

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков
Должность: директор
Дата подписания: 18.05.2026 15:01:24
Уникальный программный ключ:
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

Приложение 6
к образовательной программе

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

Б2.В.04(Пд) Преддипломная практика

(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

42.03.05 «Медиакоммуникации

(код, наименование направления подготовки/специальности)

Медиапродюсирование и медиаменеджмент

(наименование образовательной программы)

бакалавр

(квалификация)

очная

(форма обучения)

Год набора - 2026

Санкт-Петербург

Автор(ы)-составитель(и) РПП:

Юмашева И.А., к.пед.н., доцент кафедры журналистики и медиакоммуникаций

Заведующий кафедрой:

Ким М.Н., д.ф.н., профессор, заведующий кафедрой журналистики и медиакоммуникаций

Рабочая программа практики Б2.В.04(Пд) Преддипломная практика одобрена на заседании кафедры журналистики и медиакоммуникаций факультета социальных технологий Северо-западного института управления.

протокол № 4 от «09» апреля 2026 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Вид, тип практики и способы ее проведения
2. Соотнесение результатов обучения по практике с планируемыми результатами освоения образовательной программы
3. Объем и место практики в структуре образовательной программы
4. Содержание практики
5. Оценочные материалы для промежуточной аттестации по практике
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение практик
7. Материально-техническое обеспечение практики

1. Вид, тип практики и способы ее проведения

Преддипломная практика – это вид учебной деятельности студента, которая ориентирована на получение опыта профессиональной деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью.

По типу практика является преддипломной практикой. В учебном плане очной формы обучения практика имеет выделенный лимит времени и является стационарной (или выездной) и концентрированной.

Форма проведения практики: практика включает в себя (1) непосредственное участие в работе соответствующих организаций или профильных подразделений организаций под контролем руководителей практики от баз практики, (2) сбор материал для квалификационной работы, (3) подготовку отчета о практике, (4) защиту отчета о практике.

Практика может проходить в рекламном агентстве, учебном медиацентре факультета социальных технологий СЗИУ РАНХиГС под контролем директора учебного медиацентра.

Подбор объектов практики, согласование условий договора, документальное сопровождение, мониторинг прохождения практик студентами посредством взаимодействия с органами власти, предприятиями, учреждениями и организациями осуществляет выпускающая кафедра журналистики и медиакоммуникаций.

2. Соотнесение результатов обучения по практике с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Практика Б2.В.03(П) Профессионально-проектная практика обеспечивает формирование следующих компетенций (частей компетенций):

Код и наименование компетенции*	Код и наименование индикатора достижения компетенции*	Код и наименование образовательного результата*
ПК-1. Способен выполнять функции по разработке общей организационно-маркетинговой концепции и планированию деятельности редакции.	ПК-1.1 Владеет основами гражданского законодательства РФ, основами планирования и организации внутриорганизационной логистики, маркетинговых технологий, технологий эффективной работы на рынке и оценки конкурентоспособности, принципы и подходы к организации и планированию журналистской работы, профессиональную этику журналистской деятельности, а также правила охраны труда, производственной санитарии и пожарной безопасности	ПК-1.1. 3-1. Знает гражданское законодательство РФ
		ПК-1.1. 3-2. Знает маркетинговые технологии
		ПК-1.1. 3-3. Знает основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации
		ПК-1.1. 3-4. Знает корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность
		ПК-1.1. 3-5. Знает правила охраны труда, производственной санитарии и пожарной безопасности
		ПК-1.1. У-1. Умеет использовать современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты
ПК-1.1. У-2. Умеет находить и		

