

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Баламирзоев Назим Лиодинович
Должность: И.о. ректора
Дата подписания: 19.08.2023 02:35:36
Уникальный программный ключ:
2a04bb882d7edb7f479cb266eb4aaaedebee849

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный технический университет»


ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по учебной (профессионально-ознакомительной) практике

Уровень образования	<u>бакалавриат</u> <small>(бакалавриат/магистратура/специалитет)</small>
Направление подготовки бакалавриата/магистратуры/специальность	<u>42.02.03 –Реклама и связи с общественностью</u> <small>(код, наименование направления подготовки/специальности)</small>
Профиль направления подготовки/специализация	<u>Реклама и связи с общественностью в сфере государственном и муниципальном управлении</u> <small>(наименование)</small>

Разработчик  Магомедова П.А., к.э.н.
подпись (ФИО уч. степень, уч. звание)

Фонд оценочных средств обсужден на заседании кафедры ПиСКС
« 12 » 09 2019 г., протокол № 1

Зав. кафедрой  Сулеева М.А. д.ф.н., доц.
подпись (ФИО уч. степень, уч. звание)

г. Махачкала 2019

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения ОПОП	3
1. Цель и задачи фонда оценочных средств и перечень компетенций, формируемый в ходе практики.....	3
1.1. Цель и задачи фонда оценочных средств.....	3
1.2. Этапы практики, виды работы на практике и формы текущего контроля.....	4
1.3. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения ОПОП	6
1.3.1. Перечень компетенций и планируемые результаты.....	6
1.3.2. Этапы формирования компетенций.....	11
2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.....	12
2.1. Описание показателей оценивания компетенций.....	13
2.2. Описание критериев определения уровня сформированности компетенций.....	13
2.3. Описание шкал оценивания.....	13
2.4. Определение уровня сформированности компетенций в результате изучения дисциплины	14
2.5. Описание критериев определения уровня сформированности компетенций.....	15
2.6. Описание шкал оценивания.....	16
2.7. Определение уровня сформированности компетенций в результате прохождения учебной практики.....	17
3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности в процессе прохождения учебной практики, характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения ОПОП.....	27
3.1. Типовые задания и иные материалы оценки результатов прохождения практики....	27
3.2. Перечень вопросов, на которые практикантам необходимо сформулировать ответы в ходе прохождения учебной практики.....	28
3.3. Оформление, структура, содержание и защита отчета по практике.....	29
3.4. Задания для оценки сформированности компетенций	29
4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций.....	30
4.1. Вопросы к собеседованию в ходе защиты отчёта по практике (согласно кода компетенции).....	31
4.2. Процедура проведения оценочных мероприятий.....	31

1. Цель и задачи фонда оценочных средств и перечень компетенций, формируемый в ходе практики

1.1. Цель и задачи фонда оценочных средств

Цель учебной (профессионально-ознакомительной) практики по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата) заключается в получении первичных профессиональных умений и навыков в сфере избранного направления обучения.

В процессе практики проходит закрепление и углубление знаний, полученных обучающимся в период теоретического обучения, приобретение необходимых умений, навыков и опыта практической работы по данному направлению подготовки.

Задачами учебной (профессионально-ознакомительной) практики являются:

- закрепление и расширение теоретических знаний, полученных в вузе;
- приобретение знаний в области практической реализации рекламы и связей с общественностью в современной организации;
- подготовка обучающихся к самостоятельному применению в ходе работы полученных знаний в рамках различных направлений профессиональной деятельности и получение новых профильных навыков и умений;
- сбор практического материала по темам практики и представить их в отчете;
- обобщение полученных данных и оценки организации работы специалиста на объекте прохождения практики, сформулировать грамотные выводы для принятия и реализации управленческих решений;
- получение первичного опыта для будущей профессиональной деятельности;
- формирование профессионального взгляда на рекламную и PR – деятельности как форму социальной коммуникации и фактор культурной и общественной жизни.

Учебная (профессионально-ознакомительная) практика направлена на: закрепление теоретических знаний, полученных при освоении базовых дисциплин;

изучение организационной структуры предприятия и действующей в нем системы управления;

ознакомление с содержанием основных работ и исследований, выполняемых на предприятии или в организации по месту прохождения практики;

развитие и накопление специальных навыков, изучение и участие в разработке информационно-рекламных материалов;

принятие участия в конкретном производственном процессе или исследованиях;

усвоение приемов, методов и способов обработки, представления и интерпретации результатов проведенных практических исследований;

приобретение практических навыков в будущей профессиональной деятельности.

В результате прохождения практики по получению первичных профессиональных умений и навыков обучающийся должен освоить навыки сбора информации для материалов различных жанровых форм и подготовки материала к выходу в свет;

уметь организовывать и планировать собственный рабочий процесс с учетом графика работы;

принимать решения в рамках своей компетенции и нести за них ответственность.

1.2. Этапы практики, виды работы на практике и формы текущего контроля

Таблица 1

п/п	Разделы (этапы) практики	Виды учебной работы, на практике включая самостоятельную работу обучающегося и трудоемкость (в часах)			Формы текущего контроля
		Теоретические занятия	Производственная работа	Самостоятельная работа	

1	<p>Организационный этап: определение базы практики, рабочих мест обучающихся, руководство практикой. Порядок контроля над прохождением практики. Изучение программы учебной практики. Получение рекомендаций руководителя практики от кафедры о методике прохождения практики.</p>	4	4	72	индивидуальный план работы
2	<p>Подготовительный этап: инструктаж по технике безопасности, информация о порядке прохождения практики, времени прохождения практики, специфике деятельности предприятий – баз практики, о задачах и содержании практики, о подготовке отчета по практике.</p>	4	4	72	сбор и обработка данных
3	<p>Основной этап: выполнение индивидуального задания; изучение организационно-управленческой структуры организации (учреждения); изучение нормативно-правового обеспечения деятельности организации (Устав, лицензии, законодательные акты, регулирующие деятельность организации (учреждения)); - ознакомление с действующими инструкциями и положениями, регламентирующими рекламную и PR-деятельность организации (учреждения); - изучение основных продуктов и (или) услуг, выпускаемых (предоставляемых) данной организацией.</p>	4	4	72	индивидуальное задание

