



**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**  
**федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение**  
**высшего образования**  
**«Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»**  
**(ФГБОУ ВО «НГУЭУ», НГУЭУ)**

Кафедра маркетинга, рекламы и связей с общественностью

Пер. № 2252-17/01



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

В.Н. Ромашин

«*август*» 2017 г

**ПРОГРАММА ПРАКТИКИ**

**ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА**

**ПРАКТИКА ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА**  
**ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Программа составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по соответствующему направлению

Направление:

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль):

Менеджмент в рекламе и связях с общественностью

Год набора:

2017

Новосибирск 2017

Программа практики разработана  
Плюсниной Лидией Константиновной – д-ром социол. наук, доцентом, профессором  
кафедры маркетинга, рекламы и связей с общественностью

Учебно-методическое обеспечение согласовано с библиотекой университета

 Н.Ю. Долгова

Программа практики прошла экспертизу УМУ

 О.С. Ерохина

Рассмотрено и одобрено на заседании кафедры  
маркетинга, рекламы и связей с общественностью  
(протокол от «30» августа 2017 г. № 1).

И.о. заведующего кафедрой  
канд. социол. наук  
доцент

 Л.Ю. Шадрина

## РАЗДЕЛ 1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ

### 1.1. Цель и задачи практики

Цель практики - закрепление теоретической подготовки обучающихся и приобретения ими профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности в осуществлении организационно-управленческой, коммуникационной и проектной деятельности в сферах рекламы и PR в соответствии с образовательной программой «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью».

Задачами практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности являются:

- закрепление системы теоретических знаний у студентов по общенаучным и профессиональным дисциплинам;
- выработка навыков проведения сбора, обработки и систематизации информации о деятельности организации;
- выработка навыков экономической оценки деятельности организации;
- выработка навыков управления процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации рекламных и PR-программ и мероприятий, их корректировкой и контролем;
- выработка навыков определения стратегических целей и управления проектированием, планированием, подготовкой и реализацией рекламных и PR-кампаний и мероприятий;
- приобретение навыков разработки стратегических концепций и бизнес-планов (проектов), использования элементов экономического анализа в практической деятельности и технико-экономическом обосновании проектов, осуществление управление проектной деятельностью, оценка качества и эффективности проектов;
- приобретение навыков принятия управленческих решений и ответственности за их исполнение;
- приобретение навыков разработки эффективной стратегии и формирования политики риск-менеджмента в организации, оперативного принятия решения в кризисных ситуациях, выработке нестандартных решений;
- приобретение навыков применения перспективных теорий и приемов менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга в рекламной и PR-деятельности;
- выработка практических навыков разработки планов и программ инновационной деятельности, технико-экономического обоснования инновационных проектов;
- приобретение навыков планирования и управления деятельностью коллектива, обеспечению эффективности его работы;
- приобретение навыков и умений работы с персоналом, оценки производительности и качества его труда, устранению конфликтов, обеспечению сплоченности коллектива;
- обобщение, систематизация полученных данных, представление их в форме отчета

### 1.2. Планируемые результаты обучения при прохождении практики

В результате прохождения практики у обучающихся формируются следующие компетенции и по ее итогам обучающиеся должны продемонстрировать следующие результаты:

Код компетенции	Содержание компетенции	Перечень планируемых результатов
ПК-1	способностью управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации	знать: теорию стратегического планирования, принципы разработки коммуникационных программ и мероприятий; уметь: генерировать идеи, разрабатывать планы

	коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность	стратегического развития, разрабатывать концепции и планы различных коммуникационных программ и мероприятий, осуществлять руководство коммуникационными кампаниями различного направления; владеть: навыками управления процессами стратегического планирования, проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность.
ПК-2	способностью осуществлять корректировку и контроль коммуникационных программ и мероприятий	знать: знать теорию контроля коммуникационных программ и мероприятий; уметь: корректировать и контролировать коммуникационные программы и мероприятия; владеть: механизмами, технологиями корректировки и контроля коммуникационных программ и мероприятий.
ПК-3	способностью разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью	знать: принципы разработки стратегических концепций и бизнес-планов проектов; уметь: планировать, организовывать, координировать, разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов; владеть: основными управленческими функциями для руководства проектной деятельностью.
ПК-4	способностью управлять деятельностью коллектива, планировать его работу, обеспечивать ее эффективность	Знать: особенности управления коллективом, процессы групповой динамики, особенности взаимодействия членов коллектива, формы организационно-управленческой работы с коллективами; Уметь: выявлять факторы, оказывающие влияние на функционирование коллектива и планировать его эффективную работу; Владеть: навыками управления для обеспечения эффективной работы коллектива, методами повышения эффективности работы групп.
ПК-5	способностью работать с персоналом, оценивать производительность и качество его труда,	Знать: принципы управления персоналом организации, сплочения коллектива и способы разрешения конфликтов;

