



**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

Рег. № 754-17/01



УТВЕРЖДАЮ  
Проректор по учебной работе  
В.Н. Ромашин  
» августа 20 17г

**ПРОГРАММА ПРАКТИКИ**  
**УЧЕБНАЯ ПРАКТИКА**

**ПРАКТИКА ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПЕРВИЧНЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ**  
**И НАВЫКОВ, В ТОМ ЧИСЛЕ ПЕРВИЧНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ НАУЧНО-**  
**ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

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

Направление:  
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

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

Год набора:  
2014


Новосибирск 2017

Программа практики разработана  
Иноземцевой Анной Валерьевной - старшим преподавателем 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

Учебная практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности, предназначена для формирования профессиональных компетенций в процессе ознакомления с формами и содержанием профессиональной деятельности в организациях и представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся.

Целями практики по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности являются:

1. Закрепление и расширение теоретических знаний, полученных в процессе обучения.

2. Приобретение первоначальных практических навыков в решении конкретных задач, типичных для рекламной деятельности и деятельности по связям с общественностью.

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

1. Знакомство с общими принципами деятельности по рекламе и связям с общественностью в организации, являющейся базой практики.

2. Знакомство с законодательной и нормативной базой деятельности подразделений (организаций, специалистов) по рекламе и связям с общественностью.

3. Рассмотрение функций и обязанностей специалистов по рекламе и связям с общественностью, а также функциональных связей с работниками других служб организации.

4. Знакомство с профессиональной этикой специалиста в области рекламы и связей с общественностью.

5. Приобретение студентами умений и навыков профессионального поведения в процессе трудовой деятельности по избранному направлению профессиональной деятельности в организации.

6. Приобретение навыков использования информационных технологий в профессиональной деятельности;

7. Обобщение, систематизация полученных данных, представление их в форме отчета.

### 1.2. Планируемые результаты обучения при прохождении практики

В результате прохождения практики по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности у обучающихся формируются следующие компетенции и по итогам практики обучающиеся должны продемонстрировать следующие результаты:

Код компетенции	Содержание компетенции	Перечень планируемых результатов
ПК-6	Способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	Знать: ПК 6-1: основные формы внутренней и внешней коммуникации с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации при формировании коммуникационной

Код компетенции	Содержание компетенции	Перечень планируемых результатов
		<p>инфраструктуры организации;  ПК 6-2: основные понятия, ценности, структуру корпоративной культуры и источники её формирования;  Уметь:  ПК 6-3: создавать коммуникационную инфраструктуру организации, осуществлять выбор инфраструктурных средств для обеспечения эффективной внутренней и внешней коммуникации организации;  ПК 6-4: оценивать существующую корпоративную культуру, формировать и сохранять социокультурные ценности в коллективе организации;  Владеть:  ПК 6-5: методами создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечения внутренней и внешней коммуникации с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации;  ПК 6-6: навыками диагностики корпоративной культуры, инструментами формирования и поддержания корпоративной культуры через коммуникацию.</p>
ПК-7	Способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	<p>Знать:  ПК 7-1: теоретические основы подготовки и проведения, порядок организации и распределения основных информационных потоков в коммуникационной кампании и мероприятии в соответствии с целями и задачами организации;  ПК 7-2: основы проведения исследований в рамках коммуникационных кампаний и мероприятий;</p>

Код компетенции	Содержание компетенции	Перечень планируемых результатов
		<p>Уметь:</p> <p>ПК 7-3: выполнять разработку общей концепции коммуникационной кампании и мероприятия, постановку цели, задач с учетом профилей целевых аудиторий на основе результатов исследования;</p> <p>ПК 7-4: реализовывать программу коммуникационной кампании и мероприятия в соответствии с целями и задачами организации;</p> <p>Владеть:</p> <p>ПК 7-5: навыками реализации коммуникационных кампаний и мероприятий;</p> <p>ПК 7-6: методикой определения промежуточных и результирующих итогов коммуникационных кампаний и мероприятий.</p>
ПК-9	Способностью проводить маркетинговые исследования	<p>Знать:</p> <p>ПК 9-1: виды, сферу применения, достоинства и ограничения маркетинговых исследований, основы ситуационного анализа;</p> <p>ПК 9-2: методы и технику проведения маркетинговых исследований;</p> <p>Уметь:</p> <p>ПК 9-3: разрабатывать программу маркетинговых исследований с целью составления прогноза развития рынка, его емкости и динамики спроса и предпочтений потребителей и разработки мер по повышению ее конкурентной позиции;</p> <p>ПК 9-4: осуществлять сбор, обработку, анализ и интерпретацию данных маркетинговых исследований и ситуационного анализа;</p> <p>Владеть:</p> <p>ПК 9-5: методами обработки информации с применением современных программ, аппаратуры, информационных</p>