		<p>анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа</p> <p>ПК-1.1. У-3. Умеет вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)</p> <p>ПК-1.1. У-4. Умеет составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договоров</p> <p>ПК-1.1. У-5. Умеет выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей</p> <p>ПК-1.1. У-6. Умеет составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования</p>
	<p>ПК-1.2. Выполняет функции по разработке общей концепции и планированию деятельности редакции, согласованию и внедрению маркетинговой стратегии, включая ценовую политику и формирование проекта бюджета на реализацию мероприятий по продвижению медиапродукции, представляет проекты управленческих решений по продвижению медиапродукции руководству, анализирует большой объем информации с использованием современных инфокоммуникационных технологий (ИКТ) и средств связи, соблюдает тайм-менеджмент работ в соответствии с требованиями организации и технологическим процессом</p>	<p>ПК-1.2.3-3. Знает маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента</p> <p>ПК-1.2. 3-4. Знает технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов</p> <p>ПК-1.2. У-1. Умеет использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты</p> <p>ПК-1.2. У-2. Умеет разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга</p> <p>ПК-1.2. У-3. Умеет интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций</p> <p>ПК-1.2. У-4. Умеет осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение</p>
<p>ПК-2. Способен самостоятельно осуществлять поиск событийно-фактического материала и</p>	<p>ПК-2.1. Владеет комплексом знаний по источникам достоверной информации, технологиям и методам ее</p>	<p>ПК-2.1. 3-3. Знает методику интервьюирования</p> <p>ПК-2.1. У-1. Умеет пользоваться современными информационно-</p>

выполнять редакционное задание.	сбора, информационной специализации СМИ, приемам выстраивания сюжета, принципам и подходам к планированию журналистской работы, профессиональной этики журналистской деятельности, а также правилам охраны труда, производственной санитарии и пожарной безопасности	коммуникационными технологиями связи
	ПК-2.2. Выполняет планирование деятельности редакции, самостоятельно осуществляет поиск событий и фактов как основы материала, согласовывает темы материала с редакцией, в том числе выполнять редакционное задание и производить сбор информации в соответствии со своей специализацией, изучает специфику освещаемой темы, определяет сюжетную линию материала, а также участвует в разработке графика работ по полученным редакционным заданиям	<p>ПК-2.2. 3-2. Знает профессиональную этику журналистской деятельности</p> <p>ПК-2.2. 3-4. Знает основы психологии общения</p> <p>ПК-2.2. У-2. Умеет организовывать и проводить интервью</p> <p>ПК-2.2. У-3. Умеет использовать современные технические средства для фотосъемки, видео-, аудиозаписи информации</p> <p>ПК-2.2. У-4. Умеет использовать приемы коммуникации, выступать публично</p> <p>ПК-2.2. У-5. Умеет работать в кадре, перед микрофоном (для теле-, радио- и мультимедийного корреспондента)</p>
ПК-3. Способен выполнять функции по организации работы съемочной группы и освещению событий в прямом эфире и он-лайн трансляциях сетевых СМИ.	ПК-3.1. Владеет нормативной документацией, законодательством РФ в сфере СМИ, методиками и техниками интервьюирования, основами психологии общения и операторского искусства, а также профессиональной этику журналистской деятельности	<p>ПК-3.1. 3-1. Знает законодательство Российской Федерации и иные нормативные правовые акты, методические и нормативные документы, регламентирующие деятельность средств массовой информации</p> <p>ПК-3.1. 3-2. Знает историю России, новейшей истории и основы международной политики</p> <p>ПК-3.1. У-1. Умеет изучать и анализировать отечественные и зарубежные источники информации по тематике создаваемых продуктов</p> <p>ПК-3.1. У-2. Умеет определять актуальные и интересные темы для потребителей продуктов телерадиовещательных СМИ</p> <p>ПК-3.1. У-3. Умеет использовать особенности литературного, делового, научного стилей в письменной речи</p> <p>ПК-3.1. У-4. Умеет подбирать темы для</p>

