



КГЭУ

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«КАЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭНЕРГЕТИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «КГЭУ»)

АКТУАЛИЗИРОВАНО
Решение Ученого Совета ИЦТЭ КГЭУ
Протокол № 7 от 24.03.2026 г.

УТВЕРЖДАЮ
Директор ИЦТЭ

Наименование института

Э.И. Беляев

«30» мая 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Б2.В.01 (П) Производственная практика (технологическая)
(Код и наименование дисциплины в соответствии с РУП)

Направление подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Код и наименование направления подготовки)

Направленность(и)
(профиль(и))

Дизайн в рекламе
(Наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Квалификация

Бакалавр
(Бакалавр / Магистр)

г. Казань, 2023

Программу разработал(и):

Наименование кафедры	Должность, уч.степень, уч.звание	ФИО разработчика
ФМК	Зав.каф., д. филос. н	Миннуллина Э.Б.

Согласование	Наименование подразделения	Дата	№ протокола	Подпись
Одобрена	Кафедра ФМК	19.05.2023	5	_____ Зав. каф., д. филос. н., доцент Миннуллина Э.Б.
Согласована	Кафедра ФМК	19.05.2023	5	_____ Зав. каф., д. филос. н., доцент Миннуллина Э.Б.
Согласована	Учебно- методический совет института	30.05.2023	7	_____ Директор, к.т.н., доц. Беляев Э.И.
Одобрена	Ученый совет института	30.05.2023	9	_____ Директор, к.т.н., доц. Беляев Э.И.

1. Цель, задачи и планируемые результаты обучения по производственной практике Б2.В.01(П) (технологической)

Целью технологической практики по профилю «Дизайн в рекламе» является закрепление и углубление полученных при обучении теоретических знаний, формирование профессиональных умений, а также приобретение опыта при реализации профессионально-технологических задач в области дизайна рекламы.

Задачами практики являются:

- закрепление и апробирование студентами знаний по дисциплинам, предусмотренным программой «Дизайн в рекламе», на основе изучения практического опыта имиджмейкинга и брендбилдинга;
- получение знаний о принципах творческой деятельности;
- формирование и закрепление навыков командной работы и соблюдения соответствующих правил и норм;
- формирование способности использовать технологии эффективного взаимодействия со средствами массовой информации;
- осуществление выбора необходимых и эффективных методов, приемов и средств визуализации концепции организации;
- формирование способности выбирать оптимальные методы управления процессом разработки рекламного продукта;
- формирование и закрепление навыков использования технологий цифровых коммуникаций для развития положительного имиджа организации

Компетенции, формируемые по освоению практики, запланированные результаты обучения, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
ПК-1 Использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде при реализации коммуникационного продукта	ПК-1.1 Использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде при реализации коммуникационного продукта
	ПК-1.2 Использует основные коммуникативные технологии, приемы имиджмейкинга в онлайн и офлайн среде при подготовке продуктов рекламы и связей с общественностью
	ПК-1.3 Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
	ПК-1.4 Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций
	ПК-1.5 Использует современные технические средства и основные

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
	технологии цифровых коммуникаций для подготовки продуктов рекламы и связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта

2. Место учебной (производственной) практики в структуре ОП

производственная практика Б2.В.01(П) (технологическая)

Вид практики (учеб., производст.)

Тип практики (по ОП или учебному плану)

относится к части, формируемой участниками образовательных учреждений, учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

наименование направленности (профиля)

Предшествующие дисциплины (модули), практики, НИР, др.: введение в профессиональную деятельность, теория и практика связей с общественностью, речевая коммуникация, учебная практика.

Последующие дисциплины (модули), практики, НИР, др.: производственная практика (технологическая).

3. Формы и способы проведения практики

Способ проведения практики стационарный / выездной.

стационарный, выездной

Форма проведения практики непрерывная.

непрерывная, дискретная

Способы и формы поведения практики для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов устанавливаются с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья студента.