Код компетенции	Содержание компетенции	Перечень планируемых результатов
		технологий; ПК 9-6: навыками организации и проведения маркетинговых исследований и ситуационного анализа, направленных на составление прогноза развития рынка, его емкости и динамики спроса и предпочтений потребителей.

### 1.3. Место практики в структуре ОПОП ВО

Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности для студентов очной и заочной формы обучения опирается на следующие элементы ООП:

Теория и практика массовой информации, Основы связей с общественностью, Семиотика, Журналистика.

Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности для студентов очной и заочной формы обучения выступает опорой для следующих элементов ООП: Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности.

### 1.4. Способ и формы проведения практики

Форма проведения практики по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности: практика проводится дискретно - путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения всех видов практик, предусмотренных ОПОП ВО;

Способ проведения практики по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности: стационарная, выездная. Стационарная практика проводится в Университете либо в профильной организации, расположенной на территории населенного пункта, в котором расположен Университет.

Выездная практика проводится вне населенного пункта, в котором расположен Университет.

### 1.5. Место и время проведения практики

Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности проводится у студентов очной формы обучения на 2 курсе в 4 семестре, у студентов заочной формы обучения на 2 курсе в течение 4 недель.

Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности, может проходить в маркетинговых агентствах, маркетинговых службах, в отделах маркетинга, средствах массовой информации (СМИ), 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 студенту обеспечивается доступ к информации о деятельности организации. На основе договора

организации обязаны предоставить студенту место для прохождения практики и материалы для выполнения программы практики.

Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности может проходить на базе университета в структурном подразделении Управления профориентации и маркетинга образовательных услуг НГУЭУ.

Студент имеет право предложить свои организации в качестве базы практики. В данном случае студент должен предоставить на кафедру, не позднее чем за месяц до начала практики, гарантийное письмо от организации с указанием сроков проведения практики, возможности предоставления материалов для выполнения программы практики, назначения руководителя от базы практики. Окончательное решение о месте проведения практики принимает заведующий кафедрой.

На студентов, принятых в организациях на должности, распространяется Трудовой кодекс Российской Федерации, и они подлежат государственному социальному страхованию наравне со всеми работниками.

Продолжительность рабочего дня для студентов в возрасте от 18 лет и старше не более 40 часов в неделю (ст. 91 Трудового кодекса Российской Федерации).

В период прохождения практики за студентами-стипендиатами, независимо от получения ими заработной платы по месту прохождения практики, сохраняется право на получение стипендии.

## РАЗДЕЛ 2. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

### 2.1. Трудоемкость практики

Общая трудоемкость практики по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности составляет 6 зачетных единицы.

Продолжительность практики по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности 216 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 часов	Формы текущего контроля
1. Общая характеристика деятельности организации	Знакомство с общими принципами деятельности по рекламе и связям с общественностью в организации, являющейся базой практики. Знакомство с законодательной и нормативной базой деятельности подразделений (организаций, специалистов) по рекламе и связям с общественностью.	Провести сбор, обработку и систематизацию фактического материала, изучить нормативно-правовые документы и описать организацию по следующим характеристикам: 1.1. История организации. 1.2. Организационно-правовая форма и ее особенности. Описать организационно-правовую форму организации и ее	50	Отчет по этапу (Раздел 1. Общая характеристика деятельности организации)