		<p>материалов, планировать освещение событий, находить экспертов и комментаторов</p> <p>ПК-3.1. У-5. Умеет принимать оперативные обоснованные решения</p>
	<p>ПК-3.2. Выполняет функции по организации работы съемочной группы, освещению событий в прямом эфире и он-лайн трансляциях сетевых СМИ, в том числе по заданию редакции и собственной инициативе формировать контакты с целью создания материала, формулирует вопросы интервьюирования, выезжает на места освещаемых событий и вести их фото-, видео-, аудиофиксирование</p>	<p>ПК-3.2. 3-1. Знает современные технические средства и технологии для создания медийных продуктов</p> <p>ПК-3.2. 3-2. Знает передовой отечественный и зарубежный опыт</p> <p>ПК-3.2. У-1. Умеет определять постановочную сложность, стоимость и источники ресурсного обеспечения создания и реализации нового продукта</p> <p>ПК-3.2. У-2. Умеет использовать методы эффективного менеджмента для создания производственного графика и применения технологий</p> <p>ПК-3.2. У-3. Умеет использовать необходимое программное обеспечение</p>
<p>ПК-4. Способен осуществлять поиск идей/материалы и оценивать оригинальность идеи нового продукта, а также определять актуальность и целевую аудиторию нового продукта.</p>	<p>ПК-4.1. Владеет законодательством Российской Федерации и иными нормативными правовые акты, методическими и нормативными документы, регламентирующими деятельность средств массовой информации; историей России, новейшей истории и основами международной политики; корпоративными требованиями к продуктам телерадиовещательных СМИ; современными информационно-коммуникационными технологиями; информационной специализацией СМИ; конъюнктурой медийного рынка, мировыми тенденциями в медиаиндустрии</p>	<p>ПК-4.1. 3-1. Знает достоверные источники информации</p> <p>ПК-4.1. У-1. Умеет определять, находить и разрабатывать актуальные интересные темы для целевой аудитории</p> <p>ПК-4.1. У-4. Умеет анализировать большой объем информации</p>
	<p>ПК-4.2. Применяет современные ИКТ для анализа информации из различных источников, определяет степень ее достоверности, ориентируется в новостном пространстве, информационном поле; планирует освещение</p>	<p>ПК-4.2. 3-2. Знает Технологии и методы поиска информации</p> <p>ПК-4.2. 3-4. Знает приемы выстраивания сюжета, принципы и подходы к планированию журналистской работы</p> <p>ПК-4.2. У-2. Умеет пользоваться современными средствами связи,</p>

	<p>значимых событий; находит информацию, выявляет и использует различные источники информации; анализирует социально значимые процессы и явления и по результатам анализа выделяет ключевые моменты в исходном материале для последующего использования в новом продукте; прогнозирует успешность будущего медиапродукта</p>	<p>информационно-коммуникационными технологиями для поиска информации</p>
<p>ПК-5. Способен выполнять организационно-управленческие функции по разработке и реализации проекта сценарного материала</p>	<p>ПК-5.1. Владеет грамматикой, стилистикой и фонетикой русского языка с целью осуществления профессиональной деятельности, основы создания и редактирования медиатекстов, принципами и методами построения материалов в соответствии с законодательством Российской Федерации и иных нормативных правовых актов, методических и нормативных документов, регламентирующих деятельность СМИ и медиа</p>	<p>ПК-5.1. 3-1. Знает методы проверки и оценки достоверности информации</p> <p>ПК-5.1. 3-4. Знает требования к формату материала</p> <p>ПК-5.1. У-3. Умеет использовать методы обработки и редактирования информации с использованием современных технических средств</p>
	<p>ПК-5.2. Выполняет функции по инициированию творческих идей для создания нового продукта, формированию требований к создаваемому сценарному материалу, ведению переговоров (переписки) с авторами (сценаристами) по определению стоимости работ и сроков подготовки сценарного материала, контролю сроков выполнения работ по подготовке сценарного материала, оценке качества сценарного материала, в случае необходимости формулирование требований по доработке и внесению необходимых изменений</p>	<p>ПК-5.2. 3-1. Знает грамматику и стилистику русского и иностранного языка, необходимого для осуществления трудовых обязанностей</p> <p>ПК-5.2. 3-2. Знает специальные знания в информационной специализации СМИ</p> <p>ПК-5.2. 3-3. Знает принципы построения материалов в соответствии с законами жанра</p> <p>ПК-5.2. 3-4. Знает основы линейного и нелинейного монтажа</p> <p>ПК-5.2. У-1. Умеет выстраивать сюжет материала согласно сценарным законам</p> <p>ПК-5.2. У-2. Умеет расставлять акценты на значимых деталях в итоговом материале</p> <p>ПК-5.2. У-3. Умеет формулировать заголовки для материала</p> <p>ПК-5.2. У-4. Умеет готовить материалы в соответствии с требованиями редакции</p>
<p>ПК-6</p>	<p>ПК-6.1. Владеет основными</p>	<p>ПК-6.1. 3-1. Знает гражданское</p>