	<p>Консультации у руководителя практики, анализ и обсуждение подготовленных материалов.</p> <p>Обсуждение индивидуальных заданий с руководителем практики. составить обзор рекламной и PR - деятельности организации (учреждения), функций и задач, которые ставятся перед рекламным и/или PR-отделом. Также практикант может выполнять работу по поиску заказчиков, рекламодателей; участвовать в BTL акциях; работать на выставочном стенде; участвовать в проведении опросов, мониторинга СМИ; участвовать в рекламных и PR разработках.</p>				
4	<p>Заключительный этап: обработка полученной информации, ее систематизация и написание отчета по практике. Характеристика от базы прохождения практики.</p>	2	4	36	написание отчета по практике
5	<p>Отчетный этап. Подготовка отчета по практике (оформление итогового отчета по практике). Защита отчета в установленные сроки.</p>	2	4	36	дневник практики и отчет по практике, характеристика. Дифференцированный зачет
	ИТОГО	16	20	288	324 (9 ЗЕТ)

1. 3. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения ОПОП (Таблицы 1 и 2)

1.3.1. Перечень компетенций и планируемые результаты

Табл.1

№	Содержание и код компетенций по ФГОС	В результате прохождения учебной (профессионально-ознакомительной) практики:		
		знать	уметь	владеть
1	ОПК-1. 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	основы коммуникативного процесса, такие как: производство информации, мультипликацию, распространение, приемы использования информации при создании востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов	выявлять отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ	методами подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
2	ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	особенности коммуникационной инфраструктуры и корпоративной культуры организации, специфику внутренних и внешних коммуникаций, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации, систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития	соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны; работать с информацией в глобальных компьютерных сетях при освещении создаваемых медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	основными тенденциями развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов
3	ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в	технологии производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и	демонстрировать кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса при создании медиатекстов и (или)	достижениями отечественной и мировой культуры, а также средствами художественной выразительности в процессе

	процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	презентационные материалы используя многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов	медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
4	ОПК - 4.Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	методы отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом; методы и методики проведения исследований мнения потребителей и общественного мнения, обработки и подготовки данных для анализа	соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	основными инструментами поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
5	ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	методикой формирования коммуникационной структуры предприятия, методами реализации внешних и внутренних коммуникаций организации, способами построения корпоративной культуры
6	ОПК-6. Способен использовать в профессиональной	применение современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения на	использовать в своей работе методы защиты информации; основные методы, способы и средства	методами отбора при осуществлении профессиональной

	деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	получения, хранения, переработки информации; приемы работы с информацией в глобальных компьютерных сетях	деятельности необходимого технического оборудования и программного обеспечения
7	ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности	исполнять профессиональные обязанности с учетом специфики работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве следуя принципам социальной ответственности	методами отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом

1.3.2. Этапы формирования компетенций

Сформированность компетенций по учебной (профессионально-ознакомительной) практике определяется на следующих этапах:

1. Этап промежуточных аттестаций (зачет);
2. Показатели оценивания сформированности компетенций в результате прохождения практики.

Таблица 2

№ п/п	Компетенция	Виды оценочных средств, используемых для оценки сформированности компетенций		
		Выполнение индивидуального задания	Отчет по практике	Защита отчета по практике
1.	ОПК-1	+	+	+
2.	ОПК-2	+	+	+
3.	ОПК-3	+	+	+
4.	ОПК-4	+	+	+
5.	ОПК-6	+	+	+
6.	ОПК-7	+	+	+

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Учебная (профессионально-ознакомительная) практика призвана формировать компетенции, критерии оценки которых целесообразно формировать в два этапа.

1-й этап: определение критериев оценки отдельно по каждой формируемой компетенции.

Сущность 1-го этапа состоит в определении критериев для оценивания отдельно взятой компетенции на основе продемонстрированного обучаемым уровня самостоятельности в применении знаний, умений и навыков, полученных в ходе прохождения учебной (профессионально-ознакомительной) практики.

2-й этап: определение критериев для оценки уровня обученности по учебной (профессионально-ознакомительной) практике на основе комплексного подхода к уровню сформированности всех компетенций, обязательных к формированию в процессе прохождения учебной (профессионально-ознакомительной) практики.

Сущность 2-го этапа определения критерия оценки по учебной (профессионально-ознакомительной) практике заключена в определении подхода к оцениванию на основе ранее полученных данных о сформированности каждой компетенции, обязательной к выработке в процессе прохождения учебной (профессионально-ознакомительной) практики.

В качестве основного критерия при оценке обучаемого при определении уровня качества прохождения учебной (профессионально-ознакомительной) практики, наличие сформированных у него компетенций по результатам учебной (профессионально-ознакомительной) практики.

Оценка сформированности компетенций в рамках промежуточной аттестации проводится по контрольным вопросам для дифференцированного зачета. Они включают в себя вопросы для оценки знаний, умений и навыков, т.е. задания:

репродуктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать знание фактического материала (базовые понятия, алгоритмы, факты) и умения правильно использовать специальные термины и понятия, узнавание объектов изучения в рамках определенного раздела дисциплины (модуля);

реконструктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения синтезировать, анализировать, обобщать фактический и теоретический материал с формулированием конкретных выводов, установлением причинно-следственных связей;

творческого уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения.

В ходе проведения промежуточной аттестации оцениваются:

полнота и содержательность ответа;

умение привести примеры из области рекламной деятельности;

умение отстаивать свою позицию в ходе защиты творческого отчета по самостоятельной работе;

умение пользоваться дополнительной литературой и современными технологиями обучения (в т.ч. сетевых информационных технологий) при подготовке к заданиям по учебной (ознакомительной) практике;

умение применять нормативно-правовые акты при прохождении практики и выполнении индивидуальных заданий;

соответствие представленной в ответах информации материалам лекций, литературы по практике, интернет-ресурсам и другим источникам информации, нормативным документам организации, предприятия, где проходила практика.

В ходе проведения оценки сформированности компетенций рекомендуются применение современных компьютерных технологий и виртуальных форм опроса в интерактивном режиме.