Этапы практики	Задачи, решаемые на каждом из этапов	Виды работ на практике, включая самостоятельную работу обучающегося	Количество часов	Формы текущего контроля
		<p>особенности.</p> <p>1.3. Миссия организации.</p> <p>1.4. Приоритетные направления деятельности (специализация) организации.  Дать анализ основных направлений деятельности организация, ее специализации, изменениях, которые произошли в организации за последние 3 года.</p> <p>1.5. Организационная структура организации.  Охарактеризовать организационную структуру организации.  Представить ее в виде рисунка.  Охарактеризовать основные функциональные подразделения организации (отделы, подразделения и т.д.).</p> <p>1.6. Характеристика места и роли организации во внешней среде.  Охарактеризовать место и роль организации в регионе, рыночном сегменте и т.д. и перспективы ее развития</p> <p>В Приложении к отчету представляются документы, на основе которых написан текст раздела отчета по практике.</p>		
2.Изучение организации рекламной деятельности и	Рассмотрение функций и обязанностей специалистов по рекламе и связям с общественностью, а	Провести сбор, обработку и систематизацию фактического материала и описать организацию	50	Отчет по этапу (Раздел 2. Организация рекламной



Этапы практики	Задачи, решаемые на каждом из этапов	Виды работ на практике, включая самостоятельную работу обучающегося	Количество часов	Формы текущего контроля
деятельности по связям с общественностью в организации	также функциональных связей с работниками других служб организации. Знакомство с профессиональной этикой специалиста в области рекламы и связей с общественностью.	<p>рекламной деятельности и деятельности по связям с общественностью организации по следующим характеристикам:</p> <p>2.1. Характеристика условий, влияющих на данные виды деятельности.</p> <p>2.2. Состав и принципы построения подразделения по рекламе и связям с общественностью. Его место и роль в организации. Для выполнения данного задания студенту следует изучить Положение о подразделении по рекламе и связям с общественностью. Охарактеризовать цель, место и роль данной структуры в организации. Рассмотреть систему взаимосвязей данного подразделения с другими подразделениями организации. Охарактеризовать основные варианты коммуникаций с ними.</p> <p>2.3. Основные направления деятельности подразделения по рекламе и связям с общественностью. Изучить задачи и основные направления деятельности. Изучить планирование и организацию работы подразделения.</p> <p>2.4. Функциональные обязанности сотрудников</p>		деятельности и деятельности по связям с общественностью в организации)

Этапы практики	Задачи, решаемые на каждом из этапов	Виды работ на практике, включая самостоятельную работу обучающегося	Количество часов	Формы текущего контроля
		<p>подразделения по рекламе и связям с общественностью.  Собрать информацию о выполняемых функциях и направлениях работ.  Рассмотреть функциональное разделение труда, то есть распределение и закрепление работ между отдельными работниками или отделами в подразделении.  Проанализировать выполняемые функции и основные направления работы специалистов рекламной структуры, для чего следует изучить должностные инструкции и представленные в них направления деятельности каждого специалиста;  фактические виды работ и сравнить их.  В процессе исследования необходимо: 1) выявить основные виды работ, выполняемых каждым специалистом; 2) определить свойственные ему работы, т.е. те, которые зафиксированы в должностной инструкции; 3) выявить несвойственные работы, те которые выполняет специалист, но они не зафиксированы в должностной инструкции.  В Приложении к отчету необходимо представить Положение о подразделении по рекламе и связям с</p>		

Этапы практики	Задачи, решаемые на каждом из этапов	Виды работ на практике, включая самостоятельную работу обучающегося	Количество часов	Формы текущего контроля
		общественностью и должностные инструкции специалистов.		
3.Характеристику рекламных и PR-кампаний (проектов) организации	Приобретение студентами умений и навыков профессионального поведения в процессе трудовой деятельности по избранному направлению профессиональной деятельности в организации и характеристика наиболее успешным рекламным и PR-кампаниям (проектам) организации	3.1. Рекламные и PR-кампании (проекты) организации. Представить количественный анализ проведенных организацией кампаний за последние 3 года. 3.2. Характеристика отдельных рекламных и PR-кампаний (проектов). Охарактеризовать наиболее успешные рекламные и PR-кампании (проекты) организации за последние 3 года. Охарактеризовать элементы коммуникативной структуры каждой кампании (проекта): заказчик – исполнитель – каналы, средства, технологии – целевая аудитория. В Приложении к отчету представить материалы, характеризующие данные мероприятия (медиплан, медиакарта, рекламные макеты, буклеты, проспекты, пресс-релизы, сметы мероприятий, методики и результаты исследований).	50	Отчет по этапу (Раздел 3. Характеристика рекламных и PR-кампаний (проектов) организации)
4.Получение первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности	Приобретение навыков использования информационных технологий в профессиональной деятельности;	- проведение библиографической и информационно-поисковой работы, использование ее результатов при решении профессиональных задач и оформлении научных трудов	50	Отчет по этапу (Раздел 4. Научно-исследовательская деятельность)