	устранять конфликты, обеспечивать сплоченность коллектива, толерантность	Уметь: работать с персоналом, разрешать конфликты, оценивать производительность и качество труда персонала; Владеть: методами сплочения коллектива, обеспечения толерантности, разрешения конфликтов, оценки производительности и качества труда.
ПК-6	способностью самостоятельно принимать управленческие решения и нести за них ответственность	знать: диалектику руководства и подчинения, принципы принятия решений и способы убеждения, понятие и виды ответственности; уметь: самостоятельно использовать принципы принятия решений, применять способы убеждения, нести ответственность; владеть: навыками выбора оптимальных способов реализации принятия управленческих решений, оценки их последствий.
ПК-7	способностью разрабатывать эффективную стратегию и формировать политику риск-менеджмента на предприятии, оперативно принимать решения в кризисных ситуациях	знать: теорию риск-менеджмента, признаки кризисных ситуаций, особенности управленческих решений в кризисных ситуациях; уметь: выявлять и оценивать кризисную ситуацию, находить эффективную стратегию и тактику риск-менеджмента на предприятии, оперативно принимать решения; владеть: навыками разработки эффективных стратегий и формирования политики риск-менеджмента.
ПК-8	способностью оценивать затраты и результаты деятельности организации	Знать: современные подходы к оценке затрат и результатов деятельности организации; Уметь: оценивать затраты и результаты деятельности, находить пути решения проблемы ресурсного потенциала предприятия; Владеть: методами оценки затрат и результатов деятельности, расчета показателей результатов деятельности организации.
ПК-9	способностью к выработке нестандартных решений	Знать: принципы принятия нестандартных решений; Уметь: оценивать ограничения ситуации, разрабатывать нестандартные решения, обосновывать принимаемое решение; Владеть: методами разработки нестандартных решений.

ПК-10	способностью применять перспективные теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга	Знать: перспективные теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов и маркетинга; Уметь: применять теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов и маркетинга на практике, находить новые источники повышения конкурентоспособности; планировать финансовые потоки, руководить процессом медиапланирования, выбирать оптимальные формы организации бизнеса; Владеть: приемами менеджмента, бизнес-процессов и маркетинга в профессиональной деятельности
ПК-11	способностью разрабатывать планы и программы инновационной деятельности, технико-экономические обоснования инновационных проектов	знать: принципы разработки планов и программ инновационной деятельности, технико-экономические показатели обоснования инновационных проектов; уметь: разрабатывать планы и программы инновационной деятельности, технико-экономические обоснования инновационных проектов; владеть: методиками разработки планов и программ инновационной деятельности, методами технико-экономического обоснования проектов.
ПК-12	способностью определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий	знать: принципы разработки целей, проектирования, планирования и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий; принципы использования интегрированных коммуникаций в местных, региональных и глобальных процессах; уметь: определять стратегические цели, проектировать, планировать, реализовывать коммуникационные кампании и мероприятия; выполнять разработку общей концепции коммуникационной кампании и мероприятия, постановку цели, задач с учетом профилей целевых аудиторий на основе результатов исследования; реализовывать программу коммуникационной кампании и мероприятия в соответствии с целями и задачами организации; владеть: методами руководства, проектирования, подготовки и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий.
ПК-13	способностью руководить	знать:

	созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации	<p>формы внутренней и внешней коммуникации с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации при формировании коммуникационной инфраструктуры организации; особенности распределения и перераспределения коммуникационных потоков;</p> <p>уметь:</p> <p>создавать коммуникационную инфраструктуру организации, осуществлять выбор инфраструктурных средств для обеспечения эффективной внутренней и внешней коммуникации организации; вести переговоры с представителями различных целевых аудиторий;</p> <p>владеть:</p> <p>методами создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечения внутренней и внешней коммуникации с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; умением межличностного общения в профессиональной среде, в том числе в международной сфере.</p>
ПК-14	способностью разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, задания на их разработку, осуществлять руководство проектной деятельностью	<p>знать:</p> <p>роль и значение проектирования и бизнес-планирования в области рекламы и связей с общественностью, содержание и стадии проектирования в области рекламы и связей с общественностью;</p> <p>уметь:</p> <p>разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, задания на их разработку, осуществлять руководство проектной деятельностью;</p> <p>владеть:</p> <p>методами разработки стратегических концепций и бизнес-планов проектов, заданий на их разработку, руководства проектной деятельностью, умением составлять договоры и деловую документацию.</p>
ПК-15	способностью оценивать качество и эффективность проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки	<p>знать:</p> <p>современные методы оценки качества и эффективности проектов, их реализации и контроля;</p> <p>уметь:</p> <p>оценивать качество и эффективность проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации,</p>

		контроля и корректировки; владеть: современными методами оценки качества и эффективности проектов в ходе их реализации, контроля и корректировки.
ПК-16	способностью использовать элементы экономического анализа в практической деятельности и разрабатывать технико-экономические обоснования проектов	знать: теорию экономического анализа и показатели технико-экономического обоснования проектов; уметь: использовать элементы экономического анализа в практической деятельности и разрабатывать технико-экономические обоснования проектов; владеть: методами экономического анализа, расчета технико-экономического обоснования показателей проектов.
ПК-18	способностью разрабатывать планы, программы и других материалы прогнозно-аналитического характера	знать: виды планов, программ и других материалов прогнозно-аналитического характера; уметь: разрабатывать планы, программы и других материалы прогнозно-аналитического характера; владеть: способами и методами разработки планов, программ и других материалов прогнозно-аналитического характера.

### **1.3. Место практики в структуре ОПОП ВО**

Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности опирается на следующие элементы ОПОП ВО: Управление агентством рекламы и связей с общественностью и службой рекламы и связей с общественностью организации, Бренд-менеджмент, Менеджмент в инновационной сфере, Управление поведением потребителей.

Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности выступает опорой для следующих элементов ОПОП ВО: Преддипломная практика, Защита выпускной квалификационной работы.

### **1.4. Способ и формы проведения практики**

Способ проведения практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности:

стационарная;  
выездная.

Форма проведения практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности: дискретно - путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения практики.



### 1.5. Место и время проведения практики

Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности проводится у обучающихся на очной форме обучения на 2 курсе в 6 триместре.

Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности проводится в организациях, обладающих необходимым кадровым и научно-техническим потенциалом, который позволяет осуществить комплексное изучение деятельности по рекламе и связям с общественностью в данной организации.

Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности может проходить в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах, государственных, общественных организациях, коммерческих структурах, в организациях социальной сферы, сферы политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта, с которыми вуз заключил соответствующее соглашение (договор), где магистранту обеспечивается доступ к информации о деятельности организации. На основе договора организации обязаны предоставить магистранту место для прохождения практики и материалы для выполнения программы практики.

Общее руководство практикой осуществляет заведующий кафедрой маркетинга, рекламы и связей с общественностью, ответственным за проведение учебной практики от университета является руководитель практики.

## РАЗДЕЛ 2. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

### 2.1. Трудоемкость практики

Общая трудоемкость практики по получению первичных профессиональных умений и навыков составляет 3 зачетных единиц.

Продолжительность практики по получению первичных профессиональных умений и навыков составляет 108 часов.