2.1. Индивидуальное задание на практику

№ п.п.	Шкала оценивания	Критерии оценивания
1.	Отлично	Индивидуальное задание выполнено в полном объеме, студент проявил высокий уровень самостоятельности и творческий подход к его выполнению
2.	Хорошо	Индивидуальное задание выполнено в полном объеме, имеются отдельные недостатки в оформлении представленного материала
3.	Удовлетворительно	Задание в целом выполнено, однако имеются недостатки при выполнении в ходе практики отдельных разделов (частей) задания, имеются замечания по оформлению собранного материала
4.	Неудовлетворительно	Задание выполнено лишь частично, имеются многочисленные замечания по оформлению собранного материала

2.2. Тестирование

Не предусмотрено.

2.3. Отчет по практике

№ п.п.	Шкала оценивания	Критерии оценивания
1.	Отлично	<ul style="list-style-type: none">– соответствие содержания отчета программе прохождения практики – отчет собран в полном объеме;– структурированность (четкость, нумерация страниц, подробное оглавление отчета);– индивидуальное задание раскрыто полностью;– не нарушены сроки сдачи отчета.
2.	Хорошо	<ul style="list-style-type: none">– соответствие содержания отчета программе прохождения практики – отчет собран в полном объеме;– не везде прослеживается структурированность (четкость, нумерация страниц, подробное оглавление отчета);– оформление отчета;– индивидуальное задание раскрыто полностью;– не нарушены сроки сдачи отчета.
3.	Удовлетворительно	<ul style="list-style-type: none">– соответствие содержания отчета программе прохождения практики – отчет собран в полном объеме;– не везде прослеживается структурированность (четкость, нумерация страниц, подробное оглавление отчета);– в оформлении отчета прослеживается небрежность;– индивидуальное задание раскрыто не полностью;– нарушены сроки сдачи отчета.
4.	Неудовлетворительно	<ul style="list-style-type: none">– соответствие содержания отчета программе прохождения практики – отчет собран не в полном объеме;

		<ul style="list-style-type: none"> – нарушена структурированность (четкость, нумерация страниц, подробное оглавление отчета); – в оформлении отчета прослеживается небрежность; – индивидуальное задание не раскрыто; – нарушены сроки сдачи отчета.
--	--	--

*** За творческий подход к выполнению отчета: наличие фотографий, интересное раскрытие индивидуального задания – наличие интересной презентации, видео, и т.д. – оценка повышается на 1 балл.

2.4. Защита отчета по практике

№ п.п.	Шкала оценивания	Критерии оценивания
1.	Отлично	<ul style="list-style-type: none"> – студент демонстрирует системность и глубину знаний, полученных при прохождении практики; – стилистически грамотно, логически правильно излагает ответы на вопросы; – дает исчерпывающие ответы на дополнительные вопросы преподавателя по темам, предусмотренным программой практики.
2.	Хорошо	<ul style="list-style-type: none"> – студент демонстрирует достаточную полноту знаний в объеме программы практики, при наличии лишь несущественных неточностей в изложении содержания основных и дополнительных ответов; – владеет необходимой для ответа терминологией; – недостаточно полно раскрывает сущность вопроса; – допускает незначительные ошибки, но исправляется при наводящих вопросах преподавателя.
3.	Удовлетворительно	<ul style="list-style-type: none"> – студент демонстрирует недостаточно последовательные знания по вопросам программы практики; – использует специальную терминологию, но могут быть допущены 1-2 ошибки в определении основных понятий, которые студент затрудняется исправить самостоятельно; – способен самостоятельно, но не глубоко, анализировать материал, раскрывает сущность решаемой проблемы только при наводящих вопросах преподавателя.
4.	Неудовлетворительно	<ul style="list-style-type: none"> – студент демонстрирует фрагментарные знания в рамках программы практики; – не владеет минимально необходимой терминологией; – допускает грубые логические ошибки, отвечая на вопросы преподавателя, которые не может исправить самостоятельно.

2.5. Описание критериев определения уровня сформированности компетенций

Таблица 4

Уровни сформированности компетенций	Критерии определения уровня сформированности							
		Компетенции формируемые в результате прохождения учебной (профессионально-ознакомительной) практики						
		ОПК-1	ОПК-2	ОПК-3	ОПК-4	ОПК-5	ОПК-6	ОПК-7
Пороговый уровень	Компетенция сформирована	+			+			+
	Демонстрируется недостаточный уровень самостоятельности навыка							
	Обладает качеством репродукции							
Достаточный уровень	Компетенция сформирована	+			+			+
	Демонстрируется достаточный уровень самостоятельности устойчивого практического навыка							
	Обладает качеством реконструкции							
Высокий уровень	Компетенция сформирована	+			+			+
	Демонстрируется высокий уровень самостоятельности, высокая адаптивность практического навыка							
	Обладает творческим качеством							

2.6. Описание шкал оценивания

В Дагестанском государственном техническом университете внедрена модульно-рейтинговая система оценки учебной деятельности студентов. В соответствии с этой системой применяются пятибалльная, двадцатибалльная и стобальная шкалы знаний, умений, навыков.

Шкалы оценивания			Критерии оценивания
пятибалльная	двадцатибалльная	стобальная	
«Отлично» - 5 баллов	«Отлично» - 18-20 баллов	«Отлично» - 85 баллов	Показывает высокий уровень сформированности компетенций, т.е.: продемонстрирует глубокое и прочное усвоение материала; исчерпывающе, четко, последовательно, грамотно и логически стройно излагает теоретический материал; правильно формирует определения; демонстрирует умения самостоятельной работы с нормативно-правовой литературой; умеет делать выводы по излагаемому материалу.
«Хорошо» - 4 баллов	«Хорошо» - 15 -17 баллов	«Хорошо» - 70-84 баллов	Показывает достаточный уровень сформированности компетенций, т.е.: демонстрирует достаточно полное знание материала, основных теоретических положений; достаточно последовательно, грамотно логически стройно излагает материал; демонстрирует умения ориентироваться в нормальной литературе; умеет делать достаточно обоснованные выводы по излагаемому материалу.
«Удовлетворительно» - 3 баллов	«Удовлетворительно» - 12-14 баллов	«Удовлетворительно» - 56-69баллов	Показывает пороговый уровень сформированности компетенций, т.е.: демонстрирует общее знание изучаемого материала; испытывает серьезные затруднения при ответах на дополнительные вопросы; знает основную рекомендуемую литературу; умеет строить ответ в соответствии со структурой излагаемого материала.
«Неудовлетворительно» - 2 баллов	«Неудовлетворительно» - 1-11 баллов	«Неудовлетворительно» - 1-56 баллов	Ставится в случае: незнания значительной части программного материала; не владения понятийным аппаратом дисциплины; допущения существенных ошибок при изложении учебного материала; неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; неумение делать выводы по излагаемому материалу.