Этапы практики	Задачи, решаемые на каждом из этапов	Виды работ на практике, включая самостоятельную работу обучающегося	Количество часов	Формы текущего контроля
		<p>По выбранной теме курсовой работы (или научной теме по интересам) или по проведенному анализу составить библиографический список. Список должен содержать не менее 20 наименований. В нем должны быть представлены монографические источники, сборники статей, публикации в периодических изданиях, относящихся к тематике курсовой работы. Не менее 40% источников должны быть опубликованы в 2011-2016 гг.</p> <p>Для поиска источников рекомендуется пользоваться библиографическими ресурсами библиотеки НГУЭУ <a href="http://nsuem.ru/library/">http://nsuem.ru/library/</a>, Научной электронной библиотеки «Киберленинка» <a href="http://cyberleninka.ru/">http://cyberleninka.ru/</a>, Научной электронной библиотеки eLIBRARY <a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a>, Электронной библиотеки диссертаций – disserCat. <a href="http://www.dissertcat.com/">http://www.dissertcat.com/</a>, Российской государственной библиотеки <a href="http://www.rsl.ru/">http://www.rsl.ru/</a>, Научной электронной библиотеки ГПНТБ России <a href="http://ellib.gpntb.ru/">http://ellib.gpntb.ru/</a>,</p>		

Этапы практики	Задачи, решаемые на каждом из этапов	Виды работ на практике, включая самостоятельную работу обучающегося	Количество часов	Формы текущего контроля
		<p>Электронной-библиотечной системы Znanium.com <a href="http://znanium.com/">http://znanium.com/</a>, официальными сайтами периодических изданий и пр.</p> <p>- знакомство со способами сбора и систематизации научно-практической информации по теме исследований в маркетинга</p> <p>Оформить библиографический список в соответствии с требованиями описания библиографических источников (см. приложение А).</p> <p>- осуществить работу со списком- сделать краткий обзор библиографического списка и представить его в отчете.</p> <p>Для этого необходимо дать описание содержания научных работ, входящих в список:</p> <p>- по книгам и монографиям представить оглавление, из которого будет ясно, что содержит научная работа;</p> <p>- по статьям из научных журналов указать актуальность, проблему, цель и задачи статьи, основные методы исследования, применяемые автором, краткое основное содержание статьи и выводы, к которым</p>		

Этапы практики	Задачи, решаемые на каждом из этапов	Виды работ на практике, включая самостоятельную работу обучающегося	Количество часов	Формы текущего контроля
		пришел автор.		
5. Оформление и защита отчета по практике	Обобщение, систематизация полученных данных, представление их в форме отчета.	Оформить окончательный отчет по практике в соответствии с требованиями и осуществить его защиту	16	Отчет по практике

### 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:

- договор с организацией, в которой обучающийся проходил практику;
- отчет по практике;
- дневник прохождения практики;
- отзыв о прохождении практики.

В отчет включается отзыв руководителя практики от организации на фирменном бланке с подписью и печатью.

Отчеты должны быть представлены на кафедру не позднее трех рабочих дней после окончания срока прохождения практики. Студент должен явиться на защиту отчета по практике в сроки работы комиссии, созданной на кафедре.

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

В процессе прохождения практики студент самостоятельно пишет отчет, отражая в нем проделанную работу в соответствии с программой практики. Текст отчета следует сопровождать иллюстративным (графическим, табличным) материалом. В приложении необходимо разместить большие схемы, примеры рекламных продуктов, документацию предприятия (агентства).

При написании отчета следует соблюдать требования, предъявляемые к оформлению студенческой научной работы (требования нормоконтроля).