4. Место и время проведения практики

Практика проводится на 3 курсе(ах) в 6 семестре(ах).

Продолжительность практики – 15 недель.

Местом (местами) прохождения практики являются подразделения университета или сторонних организаций, обладающих необходимым кадровым и научно-техническим потенциалом. Для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов выбор места прохождения практики обусловлен состоянием здоровья и требованиями по доступности.

5. Объем, структура и содержание практики

5.1. Объем практики

Для концентрированной

Вид учебной работы	Семестры
	6

Объем практики (зачетные единицы)	6
Объем практики (часы)	216
Групповые консультации	2
САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, в том числе:	214
Подготовка к промежуточной аттестации	18
Промежуточная аттестация:	Зачет с оценкой

5.2. Структура и содержание практики

№ п/п	Разделы (этапы) и содержание практики	Коды компетенций с индикаторами	Оценочные средства и формы текущего контроля
1	2	3	7
1	Подготовительный этап		
1.1	<i>Проведение собрания студентов, выдача индивидуальных заданий на практику</i> <i>Введение в профессионально-творческую практику; работа с индивидуальным заданием для решения поставленных задач; работа с литературой</i>	ПК-1.1	Собеседования по отчету
1.2	Ознакомительная (установочная) лекция в подразделении КГЭУ <i>Цели, задачи и содержание практики. Инструктаж по технике безопасности. Нормативно-правовая база, этические нормы профессиональной деятельности</i>	ПК-1.2	Собеседования по отчету
2	Рабочий этап		
2.1	Теоретико-методологический <i>Методы и технологии современной рекламной и PR-коммуникация. Особенности развития коммуникационной системы в России. Командная работа над брифом.</i>	ПК-1.3	Собеседования по отчету
2.2	Аналитико-творческий <i>Сбор и обработка информации. Сегментация аудитории. Кабинетные и полевые исследования. Подготовка материалов для СМИ и социальных сетей. Создание рекламного продукта.</i>	ПК-1.4, ПК-1.5	Собеседования по отчету
3	Отчетный этап		
3.1	<i>Подведение итогов практики</i>	ПК-1	Собеседования по отчету

5.3. Перечень примерных индивидуальных заданий по практике

- проектирование и создание рекламных и PR-продуктов под коммуникационное мероприятие: проект дизайна, программа мероприятия, пакет документов для СМИ;
- проектирование и создание информационных поводов, участие в проектах организации, написание сопроводительных документов по мероприятию (миссия, концепция, стратегия, план, отчет, оценка эффективности);
- проектирование и создание рекламного продукта для комплекса рекламных мероприятий: рекламный дизайн, брошюра, листовка, баннер, стрит-лайн, растяжка, плакат и т.д;
- проведение предварительных и заключительных исследований общественного мнения о мероприятии (мониторинг, контент-анализ, SWOT-анализ, опрос, анкетирование, включенное и не включенное исследование); создание отчетов по данным исследованиям.
- участие в проектах организации; создание концепции бренд-бука (концепция, стратегия, план, отчет, оценка эффективности);
- подготовка материалов для корпоративного сайта, блога, внутрикорпоративных изданий.

6. Оценивание результатов прохождения практики

Оценивание результатов прохождения практики осуществляется в рамках текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

Текущий контроль успеваемости осуществляется в течение периода прохождения практики, включает: индивидуальный и групповой опрос (как устный, так и письменный), защиты презентаций заданий, выполненных индивидуально или группой обучающихся; контроль самостоятельной работы обучающихся (в письменной или устной форме).

Промежуточная аттестация по практике осуществляется в форме зачета с оценкой, которая проводится, как правило, в форме публичной защиты отчета по практике. Итоговой оценкой по практике является оценка, выставленная во время промежуточной аттестации обучающегося с учетом результатов текущего контроля успеваемости, отзыва с оценкой результатов деятельности обучающегося, представленного руководителем практики от профильной организации.