2.7. Определение уровня сформированности компетенций в результате прохождения учебной (профессионально-ознакомительной) практики

Табл. 6

№	Код компетенций по ФГОС	Уровни сформированности компетенций		
		Пороговый	Достаточный	Высокий
1	2	3	4	5
1	ОПК-1	<p>Знает основы коммуникативного процесса, такие как: производство информации, мультипликацию, распространение, приемы использования информации при создании востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов</p> <p>Умеет выявлять отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ</p> <p>Владеет методами подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p>	<p>Знает основы коммуникативного процесса, такие как: производство информации, мультипликацию, распространение, приемы использования информации при создании востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов</p> <p>Умеет выявлять отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ</p> <p>Владеет методами подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p>	<p>Знает основы коммуникативного процесса, такие как: производство информации, мультипликацию, распространение, приемы использования информации при создании востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов</p> <p>Умеет выявлять отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ</p> <p>Владеет методами подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p>

				систем
2	ОПК-2	<p>Знает особенности коммуникационной инфраструктуры и корпоративной культуры организации, специфику внутренних и внешних коммуникаций, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации, систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития</p> <p>Умеет соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны; работать с информацией в глобальных компьютерных сетях при освещении создаваемых медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p> <p>Владеет основными тенденциями развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов</p>	<p>Знает особенности коммуникационной инфраструктуры и корпоративной культуры организации, специфику внутренних и внешних коммуникаций, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации, систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития</p> <p>Умеет соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны; работать с информацией в глобальных компьютерных сетях при освещении создаваемых медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p> <p>Владеет основными тенденциями развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов</p>	<p>Знает особенности коммуникационной инфраструктуры и корпоративной культуры организации, специфику внутренних и внешних коммуникаций, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации, систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития</p> <p>Умеет соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны; работать с информацией в глобальных компьютерных сетях при освещении создаваемых медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p> <p>Владеет основными тенденциями развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов</p>

3	ОПК-3	<p>Знает технологию производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы используя многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов</p> <p>Умеет демонстрировать кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p> <p>Владеет достижениями отечественной и мировой культуры, а также средствами художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.</p>	<p>Знает технологию производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы используя многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов</p> <p>Умеет демонстрировать кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p> <p>Владеет достижениями отечественной и мировой культуры, а также средствами художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.</p>	<p>Знает технологию производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы используя многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов</p> <p>Умеет демонстрировать кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p> <p>Владеет достижениями отечественной и мировой культуры, а также средствами художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.</p>
4	ОПК-4	<p>Знает методы отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими</p>	<p>Знает методы отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым</p>	<p>Знает методы отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими</p>

		<p>нормами, принятым профессиональным сообществом; методы и методики проведения исследований мнения потребителей и общественного мнения, обработки и подготовки данных для анализа</p> <p>Умеет соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп</p> <p>Владеет основными инструментами поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p>	<p>профессиональным сообществом; методы и методики проведения исследований мнения потребителей и общественного мнения, обработки и подготовки данных для анализа</p> <p>Умеет соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп</p> <p>Владеет основными инструментами поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p>	<p>нормами, принятым профессиональным сообществом; методы и методики проведения исследований мнения потребителей и общественного мнения, обработки и подготовки данных для анализа</p> <p>Умеет соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп</p> <p>Владеет основными инструментами поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p>
5	ОПК-5	<p>Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p> <p>Умеет осуществлять свои профессиональные действия в сфере</p>	<p>Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p> <p>Умеет осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с</p>	<p>Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p> <p>Умеет осуществлять свои профессиональные действия в сфере</p>

		<p>рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакommunikационной системы</p> <p>Владеет методикой формирования коммуникационный структуры предприятия, методами реализации внешних и внутренних коммуникаций организации, способами построения корпоративной культуры</p>	<p>общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакommunikационной системы</p> <p>Владеет методикой формирования коммуникационный структуры предприятия, методами реализации внешних и внутренних коммуникаций организации, способами построения корпоративной культуры</p>	<p>рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакommunikационной системы</p> <p>Владеет методикой формирования коммуникационный структуры предприятия, методами реализации внешних и внутренних коммуникаций организации, способами построения корпоративной культуры</p>
6	ОПК-6	<p>Знает применение современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p> <p>Умеет использовать в своей работе методы защиты информации; основные методы, способы и средства получения, хранения, переработки информации; приемы работы с информацией в глобальных компьютерных сетях</p> <p>Владеет методами отбора при осуществлении профессиональной деятельности</p>	<p>Знает применение современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p> <p>Умеет использовать в своей работе методы защиты информации; основные методы, способы и средства получения, хранения, переработки информации; приемы работы с информацией в глобальных компьютерных сетях</p> <p>Владеет методами отбора при осуществлении профессиональной деятельности</p>	<p>Знает применение современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p> <p>Умеет использовать в своей работе методы защиты информации; основные методы, способы и средства получения, хранения, переработки информации; приемы работы с информацией в глобальных компьютерных сетях</p> <p>Владеет методами отбора при осуществлении профессиональной деятельности</p>

		необходимого технического оборудования и программного обеспечения	необходимого технического оборудования и программного обеспечения	необходимого технического оборудования и программного обеспечения
7	ОПК-7	<p>Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности</p> <p>Умеет исполнять профессиональные обязанности с учетом специфики работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве следуя принципам социальной ответственности</p> <p>Владеет методами отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом</p>	<p>Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности</p> <p>Умеет исполнять профессиональные обязанности с учетом специфики работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве следуя принципам социальной ответственности</p> <p>Владеет методами отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом</p>	<p>Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности</p> <p>Умеет исполнять профессиональные обязанности с учетом специфики работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве следуя принципам социальной ответственности</p> <p>Владеет методами отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом</p>

3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения ОПОП.