Основными источниками информации для выполнения и оформления отчета являются:

1. Программа практики.
2. Законодательные, инструктивные материалы по вопросам хозяйственной деятельности предприятий.
3. Устав, положения об отделах, должностные инструкции работников, планы, отчеты, бухгалтерская, маркетинговая отчетность и другие материалы организации.
4. Статистические справочники, сборники.
5. Научная, специальная литература, периодические издания, интернет-источники.

Итоговые отчеты должны отражать все пункты раздела 2.2.

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;

При написании данного пункта отчета по практике по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности важно дать интерпретацию полученным результатам исследования с представлением графиков, рисунков, схем, таблиц, изложить основные выводы и рекомендации по повышению эффективности деятельности анализируемой организации.

К отчету по практике прикладывается отзыв руководителя от предприятия (профильной организации) о прохождении практики (Приложение Г).]

Приложения:

фактические материалы, характеризующие организацию, маркетинговую деятельность;

программа исследования маркетинговой деятельности, инструментарий, таблицы компьютерной обработки данных и др.,

Объем отчета (без приложений) должен составлять 40-50 страниц печатного текста. Все материалы отчета должны быть сброшюрованы. Отчет должен быть выполнен печатным текстом на листе формата А4 (210x297мм) в редакторе Microsoft Office Word, шрифтом 14-ого кегля, гарнитурой Times New Roman, с соблюдением полей: верхнее, нижнее – 2 см, левое – 2,5 см, правое – 1,5 и абзацным отступом в 1,25 см. Текст отчета должен быть последовательно пронумерован, начиная со второй страницы, с указанием порядкового номера справа внизу страницы.

Отчет по практике по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности сдается на проверку руководителю практики от практики вместе с отзывом руководителя практики от организации. Основные элементы, которые должны быть отражены в отзыве руководителя практики от организации:

- название организации, в которой проходила практика;
- должность, на которой работал практикант;
- основные должностные обязанности практиканта;
- вопросы, которые были изучены за время практики;
- отношение к практике;
- характеристика деловых качеств и профессиональных навыков практиканта;
- подпись руководителя и печать организации.

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

В качестве формы контроля прохождения практики по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности для студентов очной и заочной форм обучения предусмотрен дифференцированный зачет.

Оценка по дифференцированному зачету за практику студентам очной и заочной формы обучения выставляется по результатам защиты отчета о прохождении практики на основе следующих критериев:

1. Оценка «отлично» ставится студентам, которые

- представили Отчёт по практике в полном объёме и в полном соответствии с предъявляемыми к нему требованиями;
- подтвердили теоретические знания в рамках тем, предусмотренных Программой практики;
- выполнили Программу практики в полном объёме;
- продемонстрировали полученные практические навыки в рамках тем, предусмотренных Программой практики;
- свободно ориентируются в деятельности объекта прохождения практики;
- выявляют взаимосвязь специфики деятельности объекта прохождения практики и особенностей организации его маркетинговой деятельности;

– критически подходят к оценке организации и работы службы маркетинга объекта прохождения практики, дают рекомендации по ее улучшению;

– закрепили на практике полученные теоретические знания в рамках участка прохождения практики.

2. Оценка «хорошо» ставится студентам дневной формы обучения, которые:

– представили Отчёт по практике в полном объёме и в полном соответствии с предъявляемыми к нему требованиями;

– частично подтвердили теоретические знания в рамках тем, предусмотренных Программой практики;

– выполнили Программу практики в полном объёме;

– продемонстрировали полученные практические навыки в рамках тем, предусмотренных Программой практики;

– ориентируются в деятельности объекта прохождения практики, однако с некоторой долей неуверенности;

– дают описание организации маркетинговой объекта прохождения практики, но испытывают затруднения в оценке их эффективности и не могут дать рекомендации по ее улучшению;

– закрепили на практике полученные теоретические знания в рамках участка прохождения практики.