Требования к отчетности по практике

Отчет по практике является основным документом, характеризующим работу обучающегося во время практики. Отчет составляется в соответствии с индивидуальным заданием практики, и содержит, как правило, следующие разделы (для научно-исследовательской практики и педагогической практики аспирантов разделы определяются целью и задачами практики):

- Введение. Цель и задачи практики;
- Индивидуальное задание на практику;
- Краткую характеристику профильной организации:
справку о профильной организации;

организационно-производственную структуру;
номенклатуру выпускаемой продукции;
виды и источники сырья и энергетических ресурсов;
основные технологические процессы и оборудование, применяемые для производства продукции;

- Результаты выполненного индивидуального задания;
- Выводы и рекомендации по совершенствованию процессов и производств профильной организации (по индивидуальному заданию);
- Список использованных источников (включая техническую документацию профильной организации);
- Приложения.

Текстовая часть отчета оформляется в соответствии с ГОСТ 7.32-2001 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления».

Размеры полей не менее: левого – 30 мм, правого – 10 мм, верхнего – 20 мм и нижнего – 20 мм. Нумерация страниц отчета - сквозная: от титульного листа до последнего листа приложений. Номер страницы на титульном листе не проставляют. Номер страницы ставят в центре нижней части листа, точка после номера не ставится. Страницы, занятые таблицами и иллюстрациями, включают в сквозную нумерацию.

Объем отчета должен быть не менее 10 страниц печатного текста шрифт TimesNewRoman 14 пт. Описания должны быть сжатыми. Объем приложений не регламентируется. Титульный лист является первым листом отчета, после которого помещается задание на практику. Титульный лист и задание не нумеруются, но входят в общее количество страниц. Титульный лист отчета оформляется по установленной единой форме, приводимой в приложении. За титульным листом в отчете помещается содержание. Разделы отчета нумеруют арабскими цифрами в пределах всего отчета. Наименования разделов должны быть краткими и отражать содержание раздела. Переносы слов в заголовке не допускаются. Цифровой материал необходимо оформлять в виде таблиц. Каждая таблица должна иметь номер и тематическое название. Таблицу следует помещать после первого упоминания о ней в тексте. Приложения оформляют как продолжение отчета. В Приложении помещают материалы, не вошедшие в основной текст отчета. В тексте отчета на все приложения должны быть даны ссылки. Каждое приложение следует начинать с новой страницы с указанием наверху справа страницы слова «Приложение», его обозначения и степени.

Процедура подведения итогов практики

Отчетность по практике сдается за 10 дней до защиты отчета на кафедру для проверки. В день защиты практиканты проходят собеседование по отчету. Преподаватель выставляет итоговую оценку на основании отзыва руководителя по практике от предприятия, представленной отчетности и по итогам собеседования.

По итогам практики обучающийся представляет отчетную документацию:

№ п/п	Перечень отчетной документации
1	Копия договора о практике обучающегося*
2	Копия распорядительного документа о назначении руководителя практики из числа работников профильной организации
3	Утвержденное индивидуальное задание на практику с рабочим графиком (планом), согласованное руководителем практики от профильной организации
4	Дневник практики с отметкой о прохождении вводного инструктажа по технике безопасности и инструктажа по технике безопасности на рабочем месте, с подписями руководителей практики от профильной организации и КГЭУ
5	Отзыв с оценкой руководителя практики от профильной организации, заверенный подписью и печатью профильной организации (в составе дневника практики)
6	Отчет обучающегося по практике, составленный в соответствии с требованиями

* Не требуется при прохождении практики в структурных подразделениях КГЭУ, при базовых кафедрах и при наличии долгосрочных договоров о сотрудничестве по организации практик обучающихся

Шкала оценки результатов прохождения практики:

Код компетенции	Код индикатора компетенции	Запланированные результаты обучения по дисциплине	Уровень сформированности индикатора компетенции			
			Высокий	Средний	Ниже среднего	Низкий
			от 85 до 100	от 70 до 84	от 55 до 69	от 0 до 54
			Шкала оценивания			
			отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно
			зачтено		не зачтено	
ПК-1	ПК-1.1	знать:	знает технологии и медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде	в целом знает технологии и медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде, допускает незначительные ошибки	плохо знает технологии и медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде, допускает грубые ошибки	не знает технологии и медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде
		уметь:	умеет применять технологии и медиапланирования в	умеет применять технологии и медиапланирования в	плохо умеет применять технологии и медиапланирования в	не умеет применять технологии и медиапланирования в

			онлайн и офлайн среде	онлайн и офлайн среде, допускает незначительные ошибки	я в онлайн и офлайн среде, допускает грубые ошибки	онлайн и офлайн среде
		владеть:				
			Владеет онлайн и офлайн-инструментами продвижения коммуникационного продукта	в целом владеет онлайн и офлайн-инструментами продвижения коммуникационного продукта, допускает незначительные ошибки	плохо владеет онлайн и офлайн-инструментами продвижения коммуникационного продукта, допускает грубые ошибки	не владеет онлайн и офлайн-инструментами продвижения коммуникационного продукта
		знать:				
			знает основные коммуникативные технологии	в целом знает основные коммуникативные технологии, допускает незначительные ошибки	плохо знает основные коммуникативные технологии, допускает грубые ошибки	не знает основные коммуникативные технологии
		уметь:				
	ПК-1.2		умеет применять коммуникативные технологии при подготовке продукта в рекламы и связей с общественностью	умеет применять коммуникативные технологии при подготовке продукта в рекламы и связей с общественностью, допускает незначительные ошибки	плохо умеет применять коммуникативные технологии при подготовке продукта в рекламы и связей с общественностью, допускает грубые ошибки	не умеет выбирать применять коммуникативные технологии при подготовке продукта в рекламы и связей с общественностью
		владеть:				
			владеет методами	в целом владеет	плохо владеет	не владеет

			приемами имиджмейкинга	методами приемами имиджмейкинга, допускает незначительные ошибки	методами приемами имиджмейкинга, допускает грубые ошибки	методами приемами имиджмейкинга
ПК-1.3		знать:				
			знает технологии и организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами	в целом знает технологии и организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами, допускает незначительные ошибки	плохо знает технологии и организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами, допускает грубые ошибки	не знает технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
		уметь:				
			умеет определять потребности целевых групп	умеет определять потребности целевых групп, допускает незначительные ошибки	плохо умеет определять потребности целевых групп, допускает грубые ошибки	не умеет определять потребности целевых групп
ПК-1.3		владеть:				
			владеет навыками подготовки продукта в рекламы	владеет навыками подготовки продукта в рекламы, допускает незначительные ошибки	плохо владеет навыками подготовки продукта в рекламы, допускает грубые ошибки	не владеет навыками подготовки продукта в рекламы
ПК-1.4		знать:				
			знает принципы создания корпорат	знает принципы создания корпорат	плохо знает принципы создания	не знает принципы создания

			ивной культуры организации	ивной культуры организации, допускает незначительные ошибки	корпоративной культуры организации, допускает грубые ошибки	корпоративной культуры организации
		уметь:				
			умеет применять инструменты внутренних коммуникаций	умеет применять инструменты внутренних коммуникаций, допускает незначительные ошибки	плохо умеет применять инструменты внутренних коммуникаций, допускает грубые ошибки	не умеет применять инструменты внутренних коммуникаций
		владеть:				
			владеет навыками проведения внутрикорпоративных мероприятий	владеет навыками анализа трендов при создании текстов рекламы и связей с общественностью, допускает незначительные ошибки	плохо владеет навыками анализа трендов при создании текстов рекламы и связей с общественностью, допускает грубые ошибки	не владеет навыками и анализа трендов при создании текстов рекламы и связей с общественностью
	ПК-1.5	знать:				
			знает современные технические средства и	знает современные технические средства и, допускает незначительные ошибки	плохо знает современные технические средства и, допускает грубые ошибки	не знает современные технические средства и
		уметь:				
			умеет применять основные технологии и цифровых	умеет применять основные технологии и цифровых	плохо умеет создавать коммуникационный продукт с учетом	не умеет применять основные технологии и цифровых