Для аттестации практикантов разработаны контрольные вопросы, индивидуальные задания и вопросы для проведения аттестации.

Контрольная работа № 1

1. Развитие массовой прессы.
2. Особенности информационной инфраструктуры в национальных границах различных стран. Глобализация информационных процессов.
3. Тенденции развития массовой прессы в современном мире
4. Процесс рекламной коммуникации.
5. Специфика размещения рекламы в периодических изданиях
6. Характеристика телевидения как средства рекламы
7. Оценка эффективности медиаплана.
8. Исходные данные для медиапланирования.
9. Разработка плана рекламной кампании.
10. Выявление проблем и возможностей. Постановка целей и задач.
11. Письменные и устные виды коммуникаций и их специфика при проведении рекламных и PR-кампаний.
12. Модульные технологии в реализации рекламных и PR-кампаний.

Контрольная работа №2

1. Современные СМИ России и законодательное обеспечение свободы слова и информации.
2. Признаки массовой информации.
3. Влияние массовой информации на формирование массового сознания.
4. Общероссийские, региональные и национальные газетные издания. Сравнительный анализ.
5. Характеристика радио как рекламного средства
6. Понятия творческой рекламной стратегии и рекламной идеи.
7. Способы психологической работы с клиентами.
8. Модели покупки площадей в средствах массовой информации.
9. Предварительное тестирование.
10. Основные составляющие PR - деятельности.
11. Рекламные и PR - кампании в сети интернет.
12. Основные этапы планирования PR - кампании.

Индивидуальные задания для проведения аттестации

Самостоятельная работа по практике в форме учебной (профессионально-ознакомительной) практики предусматривает выполнение обучающимися 2-3 заданий (по выбору) из предложенного ниже списка.

1. Предложите эскиз эмблемы данной фирмы. Если таковая уже есть, определите, насколько она отражает деятельность фирмы.

2. Предложите проект рекламного щита фирмы, с деятельностью которой вы ознакомились. Где бы вы его установили? Если таковой уже имеется, определите, насколько он отражает то, чем занимается фирма.

3. Предложите свой вариант форменной одежды для сотрудников, вариант товарного знака, упаковочного материала, бланка, рекламного слогана фирмы.

4. Подробное описание одного полного рабочего дня PR-специалиста.

5. Разработайте личный план карьеры, включающий профессиональные цели, жизненные этапы, самоанализ, работу над собой, личные качества и действия, с помощью

которых можно добиться престижного и высокооплачиваемого положения в обществе, составьте резюме.

Типовые задания для оценки результатов прохождения практики

Задание № 1. Анализ развития массовой прессы в России и республике Дагестан.

Задание № 2. Анализ информационных инфраструктур в национальных границах различных стран. Глобализация информационных процессов.

Задание № 3. Анализ процесса рекламной коммуникации в организации. Специфика размещения рекламы в периодических изданиях России и республики Дагестан

Задание № 4. Анализ тенденций развития массовой прессы в современном мире. Характеристика телевидения как средство размещения дагестанской рекламы

Задание № 5. Оценка эффективности медиаплана. Исходные данные для медиапланирования.

Задание № 6. Разработка плана рекламной кампании. Выявление проблем и возможностей. Постановка целей и задач.

Задание № 7. Письменные и устные виды коммуникаций и их специфика при проведении рекламных и ПР-кампаний. Модульные технологии в реализации рекламных и ПР-кампаний.

Задание № 8. Анализ современных СМИ России и законодательное обеспечение свободы слова и информации.

Задание № 9. Анализ влияния массовой информации на формирование массового сознания. Общероссийские, региональные и национальные газетные издания. Сравнительный анализ. Характеристика радио как рекламного средства.

Задание № 10. Понятия творческой рекламной стратегии и рекламной идеи. Модели покупки площадей в средствах массовой информации. Предварительное тестирование.

Задание № 11. Способы психологической работы с клиентами.

Задание № 12. Основные составляющие ПР - деятельности. Рекламные и ПР - кампании в сети интернет. Основные этапы планирования ПР - кампании.

Методы исследования: наблюдение, опрос, интервью, анкетирование, анализ документов.

Вопросы для аттестации

1. Основные виды услуг, оказываемые рекламными организациями и агентствами.
2. Правовые и иные акты, регулирующие рекламную деятельность, определяющие основные задачи, функции и полномочия рекламных агентств и фирм.
3. Управленческие и иные связи рекламных агентств, фирм и организаций, как по вертикали, так и по горизонтали.
4. Передовой производственный опыт, накопленный рекламным агентством, СМИ, телевизионными каналами и т.д.
5. Принципы информационного обеспечения для регистрации, сбора и передачи информации в рекламном агентстве.
6. Особенности работы с традиционными носителями информации, распределенными базами данных и знаний.
7. Определение информационных потоков и информационного взаимодействия в организации со СМИ и другими внешними источниками.
8. Определение потребностей в оперативной и ретроспективной информации, определение методов и способов их удовлетворения.
9. Исследование состояния унификации, стандартизации документов.
10. Исследование методик, применяемых в рекламной деятельности для налаживания отношений с клиентами.

11. Исследование нормативно-методических документов, актов (правил, перечней документов, положений, инструкций, классификаторов, таблиц применяемых форм документов и др.) по документационному обеспечению управления в сфере рекламы.
12. Исследование технологий по созданию и обработке документов.
13. Исследование контроля за исполнением документов.
14. Исследование текущего хранения документов.
15. Исследование технологий создания и ведения клиентской справочно-поисковой системы (номенклатура дел, описи, путеводители, обзоры, каталоги и др.).
16. Порядок работы по обеспечению сохранности документов на разных носителях.
17. Технологии консервации и реставрации документов.
18. Совершенствование деятельности рекламных служб и организаций по улучшению качества предоставляемых услуг, работы с клиентами и поиск последних.

3.1. Типовые задания для оценки результатов прохождения практики

Задание № 1. Анализ развития массовой прессы в России и республике Дагестан.

Задание № 2. Анализ информационных инфраструктур в национальных границах различных стран. Глобализация информационных процессов.