### 2.2. Этапы прохождения практики и их содержание

Этапы практики	Задачи, решаемые на каждом из этапов	Виды работ на практике, включая самостоятельную работу обучающегося	Количество о часов	Формы текущего контроля
6 триместр очной формы обучения				
1. Этап Ознакомительный	Выработать навыки проведения сбора, обработки и систематизации, материала о деятельности организации	1. Данный вид деятельности включает: - ознакомление с учредительными и нормативно-правовыми документами регламентирующими деятельность организации - ознакомление с историей организации; организационно-правовой формой;	27	Раздел 1. Общая характеристика деятельности организации

		<p>организационной структурой управления (функциональным и подразделениями: отделами, подразделениями т.д.); целью деятельности, миссией;</p> <p>- проведение сбора, обработки и систематизации фактического материала об основных направлениях деятельности; месте и роли организации во внешней среде; перспективах развития.</p> <p>- проведение сбора обработки и систематизации информации о результатах деятельности организации: представление основных технико-экономических показателей, характеризующих деятельность организации за последние 3-5 лет, анализ показателей и представление аргументированных выводов.</p>		
2. Этап Основной	<p>Выработка навыков организации и управления рекламной деятельности и деятельности по связям с общественностью</p>	<p>2.1 Провести анализ организационных и управленческих аспектов рекламной и PR-деятельности в организации по следующим</p>	71	<p>Раздел 2 Организация и управление рекламной деятельностью и PR-деятельностью, коммуникационными кампаниями/ проектами в</p>

	<p>в организации.</p> <p>Выработка навыков управления деятельностью коллектива</p> <p>Выработка навыков организации и управления коммуникационными кампаниями/ проектами</p>	<p>характеристикам:</p> <p>2.1.1 Характеристика условий, влияющих на рекламную и PR-деятельность (внешних, внутренних).</p> <p>2.1.2 Служба рекламы и PR, ее место и роль в организации: - изучить Положение о службе рекламы и PR-службе; - охарактеризовать цель, место и роль данной структуры в организации или в регионе; - рассмотреть систему взаимодействия с другими подразделениями и охарактеризовать коммуникации с ними.</p> <p>2.1.3 Планирование службы рекламы и PR.: - изучить задачи и направления деятельности; - изучить планирование и организацию работы; - изучить управление процессами стратегического планирования, подготовки и реализации рекламных и PR-программ /проектов.</p> <p>2.1.4. Процесс</p>	<p>организации</p>
--	--	--	--------------------

		<p>разработки стратегических концепций и бизнес-планов (проектов); управление проектной деятельностью, оценку эффективности проектов.</p> <p>2.1. 5. Использование коммуникационных технологий в процессе реализации политики риск-менеджмента в организации в процессе оперативного принятия решений в кризисных ситуациях и выработке нестандартных решений.</p> <p>2.1. 6. Разработки планов и программ инновационной деятельности.</p> <p>2.1. 7. Создание коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечение внутренней и внешней коммуникации с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, СМИ.</p> <p>2.1. 8. Управление деятельностью коллектива, планирование его работы, оценка</p>		
--	--	---	--	--

		<p>производительность и качества труда персонала, конфликты и их устранение в рекламной и PR-службе, обеспечение сплоченности и эффективности работы коллектива.</p> <p>2.2. Изучить организацию и управление коммуникационными кампаниями/проектами, в том числе рекламными и PR-кампаниями /проектами:</p> <p>2.2.1. Процесс разработки концепций, определение стратегической цели, организацию и планирование, технико-экономическое обоснование коммуникационных кампаний /проектов, рекламных и PR-кампаний /проектов, инновационных коммуникационных кампаний /проектов.</p> <p>2.2.2. Организационные аспекты подготовки и проведения коммуникационных рекламных и PR-кампаний /проектов.</p> <p>2.2.3. Корректировку коммуникационных</p>		
--	--	---	--	--

		х кампаний /проектов, рекламных и PR-кампаний /проектов. 2.2.4. Контроль коммуникационных кампаний /проектов, рекламных и PR-кампаний /проектов.		
3. Этап Заключительный	Оформление и защита отчета по практике	Подготовка отчета по практике в соответствие с требованиями и осуществление его защиты	10	Отчет по практике
ИТОГО 6 триместр			108	

### РАЗДЕЛ 3. СИСТЕМА ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ ОБУЧАЮЩИМИСЯ

#### 3.1. Формы отчетности о результатах прохождения практики

По результатам прохождения практики обучающийся обязан предоставить на кафедру:

- отчет по практике;
- дневник прохождения практики;
- отзыв о прохождении практики.