<p>Способен выполнять функции по определению производственной и ресурсной мощности, необходимой для создания продукта.</p>	<p>положениями законодательства Российской Федерации в области размещения заказов на поставки товаров, выполнения работ, оказания услуг для государственных и муниципальных нужд, трудового законодательства Российской Федерации, современными техническими средствами и технологиями для создания медийных продуктов, передовой отечественный и зарубежный опыт, методами и инструментами эффективного менеджмента, основами экспертного анализа и методами оценки рисков, основами бюджетирования и медиапроизводства, драматургии, режиссуры и монтажа, основными сведения о телекоммуникационных системах, применяемых для телевизионного и радиовещания, принципами творческо-постановочного и технологического процессов подготовки и создания медиапрограмм</p>	<p>законодательство Российской Федерации</p> <p>ПК-6.1. У-2. Умеет находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа</p>
	<p>ПК-6.2. Выполняет функции по определению производственной мощности, необходимой для создания медиапродукта, формированию оптимального плана подготовки и реализации продукта, разработке производственного графика создания продукта, оценке творческой, по оптимизации расходов создания и реализации нового продукта и возможных рисков при создании продукта, расчету финансовых средств, необходимых для создания нового продукта, выявлению необходимости привлечения дополнительного финансирования (инвестиций), обоснованию целесообразности создания продукта, его идейно-художественного значения, окупаемости и прибыльности, подготовке финансовых предложений для инвесторов/спонсоров и поиску инвесторов/спонсоров, проведение с ними переговоров</p>	<p>ПК-6.2. З-3. Знает корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность</p> <p>ПК-6.2. У-4. Умеет анализировать результаты продвижения продукции СМИ на основе полученных данных</p>

	и заключение соглашений.	
ПК-7. Способен выполнять функции по формированию рекомендаций для создания промороликов, презентационных материалов, разработке маркетинговых планов продвижения продукции самостоятельно или совместно с отделом маркетинга/рекламы.	ПК-7.1. Владеет законодательством Российской Федерации о рекламе, методами проведения рекламных кампаний, включая сетевые возможности продвижения контента, технологиями медиапроизводства, программное обеспечение и аппаратные средства мультимедиа, основами компьютерной графики и анимации, компьютерные музыкальные технологии и звуковой дизайн мультимедиапрограмм, техническими средствами телерадиовещания, передовым отечественным и зарубежным опытом производства и продвижения продукции телерадиовещания	ПК-7.1. 3-1. Знает гражданское законодательство Российской Федерации ПК-7.1. 3-2. Знает основные принципы организации рекламной кампании ПК-7.1. У-1. Умеет использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии
	ПК-7.2. Выполняет функции по формированию рекомендаций для создания промороликов, разработке маркетинговых планов продвижения продукции самостоятельно или совместно с отделом маркетинга/рекламы, созданию презентационного/рекламного материала, организации проведения рекламных кампаний совместно с подразделением маркетинга, ведению переговоров с представителями телеканалов/радиостанций для согласования сетки вещания, организации творческого и производственного процессов, рациональной расстановке кадров, координации деятельности основного и вспомогательного состава рабочей группы для выполнения комплекса работ на протяжении всего производственного процесса.	ПК-7.2. 3-4. Знает основы проектной деятельности ПК-7.2. 3-5. Знает корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность

**Заполняется на основании Приложения 1 к образовательной программе*

3. Объем и место практики в структуре образовательной программы

Объем практики. Общая трудоемкость практики – 6 зачетных единиц (216 академич.ч.).

Контактная работа:

- групповые консультации – 2 ч.;
- самостоятельная работа обучающихся – 212 ч.

Реализуется с применением дистанционных образовательных технологий (далее – ДОТ).

Место практики в структуре ОП ВО. Преддипломная практика (Б2.В.04(Пд)) проводится в 8 семестре 4 курса обучения. В процессе прохождения данного вида практики студенты применяют знания, полученные при изучении всех дисциплин направления подготовки.

Преддипломная практика опирается на навыки, приобретенные в процессе прохождения производственной практики, и становится основой для выполнения квалификационной работы.

Освоение компетенций готовит обучающегося к решению проектного, маркетингового и технологического типов задач в будущей профессиональной деятельности.

Форма промежуточной аттестации – дифференцированный зачет.