Задание № 3. Анализ процесса рекламной коммуникации в организации. Специфика размещения рекламы в периодических изданиях России и республики Дагестан

Задание № 4. Анализ тенденций развития массовой прессы в современном мире. Характеристика телевидения как средство размещения дагестанской рекламы

Задание № 5. Оценка эффективности медиаплана. Исходные данные для медиапланирования.

Задание № 6. Разработка плана рекламной кампании. Выявление проблем и возможностей. Постановка целей и задач.

Задание № 7. Письменные и устные виды коммуникаций и их специфика при проведении рекламных и ПР-кампаний. Модульные технологии в реализации рекламных и ПР-кампаний.

Задание № 8. Анализ современных СМИ России и законодательное обеспечение свободы слова и информации.

Задание № 9. Анализ влияния массовой информации на формирование массового сознания. Общероссийские, региональные и национальные газетные издания. Сравнительный анализ. Характеристика радио как рекламного средства.

Задание № 10. Понятия творческой рекламной стратегии и рекламной идеи. Модели покупки площадей в средствах массовой информации. Предварительное тестирование.

Задание №11. Способы психологической работы с клиентами.

Задание №12. Основные составляющие ПР - деятельности. Рекламные и ПР - кампании в сети интернет. Основные этапы планирования ПР - кампании.

Методы исследования: наблюдение, опрос, интервью, анкетирование, анализ документов.

3.2. Перечень вопросов, на которые практикантам необходимо сформулировать ответы в ходе прохождения учебной (профессионально-ознакомительной) практики

1. Основные виды услуг, оказываемые рекламными организациями и агентствами.
2. Правовые и иные акты, регулирующие рекламную деятельность, определяющие основные задачи, функции и полномочия рекламных агентств и фирм.
3. Управленческие и иные связи рекламных агентств, фирм и организаций, как по вертикали, так и по горизонтали.
4. Передовой производственный опыт, накопленный рекламным агентством, СМИ, телевизионными каналами и т.д.
5. Принципы информационного обеспечения для регистрации, сбора и передачи информации в рекламном агентстве.
6. Особенности работы с традиционными носителями информации, распределенными базами данных и знаний.
7. Определение информационных потоков и информационного взаимодействия в организации со СМИ и другими внешними источниками.
8. Определение потребностей в оперативной и ретроспективной информации, определение методов и способов их удовлетворения.
9. Исследование состояния унификации, стандартизации документов.
10. Исследование методик, применяемых в рекламной деятельности для налаживания отношений с клиентами.
11. Исследование нормативно-методических документов, актов (правил, перечней документов, положений, инструкций, классификаторов, таблиц применяемых форм документов и др.) по документационному обеспечению управления в сфере рекламы.
12. Исследование технологий по созданию и обработке документов.
13. Исследование контроля за исполнением документов.
14. Исследование текущего хранения документов.
15. Исследование технологий создания и ведения клиентской справочно-поисковой системы (номенклатура дел, описи, путеводители, обзоры, каталоги и др.).
16. Порядок работы по обеспечению сохранности документов на разных носителях.
17. Технологии консервации и реставрации документов.
18. Совершенствование деятельности рекламных служб и организаций по улучшению качества предоставляемых услуг, работы с клиентами и поиск последних.

3.3. Оформление, структура, содержание и защита отчета по практике

Оформление, структура, содержание и защита отчета по практике

Оформление отчета

Отчет является итоговым документом, на основании которого после защиты обучающийся получает зачет по практике.

Отчет должен быть грамотно изложен, четко и аккуратно оформлен.

Если отчет необходимо проиллюстрировать типовыми формами документа, то по окончании всей работы, после заключения вставляется лист с наименованием «Приложения» и затем прикладываются эти формы.

Все страницы отчета (включая приложения) должны быть пронумерованы. Номера проставляются в правом верхнем углу страницы. Первой страницей считается титульный лист. На нем цифра «1» не ставится, на следующей странице проставляется цифра «2» и т.д.

Иллюстративный материал (графики, классификационные и структурные схемы, таблицы и пр.) должен быть представлен по мере изложения текста отчета. Под каждым графиком, схемой, иллюстрацией пишется слово «Рис.» с цифрой порядкового номера; наименование рисунка, а под подрисуночной надписью расшифровывают обозначения.

Для оформления всей документации по учебной (ознакомительной) практике обучающийся предоставляется 2 дня в конце практики, о чем могут быть сделаны соответствующие записи в дневнике.

Структура и содержание отчета

Структурно отчет должен отвечать требованиям, предъявляемым к отчетам по научно исследовательской работе (ГОСТ 7 32-81) и включать следующие элементы: титульный лист, отзыв руководителя практики от предприятия, содержание (перечень разделов и подразделов с указанием страниц), основную часть, заключение, список использованной литературы, Приложения (при необходимости).

В основной части отчета необходимо раскрыть следующие вопросы (перечень разделов и подразделов, их последовательность в отчете должны четко соответствовать нижеизложенному содержанию):

- а) база прохождения практики, ее полное наименование;
- б) сроки прохождения практики;
- в) виды выполненной работы за время прохождения практики;
- г) степень выполнения календарного плана практики, причины его неполного выполнения;
- д) содержание аналитической работы обучающегося, связанна с проведением социологических исследований;
- е) изложение спорных вопросов, возникающих при прохождении практики, а также предложения обучающегося, направленные на улучшение работы того учреждения, где была организована практическая подготовка, а также совершенствование организации самой практики.

Отчет составляется творчески, в произвольной форме, подписывается обучающийся и заверяется руководителем от производства.

К отчету приобщаются следующие документы:

- а) дневник по практике, заверенный руководителем практики от производства;
- б) характеристика обучающегося, подписанная руководителем практики от производства или руководителем того учреждения, где была организована практика.

Все эти материалы вместе с отчетом по практике подшиваются в папку и представляются на кафедре после окончания практики.

Защита практики в форме учебной (ознакомительной) практики проводится после окончания практики в сроки, определяемые деканатом.

К защите допускаются обучающиеся, у которых материалы по практике оформлены надлежащим образом и собраны все необходимые документы. Защита обучающихся по учебной (ознакомительной) практики оценивается комиссией по модульно-рейтинговой системе (отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно). Обучающийся, получивший неудовлетворительную оценку, либо направляется повторно на практику, либо отчисляется из университета.