#### 3.2. Требования к содержанию и оформлению форм отчетности о результатах прохождения практики

На завершающей стадии прохождения практики каждый студент готовит письменный отчет.

Структурными элементами отчета по практике являются:

- титульный лист (Приложение А);
- задание на практику (Приложение Б);
- дневник прохождения практики (Приложение В);
- основная часть отчета по практике:

##### **6 триместр очной формы обучения**

Содержание отчета

Введение (цель и задачи практики)

Раздел 1 Общая характеристика деятельности организации

Раздел 2 Организация и управление рекламной деятельностью и PR-деятельностью, коммуникационными кампаниями/ проектами в организации

2.1. Анализ организационных и управленческих аспектов рекламной и PR-деятельности в организации

2.2. Анализ организации и управления коммуникационными кампаниями/ проектами

Заключение (выводы по результатам прохождения практики)

Приложения

1. Копии или скриншоты основных документов: Устава, планов, программ, положений, прайс-листов, пресс-релизов, главной страницы сайта и др.

2. Полиграфическая продукция (каталоги, буклеты, проспекты, листовки, рекламные объявления и др.)

К отчету по практике прикладывается отзыв руководителя от Университета о прохождении практики (Приложение Г).

**Пример рабочего графика (плана) проведения практики в 6 триместре очной формы обучения:**

1. Ознакомление с деятельностью организации
2. Изучение основных вопросов связанных с организацией и управлением рекламной и PR-деятельностью, коммуникационными кампаниями/ проектами в организации – ставится планируемая дата окончания работы
- 3.. Подготовка отчета – ставится дата представления отчета на кафедре

### **3.3. Порядок проведения промежуточной аттестации (по итогам практики)**

В качестве формы контроля по практике предусмотрен дифференцированный зачет.

Описание оценочных средств для промежуточной аттестации по практике и критерии оценивания приведены в отдельном документе Фонд оценочных средств (приложение к программе практики).

## **РАЗДЕЛ 4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ**

### **4.1. Основная учебная литература**

1.Реклама : глубинные смыслы [Электронный ресурс]: / А.Н. Мудров - М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 101 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=510844>

2.Теория и практика рекламы [Электронный ресурс]: Учебное пособие/Шишова Н. В., Подопригора А. С., Акулич Т. В. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 144 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=362871>

3. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-рилейшнз [Электронный ресурс]: Учебное пособие / М.В. Гундарин. - 2-е изд., испр. и доп. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 312 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=493362>.

### **4.2. Дополнительная учебная литература**

1. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность [Электронный ресурс] : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 233 с. — Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/book/47AF62A3-0EAE-4871-83A8-2C1DCEBF9036>

2. Кузнецов, П. А. Современные технологии коммерческой рекламы: Практическое пособие [Электронный ресурс] / П. А. Кузнецов. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2014. — 296 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=511984>

3. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 552 с. — Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/book/C22451DB-704D-4373-87DC-32CA2CE273BF>

### **4.3. Нормативно-правовые документы**

1. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 08.03.2015) "О рекламе" (с изм. и доп., вступ. в силу с 25.05.2015) [Электронный документ].

Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_5896](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5896)

2. Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 25.11.2017) "О средствах массовой

информации" (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2018) [Электронный документ]. Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_1511/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/)

3. 3.Федеральный закон от 27.07.2006 N 149-ФЗ (ред. от 25.11.2017) "Об информации, информационных технологиях и о защите информации" (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2018) [Электронный документ].

Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_61798/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61798/)

#### **4.5. Перечень ресурсов сети «Интернет»**

1. Базы данных ИНИОН Режим доступа: <http://www.inion.ru/product/db.htm>

2. Библиотека образовательного портала «AUDITORIUM» Режим доступа: <http://www.auditorium.ru>

3. Библиотека образовательного портала «Экономика Социология Менеджмент» Режим доступа: <http://ecsocman.edu.ru>

4. Библиотека федерального портала «Российское образование» Режим доступа: <http://www.edu.ru>

5. Виртуальная библиотека ГПНТБ Режим доступа: <http://www.vlibrary.ru>

6. Научно-образовательный социологический ресурс Режим доступа: <http://www.sociology.net.ru>

7. Публичная интернет-библиотека Режим доступа: <http://www.public.ru>

8. Федеральное хранилище «Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов» Режим доступа: <http://school-collection.edu.ru>

9. Электронный каталог НГУЭУ Режим доступа: <http://virtua.nsaem.ru:8001/cgi-bin/gw/chameleon;>

10. Подписной каталог ЭБС Режим доступа: <http://znanium.com/>

11. Поисковые порталы Yandex, Google, Rambler и др.