4. Содержание практики

№ п/п	Этапы (периоды) практики	Виды работ	Трудоемкость, ак.ч	
			Конт.раб	Сам.раб
1	Организационно-подготовительный	Вводное занятие (лекция: инструктаж по технике безопасности; инструктаж по подготовке отчета и процедуре защиты)	2	2
2	Основной	Общая характеристика организации. Знакомство с нормативной базой организации. Характеристика информационной, рекламной и медийной деятельности организации: Анализ деятельности подразделения и сотрудника (сотрудников), отвечающего за связи с общественностью. Анализ плана работы подразделения, отвечающего за связи с общественностью. Анализ внутренних и внешних медиа-мероприятий. Анализ методов взаимодействия с целевыми группами организации. Приобретение практического опыта		200

		профессиональной деятельности: Участие в текущих мероприятиях организации. Участие в продвижении образовательных направлений СЗИУ РАНХиГС в социальных сетях с применением рекламных и медиа-технологий.		
3	Отчетный	Защита отчета о практике. Доклад на отчетной конференции или собеседование с руководителем практики. Зачет с оценкой	2	3

5. Оценочные материалы для промежуточной аттестации по практике

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета с оценкой. Оценочные материалы промежуточной аттестации включают в себя: перечень отчетных документов по практике, представляемых по завершении практики, и вопросы к зачету с оценкой.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета с оценкой.

Дифференцированный зачет проводится с применением следующих методов: защита отчета о практике в форме собеседования с преподавателем или доклада на отчетной конференции по практике.

Дифференцированный зачет в ДОТ проводится с применением следующих методов: защита отчета о практике в форме дискуссии с преподавателем при представлении устного доклада и презентации на платформе MS Teams.

Оценочные материалы промежуточной аттестации (формы отчетности по практике)

По завершении практики в каждом семестре студент представляет на кафедру следующий пакет документов:

1. Индивидуальное задание на практику формируется с учетом особенностей и характеристик деятельности организации, выступающей базой практики (шаблон задания в Приложении 1).

2. Отчет о практике. Отчет должен быть представлен на кафедру, как правило, в течение недели после окончания срока практики (требования к оформлению отчета о практике в Приложении 2).

В отчете студента о практике должно быть отражено:

- место и время прохождения практики;
- характеристика документов профильной организации;
- анализ функций и специфики работы профильной организации;
- анализ целевой аудитории потребителей услуг профильной организации;
- краткое изложение содержания и выполнения программы практики и индивидуального задания;
- описание практических задач, решаемых студентом за время прохождения учебной практики на каждом этапе (в формате дневника практики – шаблон дневника практики в Приложении 4);
- анализ наиболее сложных и/или типичных случаев из деятельности организации, которые изучил студент;

- указания на затруднения, которые возникли при прохождении практики;
- описание навыков, приобретенных за время практики;
- какую помощь оказывали студенту руководители практики от базы практики и кафедры;

- предложения по организации труда на соответствующем участке работы.

На основе отчета о практике студент готовит доклад для отчетной конференции по практике или проходит собеседование с руководителем практики, по итогам выставляется оценка.

3. Отзыв руководителя практики от базы практики (профильной организации) (шаблон отзыва в Приложении 3).

В отзыве от базы практики содержится краткая характеристика деятельности студента на практике и оцениваются навыки, активность, дисциплина студента, помощь организации, качество и достаточность собранного материала для отчета и выполненных работ, поощрения и т.п.

Отзыв должен быть скреплен печатью организации и заверен подписью руководителя практики от базы практики.

4. Отзыв-характеристика о результатах прохождения практики от кафедрального руководителя практики (шаблон отзыва-характеристики в Приложении 5).

Отзыв-характеристика должен быть заверен подписью руководителя практики от кафедры.

5. План-график прохождения практики (шаблон в Приложении 6).

План график должен быть подписан студентом и кафедральным руководителем практики.

По завершении практики руководитель практики от кафедры заполняет отчет о практике (шаблон отзыва в Приложении 7).

По факту передачи отчетности о практике на кафедру составляется акт сверки документов по организации и проведению практики обучающихся (шаблон акта сверки в Приложении 8).

В условиях ДОТ студент предоставляет скан подписанного отзыва. При невозможности предоставить скан подписанного в организации отзыва текст отзыва на бланке организации должен быть отправлен на корпоративную почту руководителя практики с официального электронного адреса организации.

В условиях ДОТ на основе отчета о практике студент готовит доклад с презентацией, с которым выступает при защите отчета о практике на дифференцированном зачете на платформе MS Teams.