Сроки прохождения практики по согласованию с деканатом факультета могут быть продлены обучающимся, нарушающим трудовую дисциплину.

Полностью оформленный отчет с отзывом руководителя практики от предприятия представляется руководителю практики от кафедры для проверки и защиты. Вместе с отчетом обучающийся должен представить заполненный дневник практики, закрепленный печатью предприятия и заверенный подписью руководителя практики от предприятия.

Краткие указания по заполнению дневника по практике

Основным назначением дневника прохождения практики является отражение в нем работы, сделанной обучающийся на месте практики. Записи в дневник вносятся ежедневно. Дневник практики имеет общеуниверситетскую форму.

В дневнике отражаются:

1. Даты прохождения практики: даты прибытия и убытия отмечаются и визируются подписью руководителя практики от предприятия, скрепленной печатью учреждения. Также отмечается дата прохождения инструктажа по технике безопасности, указывается назначенная должность и дата начала работы.

II. План прохождения учебно-ознакомительной практики составляется обучающийся совместно с руководителем практики от предприятия. План расписывается по датам и

должен охватывать все разделы программы практики. Фактическое выполнение календарного плана выявляется на основании записей в дневнике.

Ш. Учет прохождения практики: здесь кратко описывается содержание выполненных работ в соответствии с поставленными индивидуальными заданиями вопросами программы. Дневник еженедельно представляется руководителю практики от предприятия, который визирует каждую запись личной подписью и проставляет дату.

IV. Рекомендации и замечания руководителя практики от предприятия: записываются поощрения и замечания, полученные обучающийся во время практики.

V. Список материалов, собранных обучающийся в период практики: приводится перечень документации, отчетности и другого фактического и цифрового материала, который был предоставлен обучающийся для написания отчета.

VI Оценка работы обучающийся в период прохождения практики дается руководителем практики от предприятия, подписывается и заверяется печатью предприятия.

Правильность, своевременность и аккуратность заполнения дневника практики является обязанностью обучающийся и учитывается при оценке. Дневник вместе с отчетом по практике сдается на кафедру при защите отчета.

Защита отчетов

Защита отчетов проводится на кафедре комиссией, в состав которой входят руководители практик от кафедры и предприятия, а также другие преподаватели и специалисты предприятия.

Защищенный отчет с указанием даты защиты передается руководителем практики от кафедры заведующему кафедрой. Обучающийся, не прошедшие практику в установленные учебным планом сроки, допускаются к прохождению практики только по решению ректората.

Подведение итогов практики

По окончании практики обучающийся должен составить подробный письменный отчет и предоставить его на кафедру. Отчет должен быть проверен и подписан руководителями практики от кафедры и предприятия.

Обучающийся, не явившийся или опоздавший на практику, обязан предоставить руководителям практики от кафедры и предприятия письменное объяснение и оправдательный документ для решения вопроса о продлении срока прохождения практики.

Обучающийся, который не выполнил программу практики, а также получивший отрицательный отзыв или неудовлетворительную оценку может быть повторно направлен на практику или исключен из университета.

Темы индивидуальных заданий по учебной (профессионально-ознакомительной) практике

Задание № 1. Анализ развития массовой прессы в России и республике Дагестан

Задание № 2. Анализ информационных инфраструктур в национальных границах различных стран. Глобализация информационных процессов

Задание № 3. Анализ процесса рекламной коммуникации в организации. Специфика размещения рекламы в периодических изданиях России и республики Дагестан

Задание № 4. Анализ тенденций развития массовой прессы в современном мире. Характеристика телевидения как средство размещения дагестанской рекламы

Задание № 5. Оценка эффективности медиаплана. Исходные данные для медиапланирования.

Задание № 6. Разработка плана рекламной кампании. Выявление проблем и возможностей. Постановка целей и задач.

Задание № 7. Письменные и устные виды коммуникаций и их специфика при проведении рекламных и ПР-кампаний. Модульные технологии в реализации рекламных и ПР-кампаний.

Задание № 8. Анализ современных СМИ России и законодательное обеспечение свободы слова и информации.

Задание № 9. Анализ влияния массовой информации на формирование массового сознания. Общероссийские, региональные и национальные газетные издания. Сравнительный анализ. Характеристика радио как рекламного средства.

Задание № 10. Понятия творческой рекламной стратегии и рекламной идеи. Модели покупки площадей в средствах массовой информации. Предварительное тестирование.

Задание №11. Способы психологической работы с клиентами.

Задание №12. Основные составляющие ПР - деятельности. Рекламные и ПР - кампании в сети интернет. Основные этапы планирования ПР - кампании.

3.4. Задания для оценки сформированности компетенций

Задания для оценки сформированности компетенции:

оценки сформированности компетенции ОПК-1

1. Укажите в дневнике практики перечень стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности, укажите использованные в процессе практики источники информации по объекту прохождения практики.

оценки сформированности компетенции ОПК-1

2. Укажите в дневнике практики перечень стандартных задач профессиональной деятельности на основе использования основных правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности.

оценки сформированности компетенции ОПК-2

3. Укажите в дневнике практики виды и формы коммуникации в устной и письменной формах, используемых в организации для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.

оценки сформированности компетенции ОПК-2

4. способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия

5. Укажите в дневнике практики основные технологии и методы взаимодействия в системе клиентских отношений с учетом требований потребителя.

оценки сформированности компетенции ОПК-3

6. Разработайте инновационный проект (программу, план мероприятий) по теме научного исследования с использованием технологий процесса сервиса, в котором отразите потенциал развития системы клиентских отношений с учетом требований потребителя.

оценки сформированности компетенции ОПК-3

7. Подготовьте презентацию к итоговой конференции с подробным описанием способов и методов организации деятельности фирмы.

8. В самоанализе профессиональной деятельности подробно опишите использованные вами способы и методы организации процесса, проведения выбора ресурсов и средств с учетом требований потребителя.

оценки сформированности компетенции ОПК-4

9. Укажите в дневнике практики виды и формы создания текстов рекламы и связей с общественностью, самостоятельно используя знания, полученные в университете по литературному редактированию, копирайтингу напишите заметку, рекламный текст.