12. Справочная правовая система «Консультант Плюс» Режим доступа: <http://www.consultant.ru>

13. Справочная правовая система «Гарант» Режим доступа: <http://www.garant.ru>

#### **4.6. Информационные технологии**

При прохождении практики используется программный продукт Microsoft Office Standart, справочно-информационные системы «Гарант Максимум» и «Консультант Плюс».

#### **4.7. Материально-техническая база, необходимая для проведения практики по получению первичных профессиональных умений и навыков**

Для прохождения практики вуз располагает информационно-библиотечным комплексом. В библиотеке и компьютерных классах университета имеется возможность осуществления индивидуального доступа к системе обучающихся, имеется доступ к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам. Библиотечный фонд укомплектован печатными изданиями научной литературы и специализированных периодических изданий, а также официальными, справочно-библиографическими изданиями, необходимыми для осуществления производственной деятельности по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» программе «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью». Компьютерные классы имеют необходимый комплекс программных средств и обеспечивают предоставление возможности каждому обучающемуся осуществлять выполнение различных заданий и проектов по дисциплинам магистерских программ.





**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**  
**федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение**  
**высшего образования**  
**«Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»**  
**(ФГБОУ ВО «НГУЭУ», НГУЭУ)**

Кафедра маркетинга, рекламы и связей с общественностью  
 Направление 42.04.01. Реклама и связи с общественностью  
 Направленность (профиль) Менеджмент в рекламе и связях с общественностью

**ОТЧЕТ О ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ**

Вид практики: \_\_\_\_\_

Тип практики: \_\_\_\_\_

Место прохождения практики: \_\_\_\_\_  
(наименование организации, ее юридический адрес)

Сроки прохождения практики с «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. по «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Выполнил:

Студент (ка) гр. \_\_\_\_\_      \_\_\_\_\_      \_\_\_\_\_  
номер группы      подпись, дата      И.О. Фамилия

Руководитель практики

от профильной организации \_\_\_\_\_      \_\_\_\_\_  
подпись, заверенная печатью, дата      И.О. Фамилия

Отчет защищен с оценкой \_\_\_\_\_

Дата защиты отчета «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Руководитель практики  
от университета

\_\_\_\_\_      \_\_\_\_\_      \_\_\_\_\_  
ученая степень, должность      подпись, дата      И.О. Фамилия

Новосибирск [год]



**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**

**федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования**

**«Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»  
(ФГБОУ ВО «НГУЭУ», НГУЭУ)**

Кафедра маркетинга, рекламы и связей с общественностью

Направление 42.04.01. Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) Менеджмент в рекламе и связях с общественностью

**ЗАДАНИЕ НА ПРАКТИКУ**

Вид практики: \_\_\_\_\_

Тип практики: \_\_\_\_\_

Выдано студенту(ке) \_\_\_\_\_ курса \_\_\_\_\_ группы

\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О. полностью)

Место практики \_\_\_\_\_  
(наименование предприятия)

Сроки прохождения практики с «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. по «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Индивидуальное задание на практику, содержание, планируемые результаты:

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

**Рабочий график (план) проведения практики**

Этапы практики <sup>1</sup>	Период
1. Ознакомительный. 2. Основной 3. Подготовка отчета	6 триместр очной формы обучения

Задание выдано

Руководитель практики от университета

\_\_\_\_\_  
(ученая степень, должность)

\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О. полностью)

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

\_\_\_\_\_  
(подпись)

Задание согласовано

Руководитель практики от профильной организации

\_\_\_\_\_  
должность

\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О. полностью)

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

\_\_\_\_\_  
(подпись)

Задание получено

Студент(ка) \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О. полностью)

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

\_\_\_\_\_  
(подпись)

<sup>1</sup> Заполняется разработчиком при формировании программы практики



**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**  
**федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение**  
**высшего образования**  
**«Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»**  
**(ФГБОУ ВО «НГУЭУ», НГУЭУ)**