			коммуникаций	коммуникаций, допускает незначительные ошибки	характеристик целевой аудитории, допускает грубые ошибки	характеристик коммуникаций
		владеть:				
			владеет инструментами подготовки и продукто в рекламы и связей с общественностью	владеет инструментами подготовки и продукто в рекламы и связей с общественностью, допускает незначительные ошибки	плохо владеет инструментами подготовки и продукто в рекламы и связей с общественностью, допускает грубые ошибки	не владеет инструментами подготовки и продукто в рекламы и связей с общественностью

Оценка **«отлично»** выставляется за выполнение всех утвержденных руководителем практики пунктов индивидуального задания в требуемом объеме и качестве, полные и содержательные ответы при собеседовании по отчету.

Оценка **«хорошо»** выставляется за выполнение всех утвержденных руководителем практики пунктов индивидуального задания в достаточном объеме и качестве, правильные ответы при собеседовании по отчету, допускаются незначительные ошибки.

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется за выполнение утвержденных руководителем практики пунктов индивидуального задания.

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется за отсутствие утвержденных руководителем практики пунктов индивидуального задания.

Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации приведены в Приложении к рабочей программе практики. Полный комплект заданий и материалов, необходимых для оценивания результатов прохождения практики, хранится на кафедре-разработчика в бумажном и электронном виде.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение практики

7.1. Учебно-методическое обеспечение

7.1.1. Основная литература

1. Коммуникационные кампании: учебное пособие / А. Н. Чумиков. Москва: Аспект Пресс, 2014. 160 с. URL: <http://www.iprbookshop.ru/56795.html>.
2. Теория и практика аргументации. Конспекты лекций и практика : учебное пособие / Э. А. Тайсина. Казань: КГЭУ, 2023. 132 с. URL: <https://lib.kgeu.ru>

7.1.2. Дополнительная литература

Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, публич- рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф. И. Шарков. 2-е изд., стер. Москва: Дашков и К, 2020. 324 с. URL: <https://www.iprbookshop.ru/111036.html>.

Гнатюк, О. Л., Основы теории коммуникации : учебное пособие / О. Л. Гнатюк. — Москва : КноРус, 2022. — 255 с. — ISBN 978-5-406-09368-9. — URL: <https://book.ru/book/943057>. — Текст : электронный..

Кафтан, В. В., Теория и практики массовых коммуникаций. : учебник / В. В. Кафтан. — Москва : КноРус, 2022. — 453 с. — ISBN 978-5-406-09452-5. — URL: <https://book.ru/book/943118> . — Текст : электронный.

7.2. Информационное обеспечение

7.2.1. Электронные и интернет-ресурсы

Портал о медиабизнесе для профессионалов <https://mediaguide.ru/>

Мониторинг новостей в социальных сетях <https://mediametrics.ru>

Медиаисследования, мониторинг рекламы и СМИ www.mediascope.net

Справочная правовая система

«Консультант Плюс» <http://consultant.ru>

Фонд «Общественное мнение» <https://fom.ru/>

6 PR-библиотека www.pr-club.com

7.2.2. Профессиональные базы данных

Аналитический центр Юрия Левады (Левада-центр) <http://www.levada.ru/>

Официальный сайт Государственной Думы Федерального собрания Российской Федерации <http://duma.gov.ru/>