3. Оценка «удовлетворительно» ставится студентам дневной формы обучения, которые:

– представили Отчёт по практике в полном объёме и в полном соответствии с предъявляемыми к нему требованиями;

– частично подтвердили теоретические знания в рамках тем, предусмотренных Программой практики;

– выполнили Программу практики в полном объёме;

– продемонстрировали полученные практические навыки в рамках тем, предусмотренных Программой практики;

– закрепили на практике полученные теоретические знания в рамках участка прохождения практики;

– не ориентируются или слабо ориентируются в деятельности объекта прохождения практики;

– затрудняются в описании организации маркетинговой объекта прохождения практики.

4. Оценка «неудовлетворительно» ставится студентам дневной формы обучения, которые:

– не представили Отчёт по практике в полном объёме и в полном соответствии с предъявляемыми к нему требованиями;

– не выполнили Программу практики в полном объёме;

– не закрепили на практике полученные теоретические знания в рамках участка прохождения практики.

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

### 4.1. Основная учебная литература

1. Коноваленко В. А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. – М. : Издательство Юрайт, 2017. – 383 с. – Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/viewer/D247C072-61F5-4567-B5DB-E28112C7379C#page/2>



2. Фадеев Е. Н. Связи с общественностью [Электронный ресурс] : учебник и практикум для академического бакалавриата /Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. – М. : Издательство Юрайт, 2017. – 263 с. – Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/viewer/09F0A4F7-A8CB-430B-BE4E-C92C2C63127B#page/2>

3. Синяева И. М. Реклама и связи с общественностью [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Романенкова, Д. А. Жильцов. – М. : Издательство Юрайт, 2017. – 552 с. – Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/viewer/C22451DB-704D-4373-87DC-32CA2CE273BF#page/2>

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

1. Жальцова О. Н. Связи с общественностью [Электронный ресурс] : учеб. пособие для академического бакалавриата / О. Н. Жальцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. – М. : Издательство Юрайт, 2017. – 337 с. – Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/viewer/6450F6BE-CE23-4946-8078-93121F0C851D#page/2>

2. Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью [Электронный ресурс] : учеб. пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2017. – 231 с. – Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/viewer/463D79D1-24A2-40AE-8D02-BC0595D90A1D#page/2>

3. Щепилова Г. Г. Реклама [Электронный ресурс] : учебник для академического бакалавриата / Г. Г. Щепилова, К. В. Щепилов. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2017. – 381 с. – Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/viewer/5B5AE353-53DD-40E6-AEE5-60670F5234CE#page/2>

4. Почекаев Р. Ю. История связей с общественностью [Электронный ресурс] : учеб. пособие для академического бакалавриата / Р. Ю. Почекаев. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2017. – 223 с. – Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/viewer/7AA929FE-5967-4DE2-8103-EF8E8C4DC51B#page/2>

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

1. Гражданский кодекс РФ
2. Закон РФ «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках»
3. Закон РФ «О средствах массовой информации»
4. Закон РФ «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров»
5. Закон РФ «Об авторском праве и смежных правах»
6. Федеральный закон «Об информации, информатизации и защите информации»
7. Закон РФ «О защите прав потребителей»
8. Федеральный закон от 23 августа 1996 г. № 127-ФЗ «О науке и государственной научно-технической политике»
9. Федеральный закон «О коммерческой тайне»
10. Информационно-правовая система «Кодекс» - <http://www.kodeks.net>

#### **4.4. Периодические издания**

[Маркетинг и маркетинговые исследования](#)

[Маркетинг и финансы](#)

[Маркетинг розничной торговли](#)

[Маркетинг услуг](#)

[Маркетинг-дайджест](#)

Маркетинговые коммуникации  
Промышленный и b2b маркетинг

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

<http://library.fentu.ru/book/iu/137/6.html>

[http://www.class.ru/stati/marketing/market\\_kommunikaci.html](http://www.class.ru/stati/marketing/market_kommunikaci.html), <http://www.marketing.spb.ru/lib-comm/>, <http://grebennikon.ru/journal-1.html>, <http://www.marketingcommunications.ru/>, <http://www.mavriz.ru/articles/2006/6/4078.html>, <http://www.grebennikov-eurasia.ru/marketing/>, <http://www.cfin.ru/press/practical/2001-03/02.shtml>

[www.mediaplan.ru](http://www.mediaplan.ru) - сайт по медиапланированию  
[www.brandmarket.ru](http://www.brandmarket.ru) - сайт, посвященной разработке товарных знаков (конструктор логотипов)