Кафедра маркетинга, рекламы и связей с общественностью  
 Направление 42.04.01. Реклама и связи с общественностью  
 Направленность (профиль) Менеджмент в рекламе и связях с общественностью

**ДНЕВНИК ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ**  
 Студента (ки) \_\_\_\_\_ курса, \_\_\_\_\_ группы

\_\_\_\_\_  
 (Ф.И.О. полностью)

Вид практики: \_\_\_\_\_

Тип практики: \_\_\_\_\_

Место практики \_\_\_\_\_  
 (наименование)

Сроки прохождения практики с «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. по «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Дата	Краткое описание видов работ	Отметка о выполнении
	Инструктаж по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка	
	.....	
	.....	
	Составление и оформление отчета по практике	
	Защита практики	

Студент(ка) \_\_\_\_\_  
 (подпись)

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Содержание и объем выполненных работ подтверждаю.

Руководитель практики от профильной организации

\_\_\_\_\_  
 (подпись, заверенная печатью) (И.О. Фамилия)

Работы выполнены \_\_\_\_\_, содержание  
 (в установленные сроки, с незначительным отступлением от сроков, сроки не соблюдены)

практики \_\_\_\_\_ индивидуальному заданию.  
 (соответствует, не в полной мере соответствует, не соответствует)

Руководитель практики от университета

\_\_\_\_\_  
 (подпись) (И.О. Фамилия)



**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**  
**федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение**  
**высшего образования**  
**«Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»**  
**(ФГБОУ ВО «НГУЭУ», НГУЭУ)**

**ОТЗЫВ О ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ**

Вид практики: \_\_\_\_\_

Тип практики: \_\_\_\_\_

Студент(ка) \_\_\_\_\_

(Ф.И.О. полностью)

с «\_\_» \_\_\_\_\_ 201\_\_ г. по «\_\_» \_\_\_\_\_ 201\_\_ г. проходил(а) практику

в \_\_\_\_\_  
наименование организации

Задание на практику студентом (кой) выполнено

\_\_\_\_\_

(полностью и качественно, частично с отклонениями от норм качества, с грубыми нарушениями качества и сроков)

Студент(ка) \_\_\_\_\_ участвовал в процессе деятельности организации.

(активно, недостаточно активно, эпизодически, не участвовал)

Студент (ка) \_\_\_\_\_ умение применять теоретические знания на практике.  
(показал(а)/не показал(а))

За время прохождения практики студент (ка) продемонстрировал освоенность компетенций на уровне:

Код компетенции	Содержание компетенции <sup>2</sup>	Уровень освоения компетенции <sup>3</sup>		
		низкий	средний	высокий
ПК-1	способностью управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность			
ПК-2	способностью осуществлять корректировку и контроль коммуникационных программ и мероприятий			
ПК-3	способностью разрабатывать			

<sup>2</sup> Заполняется разработчиком при формировании программы практики

<sup>3</sup> Заполняется руководителем практики от предприятия

	стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью			
ПК-4	способностью управлять деятельностью коллектива, планировать его работу, обеспечивать ее эффективность			
ПК-5	способностью работать с персоналом, оценивать производительность и качество его труда, устранять конфликты, обеспечивать сплоченность коллектива, толерантность			
ПК-6	способностью самостоятельно принимать управленческие решения и нести за них ответственность			
ПК-7	способностью разрабатывать эффективную стратегию и формировать политику риск-менеджмента на предприятии, оперативно принимать решения в кризисных ситуациях			
ПК-8	способностью оценивать затраты и результаты деятельности организации			
ПК-9	способностью к выработке нестандартных решений			
ПК-10	способностью применять перспективные теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга			
ПК-11	способностью разрабатывать планы и программы инновационной деятельности, технико-экономические обоснования инновационных проектов			
ПК-12	способностью определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий			
ПК-13	способностью руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации			
ПК-14	способностью разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, задания на их разработку, осуществлять руководство проектной деятельностью			
ПК-15	способностью оценивать качество и эффективность проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки			
ПК-16	способностью использовать элементы экономического анализа в практической деятельности и разрабатывать технико-экономические обоснования проектов			