Всероссийский центр изучения общественного мнения <https://www.wciom.ru/>

Федеральный образовательный портал «Экономика, социология, менеджмент» <http://ecsocman.hse.ru/>

Институт Философии Российской Академии наук <https://iphras.ru/>
<https://iphras.ru/>

Центр стратегических разработок <https://www.csr.ru/ru/>

Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU <http://elibrary.ru>

7.2.3. Информационно-справочные системы

1. Гарант [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.garant.ru/>

2. Консультант плюс [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>

7.2.4. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение дисциплины

1. Windows 7 Профессиональная (Pro). Пользовательская операционная система

2. Браузер Chrome. Система поиска информации в сети Интернет (включая русскоязычный).

3. MS Office. Пакет офисных приложений для создания и редактирования мультимодальных текстов, презентаций, медиапродуктов.

4. LMS Moodle. Цифровая образовательная платформа.

8. Материально-техническое обеспечение практики

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Наименование специализированной лаборатории	Перечень необходимого оборудования и технических средств обучения
1.	Подготовительный	Учебная аудитория для проведения занятий по практике	Специализированная учебная мебель на 30 посадочных мест, 30 компьютеров, технические средства обучения (мультимедийный проектор, компьютер (ноутбук), экран), видеокамеры, программное обеспечение
2	Рабочий	Рабочее место, обеспечиваемое организацией / подразделениями университета	Материально-техническое обеспечение практики, достаточное для достижения цели и задач учебной практики, соответствующее действующим санитарным и противопожарным нормам, а также требованиям техники безопасности при проведении технологических и научно-производственных работ, компьютерное оборудование в объемах, достаточных для достижения цели и задач практики, доска аудиторная, переносное оборудование: видеокамера (2 шт.), аккумулятор, штатив (2 шт.), зеркальный фотоаппарат (2 шт.), кардридер (2 шт.), накамерный свет, петличный микрофон, микрофон (6), диктофон (2 шт.), квадрокоптер, смартфон, МФУ принтер/сканер/копир (2 шт.) ламинатор, внешний жесткий диск (2 шт.) диктофон (2 шт.), телесуфлер, видеоштатив, комплект постоянного света флуоресцентный, фонхромакей с каркасом, АА аккумулятор + зарядное устройство, компьютер для монтажа (2 шт.), компьютерные колонки, наушники, устройство приемо-передающее (2 шт.), планшет
3	Отчетный	Учебная аудитория для проведения занятий по практике	Специализированная учебная мебель на 30 посадочных мест, 30 компьютеров, технические средства обучения (мультимедийный проектор, компьютер (ноутбук), экран), видеокамеры, программное обеспечение

9. Условия проведения практики для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Практика для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) и инвалидов проводится с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

Выбор мест прохождения практики осуществляется с учетом состояния их здоровья и требований доступности. При определении мест практики для лиц с ОВЗ и инвалидов учитываются рекомендации медико-социальной экспертизы, отраженные в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда. При необходимости для прохождения практики создаются специальные рабочие места в соответствии с характером нарушений, а также с учетом профессионального вида деятельности и характера труда, выполняемых студентами-инвалидами трудовых функций.

Видами проведения практики для лиц с ОВЗ и инвалидов являются:

- работа в библиотеке по составлению каталога литературных источников для изучения вопросов, включенных в программу практики;
- работа в лабораториях и центрах при выпускающей / базовой кафедре;
- проработка вопросов, предусмотренных программой практики, сравнительный анализ изученного материала, формирование выводов и предложений;
- подготовка по результатам практики материала для выступления на научно-практической конференции и статьи в сборник трудов;
- участие в международных и российских конференциях;
- консультирование у руководителя практики по интересующим вопросам, связанным с прохождением практики;
- подготовка и защита отчета по практике.

