_  
(подпись)

\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О.)

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.

## ОТЗЫВ

### Руководителя практики от организации

Наименование организации \_\_\_\_\_

*(указывается полное наименование организации, в которой проходил практику студент, в соответствии с уставом или другими регистрационными документами)*

Ф.И.О. руководителя практики от организации, должность \_\_\_\_\_

Ф.И.О. студента-практиканта \_\_\_\_\_

Вид практики \_\_\_\_\_

Название (тип) практики \_\_\_\_\_

Период прохождения практики \_\_\_\_\_

Трудовые функции, выполняемые студентом при прохождении практики \_\_\_\_\_

Перечень приобретённых студентом навыков и умений

Характеристика работы студента \_\_\_\_\_

Заключение по итогам практики \_\_\_\_\_

Рекомендуемая оценка \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
(должность)

\_\_\_\_\_  
(подпись)

\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О.)

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**Список предприятий, организаций, учреждений - баз практики**

№ п/п	Наименование предприятия, организации, учреждения	Адрес	Ф.И.О. руководителя (должность), контактный телефон	Реквизиты и сроки действия договора (номер документа; дата документа; дата окончания срока действия)

Дата актуализации списка «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Заведующему кафедрой/директору  
департамента института (филиала)/  
факультета/высшей школы \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
(название выпускающей кафедры/департамента института)

\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О. заведующего кафедрой/директора департамента)

студента \_\_\_\_\_ формы обучения  
(очной, очно-заочной, заочной)

курса \_\_\_\_\_,  
направления подготовки/специальности

\_\_\_\_\_  
(шифр, наименование направления/специальности)

\_\_\_\_\_  
направленность (профиль)

/специализация \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О. полностью)

тел. \_\_\_\_\_

### заявление

Прошу направить меня на \_\_\_\_\_ практику \_\_\_\_\_  
(вид практики: учебная/производственная)

\_\_\_\_\_  
(название (тип) практики)

В \_\_\_\_\_  
(полное наименование организации)

\_\_\_\_\_  
(адрес (местонахождение) организации, указывается в случае заключения индивидуального договора о практической подготовке)

\_\_\_\_\_  
(контактные телефоны организации, указываются в случае заключения индивидуального договора о практической подготовке)

Соответствующие документы прилагаются *(при необходимости)*

Дата

Подпись

Директору института (филиала)/высшей школы/декану  
факультета \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
(название института (филиала)/факультета/высшей школы)

\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О. директора института (филиала), высшей школы/ декана факультета)  
студента \_\_\_\_\_ формы обучения  
(очной, очно-заочной, заочной)

курса \_\_\_\_\_,  
направления/специальности

\_\_\_\_\_  
(шифр, наименование направления/специальности)  
направленность (профиль) /специальность

\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О. обучающегося полностью)  
тел. \_\_\_\_\_

заявление

Прошу направить меня повторно на \_\_\_\_\_ практику  
(вид практики: учебная/производственная)

\_\_\_\_\_  
(название (тип) практики)

В СВЯЗИ С \_\_\_\_\_  
В \_\_\_\_\_  
(полное наименование организации)

Дата  
Подпись

Виза заведующего кафедрой/директора  
департамента института (филиала)/  
факультета/высшей школы

**НАПРАВЛЕНИЕ НА ПРАКТИКУ**

Руководителю \_\_\_\_\_  
(Наименование организации)

\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О. руководителя)

Уважаемый(ая) \_\_\_\_\_ !

В соответствии с договором от «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_\_ ФГАОУ  
ВО «Северо-Кавказский федеральный университет» направляет Вам для  
прохождения \_\_\_\_\_ практики в структурных  
(вид, наименование практики)

подразделения Вашей организации с «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. по  
«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. студента (-ов) \_\_\_\_\_ курса \_\_\_\_\_ формы обучения по  
направлению \_\_\_\_\_ подготовки \_\_\_\_\_ (специальности)  
\_\_\_\_\_ :

(ФИО студента (-ов))

Практика проводится в соответствии с Приказом \_\_\_\_\_

Просим Вас обеспечить руководство практикой студента (-ов) и оказать содействие в  
сборе необходимого информационного материала.

По окончании практики просим представить на студента отзыв о качестве  
выполненных им работ за время прохождения практики.

Директор института (филиала), высшей школы/декан факультета

\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О., подпись)

М.П.

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.