оценки сформированности компетенции ОПК-4

10. Разработайте инновационный проект, программу, план мероприятий для организации, в которой проходите практику под контролем руководителя от базы практики.

оценки сформированности компетенции ОПК-5

11. Внесите свои предложения с учетом основных требований информационной безопасности к деятельности организации.

оценки сформированности компетенции ОПК-5

12. Распишите в дневнике практики свое участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечение ее внутренней и внешней коммуникации.

оценки сформированности компетенции ОПК-6

13. Распишите в дневнике практики свое участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.

оценки сформированности компетенции ОПК-6

14. Распишите в дневнике практики свое участие в выпуске, производстве и распространении рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы.

оценки сформированности компетенции ОПК-6

способность проводить маркетинговые исследования

1. В дневнике практики укажите основные этапы и особенности разработки и выполнения инновационных проектов применив основы маркетинговых исследований.

2. Разработайте инновационный проект (программу, план мероприятий) по теме научного исследования.

3. Подготовьте презентацию к итоговой конференции, отразите в ней содержание и основные этапы выполнения разработанного вами инновационного проекта с использованием маркетинговых исследований.

4. В самоанализе профессиональной деятельности оцените степень инновационности разработанного вами проекта.

оценки сформированности компетенции ОПК-7

способность организовывать и проводить социологические исследования

1. В дневнике практики укажите основные этапы и особенности разработки и выполнения инновационных проектов применив основы социологических исследований.

2. Разработайте инновационный проект (программу, план мероприятий) по теме научного исследования.

3. Подготовьте презентацию к итоговой конференции, отразите в ней содержание и основные этапы выполнения разработанного вами инновационного проекта с использованием социологических исследований.

4. В самоанализе профессиональной деятельности оцените степень инновационности разработанного вами проекта.

оценки сформированности компетенции ОПК-7

15. Подготовьте презентацию к итоговой конференции, отразите деятельность по решению задач профессиональной деятельности на основе информационной и

библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности. Укажите в презентации различные источники информации по объекту исследования.

оценки сформированности компетенции ОПК-7

способность под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции,

1. В дневнике практики укажите основные этапы и особенности разработки и выполнения рекламного проекта включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы.

2. Подготовьте презентацию к итоговой конференции, отразите в ней основные этапы и особенности разработки и выполнения рекламного проекта включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы.

3. В самоанализе профессиональной деятельности оцените степень разработанности проекта.

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций.

В качестве методического материала рекомендуется использовать:

1. Положение о ФОС в ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный технический университет» (Приложение № 9 к ОПОП).

2. Положение ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный технический университет» о модульно-рейтинговой системе оценки учебной деятельности студентов.

3. Процедура проведения оценочных мероприятий.

4.1. Вопросы к собеседованию в ходе защиты отчёта по практике (согласно кода компетенции)

1. Основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности.

2. Особенности использования основ правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности.

3. Особенности налаживания коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.

4. Основы работы в коллективе, толерантное восприятия социальных, этнических, конфессиональных и культурных различия.

5. Способы осуществления под контролем профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах.

6. Владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью.

7. Обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга.

8. Планирование и организация под контролем коммуникационных кампании и мероприятия.

9. Умение решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

10. Анализ коммуникационной деятельности, участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации.

11. Современные методы планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий.

12. Анализ рекламно-информационной деятельности организации и способы организации, подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы.
13. Анализ рыночно-исследовательской и прогнозно-аналитической деятельности, методы проведения маркетинговых исследований.
14. Теоретические и практические основы организации и проведения социологических исследований.
15. Анализ информационно-технологической деятельности с изучением профессиональных функций в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации.
16. Особенности организации процесса подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы.
17. Презентация к итоговой конференции.

4.2. Процедура проведения оценочных мероприятий

К формам промежуточной аттестации студентов по итогам практики относятся: собеседование, контрольное тестирование, составление и защита отчета, дифференцированный зачет.

По окончании практики студент сдает дифференцированный зачет по результатам представленного отчета и собеседования

По результатам защиты отчета о прохождении практики студенту выставляются следующие оценки:

«Зачтено (с оценкой «отлично»)» выставляется, если:

- рабочий график (план) проведения практики выполнен полностью, поставленная цель достигнута и конкретные задачи решены;
- задания и указания руководителя практики от организации выполнены в установленные сроки;
- все необходимые документы представлены в срок и оформлены в соответствии с требованиями;
- представленная характеристика не содержит каких-либо замечаний в отношении обучающегося;
- обучающийся уверенно отвечает на вопросы теоретического и практического характера по проблемам, изложенным в тексте отчета;
- проявляет самостоятельность мышления, показывает овладение практическими навыками.

«Зачтено (с оценкой «хорошо»)» выставляется, если:

- рабочий график (план) проведения практики выполнен, поставленные цели достигнуты, решены конкретные задачи;
- выполнены в установленные сроки задания и указания руководителя практики от организации;
- представлены в срок правильно оформленные документы;
- обучающийся хорошо ориентируется в данных, используемых в отчете;
- обучающийся отвечает на вопросы теоретического и практического характера по проблемам, изложенным в тексте отчета;
- грамотно излагает материал.

«Зачтено (с оценкой «удовлетворительно»)» выставляется, если:

- рабочий график (план) проведения практики в целом выполнен, но поставленная цель достигнута частично, и/или конкретные задачи решены не полностью;
- задания и указания руководителя практики от организации выполнялись с нарушением установленных сроков;

- отчётные документы в целом правильно оформлены, представлены в срок, но имеют некоторые несоответствия требованиям (устранённые в ходе предварительной проверки отчёта);
 - обучающийся показывает слабые знания в ответах на вопросы теоретического и практического характера по проблемам, изложенным в тексте отчета;
 - обучающийся плохо ориентируется в материале.
- «Незачтено (с оценкой «неудовлетворительно»)»* выставляется, если:
- рабочий график (план) проведения практики не выполнен, поставленные цели недостигнуты, не решены конкретные задачи;
 - не выполнены в установленные сроки задания и указания руководителя практики от организации;
 - не представлены в срок правильно оформленные документы;
 - обучающийся не ориентируется в источниках данных;
 - обучающийся не отвечает на вопросы теоретического и практического характера по проблемам, изложенным в тексте отчета.