Вносимые изменения и утверждения на новый учебный год

№ п/п	№ раздела внесения изменений	Дата внесения изменений	Содержание изменений	«Согласовано» Зав. каф. реализующей	«Согласовано» председатель УМК института (факультета), в состав которого входит
1	2	3	4	5	6
1					
2					
3					



КГУ

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«КАЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭНЕРГЕТИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «КГУ»)**

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

по производственной практике *(учебной/производственной)*

Б2.В.01(II) Производственная практика (технологическая)
(Наименование практики в соответствии с РУП)

Направление подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Код и наименование направления подготовки)

Квалификация

Бакалавр
(Бакалавр / Магистр)

Оценочные материалы по производственной практике предназначены для оценивания результатов обучения на соответствие индикаторам достижения компетенций.

Оценивание результатов обучения по дисциплине осуществляется в рамках текущего контроля (ТК) и промежуточной аттестации, проводимых по балльно-рейтинговой системе (БРС).

Текущий контроль успеваемости осуществляется в течение периода прохождения практики, включает: индивидуальный и групповой опрос (как устный, так и письменный), защиты презентаций заданий, выполненных индивидуально или группой обучающихся; контроль самостоятельной работы обучающихся (в письменной или устной форме).

Промежуточная аттестация имеет целью определить уровень достижения запланированных результатов обучения по практике за определенный период и проводится в форме зачета с оценкой.

Оценочные материалы включают задания для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся, разработанные в соответствии с рабочей программой производственной практики.

1. Технологическая карта

Семестр 6

Наименование этапа	Рейтинговые показатели					
	Формы и вид контроля	I текущий контроль	II текущий контроль	III текущий контроль	Итого	Промежуточная аттестация
Подготовительный	ТК1	5			5	
Составление конспекта рекомендуемой литературы		5				
Рабочий	ТК2		30		30	
Выполнение индивидуальных заданий			30			
Отчетный	ТК3			20	20	
Оформление отчетных документов				20		
Промежуточная аттестация (зачет с оценкой)	ОМ					0-45

2. Оценочные материалы текущего контроля и промежуточной аттестации

Шкала оценки результатов обучения по дисциплине:

Код компетенции	Код индикатора компетенции	Запланированные результаты обучения по дисциплине	Уровень сформированности индикатора компетенции			
			Высокий	Средний	Ниже среднего	Низкий
			от 85 до 100	от 70 до 84	от 55 до 69	от 0 до 54

			Шкала оценивания			
			отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно
			зачтено			не зачтено
ПК-1	ПК-1.1	знать:				
		знает технологии и медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде	в целом знает технологии и медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде, допускает незначительные ошибки	плохо знает технологии и медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде, допускает грубые ошибки	не знает технологии и медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде	
		уметь:				
		умеет применять технологии и медиапланирования в онлайн и офлайн среде	умеет применять технологии и медиапланирования в онлайн и офлайн среде, допускает незначительные ошибки	плохо умеет применять технологии и медиапланирования в онлайн и офлайн среде, допускает грубые ошибки	не умеет применять технологии и медиапланирования в онлайн и офлайн среде	
		владеть:				
		Владеет онлайн и офлайн-инструментами продвижения коммуникационного продукта	в целом владеет онлайн и офлайн-инструментами продвижения коммуникационного продукта, допускает незначительные ошибки	плохо владеет онлайн и офлайн-инструментами продвижения коммуникационного продукта, допускает грубые ошибки	не владеет онлайн и офлайн-инструментами продвижения коммуникационного продукта	
	ПК-1.2	знать:				
		знает	в целом	плохо	не знает	