[www.advertology.ru](http://www.advertology.ru) - сайт, посвященный рекламе

[www.btl.ru](http://www.btl.ru) - сайт по btl- коммуникациям

[www.grp.ru](http://www.grp.ru) - сайт по продаже рекламного времени на основе техники grp

[www.outdoor.ru](http://www.outdoor.ru) - сайт по наружной рекламе

[www.tns-global.ru](http://www.tns-global.ru) - сайт компании TNS Global Media

[www.createbrand.ru](http://www.createbrand.ru) – сайт по креативу в брендинге

[www.mediaplanirovanie.ru](http://www.mediaplanirovanie.ru) -сайт по теории и практике медиапланирования

[www.retail.ru](http://www.retail.ru) -сайт по технологиям розничной торговли

[www.advertka.ru](http://www.advertka.ru) -сайт по практике рекламы

**4.6. Информационные технологии**

Информационные источники: поисковые порталы Yandex, Googl, Rambler и др.

Программные продукты: MS Office Word, MS Office Excel,

Информационные справочные системы: справочная правовая система «КонсультантПлюс», 2ГИС, ЭБС «Znanium».

**4.7. Материально-техническая база, необходимая для проведения практики**

Для проведения практики по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности на кафедре Маркетинга, рекламы и связей с общественностью, в коммерческих организациях, в органах государственной (муниципальной) власти для студентов необходимы специально оборудованные рабочие места, имеющие следующее техническое обеспечение: компьютеры с выходом в Интернет, МФУ (принтер, сканер и копир).



**МИНОБРАЗОВАНИЯ 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 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
Направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в организации

**ОТЧЕТ О ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ**

Вид практики: учебная

Тип практики: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности

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 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
Направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в организации

**ЗАДАНИЕ НА ПРАКТИКУ**

Вид практики: учебная

Тип практики: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности

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
Общая характеристику деятельности организации	
Изучение организации рекламной деятельности и деятельности по связям с общественностью в организации	
Характеристику рекламных и PR-кампаний (проектов) организации	
Получение первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности	
Оформление и защита отчета по практике	

Задание выдано

Руководитель практики от университета

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

\_\_\_\_\_ (Ф.И.О. полностью)

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

\_\_\_\_\_ (подпись)

Задание согласовано

\_\_\_\_\_

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

Руководитель практики от профильной организации

\_\_\_\_\_ (Ф.И.О. полностью)  
должность \_\_\_\_\_  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. \_\_\_\_\_  
(подпись)

Задание получено

Студент(ка) \_\_\_\_\_ (Ф.И.О. полностью)  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. \_\_\_\_\_  
(подпись)



**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 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
 Направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в организации

**ДНЕВНИК ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ**

Студента(ки) \_\_\_\_\_ курса, \_\_\_\_\_ группы

\_\_\_\_\_  
 (Ф.И.О. полностью)

Вид практики: учебная

Тип практики: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности

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	
	Систематизация общей характеристики деятельности организации	
	Характеристика приоритетные направления деятельности (специализация) организации и основных направлений деятельности организация, ее специализации, изменениях, которые произошли в организации за последние 3 года.	
	Характеристика основных функциональных подразделений организации (отделы, подразделения и т.д.).	
	Знакомство с системой управления организацией, организационной структурой управления, с основными социально-экономическими показателями работы организации	
	Характеристика места и роли организации во внешней среде	
	Характеристика организации рекламной деятельности и деятельности по связям с общественностью в организации	
	Характеристика отдельных рекламных и PR-кампаний (проектов)	
	Проведение библиографической и информационно-поисковой работы, использование ее результатов при решении профессиональных задач и оформлении научных	

	трудов	
	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: учебная

Тип практики: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности

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-6	способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации			
ПК-7	способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий			
ПК-9	способностью проводить маркетинговые исследования			

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

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



Студентом(кой) были проявлены следующие личные качества:

---

Итоговая оценка за практику \_\_\_\_\_.  
(отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно)

Руководитель практики  
от профильной организации \_\_\_\_\_  
(подпись, заверенная печатью, дата) \_\_\_\_\_  
(И.О. Фамилия)