			основные коммуникативные технологии	знает основные коммуникативные технологии, допускает незначительные ошибки	знает основные коммуникативные технологии, допускает грубые ошибки	основные коммуникативные технологии
		уметь:				
			умеет применять коммуникативные технологии при подготовке продукта в рекламы и связей с общественностью	умеет применять коммуникативные технологии при подготовке продукта в рекламы и связей с общественностью, допускает незначительные ошибки	плохо умеет применять коммуникативные технологии при подготовке продукта в рекламы и связей с общественностью, допускает грубые ошибки	не умеет выбирать применять коммуникативные технологии при подготовке продукта в рекламы и связей с общественностью
		владеть:				
			владеет методами приемами имиджмейкинга	в целом владеет методами приемами имиджмейкинга, допускает незначительные ошибки	плохо владеет методами приемами имиджмейкинга, допускает грубые ошибки	не владеет методами приемами имиджмейкинга
		знать:				
	ПК-1.3		знает технологии и организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами	в целом знает технологии и организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами, допускает незначительные	плохо знает технологии и организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами, допускает грубые	не знает технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами

			льные ошибки	ошибки	
		уметь:			
		умеет определять потребности целевых групп	умеет определять потребности целевых групп, допускает незначительные ошибки	плохо умеет определять потребности целевых групп, допускает грубые ошибки	не умеет определять потребности целевых групп
		владеть:			
		владеет навыками подготовки и продуктов в рекламе	владеет навыками подготовки и продуктов в рекламе, допускает незначительные ошибки	плохо владеет навыками подготовки и продуктов в рекламе, допускает грубые ошибки	не владеет навыками и подготовки продуктов в рекламе
		знать:			
		знает принципы создания корпоративной культуры организации	знает принципы создания корпоративной культуры организации, допускает незначительные ошибки	плохо знает принципы создания корпоративной культуры организации, допускает грубые ошибки	не знает принципы создания корпоративной культуры организации
		уметь:			
	ПК-1.4	умеет применять инструменты внутренних коммуникаций	умеет применять инструменты внутренних коммуникаций, допускает незначительные ошибки	плохо умеет применять инструменты внутренних коммуникаций, допускает грубые ошибки	не умеет применять инструменты внутренних коммуникаций
		владеть:			
		владеет навыками проведения	владеет навыками анализа	плохо владеет навыками	не владеет навыками

			ия внутрико рпоратив ных мероприя тий	трендов при создании текстов рекламы и связей с обществе нностью, допускает незначите льные ошибки	анализа трендов при создании текстов рекламы и связей с обществе нностью, допускает грубые ошибки	и анализа трендов при создании текстов рекламы и связей с обществе нностью
ПК-1.5	знать:					
		знает современ ные техническ ие средства и	знает современ ные техническ ие средства и, допускает незначите льные ошибки	плохо знает современ ные техническ ие средства и, допускает грубые ошибки	не знает современ ные техничес кие средства и	
	уметь:					
		умеет применят ь основные технологии и цифровых коммуника ций	умеет применят ь основные технологии и цифровых коммуника ций, допускает незначите льные ошибки	плохо умеет создавать коммуника ционный продукт с учетом характери стик целевой аудитории, допускает грубые ошибки	не умеет применят ь основные технолог ии цифровы х коммуни каций	
владеть:						
	владеет инструме нтами подготовк и продукто в рекламы и связей с обществе нностью	владеет инструме нтами подготовк и продукто в рекламы и связей с обществе нностью, допускает незначите льные ошибки	плохо владеет инструме нтами подготовк и продукто в рекламы и связей с обществе нностью, допускает грубые ошибки	не владеет инструме нтами подготов ки продукто в рекламы и связей с обществе нностью		

Оценка **«отлично»** выставляется за выполнение всех утвержденных руководителем практики пунктов индивидуального задания в требуемом объеме и качестве, полные и содержательные ответы при собеседовании по отчету.

Оценка **«хорошо»** выставляется за выполнение всех утвержденных руководителем практики пунктов индивидуального задания в достаточном объеме и качестве, правильные ответы при собеседовании по отчету, допускаются незначительные ошибки.

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется за выполнение утвержденных руководителем практики пунктов индивидуального задания.

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется за отсутствие утвержденных руководителем практики пунктов индивидуального задания.