Основой для выставления оценки за практику является 1) качество и полнота выполнения индивидуального задания (индивидуальных заданий), 2) качество оформления отчетных документов; 3) качество защиты отчета о практике; 4) рекомендация профильной организации (базы практики) по общей оценке за практику.

Особенности оформления отчета о практике

Примерное содержание основной части отчета о практике:

1. Аналитический обзор нормативной базы организации (устав, положения, инструкции, регламенты, должностные инструкции, правила внутреннего распорядка).

2. Анализ деятельности подразделения и сотрудника (сотрудников), отвечающего за связи с общественностью (трудовые обязанности, специфика разделения функций между сотрудниками).

3. Анализ методов взаимодействия с целевыми группами организации (анализ СМИ, в том числе корпоративных, собеседование с руководством организации, анализ PR и рекламных мероприятий и др.).

4. Анализ внутренних PR-мероприятий (краткая характеристика параметров мероприятий). Участие в текущих мероприятиях (описывается конкретное задание

студента, вклад студента в организацию и проведение мероприятия, созданные студентом тексты входят в приложение к отчету).

5. Дневник практики (в таблице представлен временной период и сущность практических задач, решаемых студентом за время прохождения учебной практики на каждом этапе).

6. Анализ мероприятий по продвижению образовательных услуг Академии в социальных сетях.

7. Анализ плана работы подразделения, отвечающего за связи с общественностью.

В условиях ДОТ студент направляет на корпоративную почту руководителя практики отчет о практике в электронном виде со сканом первой страницы с подписью. По завершении практики распечатанный отчет о практике и отзыв должны быть переданы на кафедру.

Особенности оформления доклада по отчету о практике

Доклад по отчету о практике студент готовит для конференции или собеседования с преподавателем. Доклад может сопровождаться презентацией.

Регламент для защиты отчета о практике – 10 минут.

При подготовке презентации к докладу студенты руководствуются следующими рекомендациями:

1. Используйте рубленые шрифты (Arial или Tahoma). Размер шрифта крупный: для основного текста – не менее 16pt, заголовки ≥ 20 pt.

2. Важно подобрать правильное сочетание цветов для фона и шрифта. Они должны контрастировать: на светлом фоне темный шрифт.

3. Слайды лучше оформлять в едином стиле.

4. Первый слайд должен содержать название доклада, ФИО членов проектной группы. Каждый слайд, как правило, имеет заголовок.

5. Предпочтительно использование программного продукта MS PowerPoint.

6. Презентация начинается с аннотации, где на одном-двух слайдах дается представление, о чем пойдет речь.

7. Презентация не заменяет, а дополняет доклад. Не надо писать на слайдах все то, что вы собираетесь сказать словами.

8. Не перегружайте слайд информацией. Не делайте много мелкого текста. При подготовке презентации рекомендуется в максимальной степени использовать графики, схемы, диаграммы и модели с их кратким описанием. Фотографии и рисунки делают представляемую информацию более интересной и помогают удерживать внимание аудитории, давая возможность ясно понять суть предмета. Длинные перечисления или большие таблицы с числами бессмысленны – лучше постройте графики.

9. Если Вы чувствуете себя хоть немного неуверенно перед аудиторией, то напишите свою речь. Озвучивание одной страницы (формат А4, шрифт 14pt, полуторный интервал) занимает 2 минуты. Потренируйтесь выступать с вашей презентацией. Пусть кто-то послушает и скажет, в чем ваши ошибки, впечатление о выступлении, что интересно, что непонятно, как Вы выглядели.

10. Оптимальная скорость переключения – один слайд за 1–2 минуты. Слушатели должны успеть воспринять информацию и со слайда, и на слух. Рекомендация: число слайдов равно продолжительности выступления в минутах.

11. Следите за временем! Регламент для презентации – 10 минут.

12. Первые же фразы должны интриговать. Например, можно сказать о том, насколько сложной или насколько важной является данная задача, или о том, насколько неожиданным будет решение – это позволит удержать внимание слушателей до конца. Но тогда концовка действительно должна оказаться нетривиальной, иначе слушатель будет разочарован. Запомните, у Вас только 20 секунд в начале доклада для того, чтобы привлечь внимание слушателей. Если за это время не прозвучит нечто поистине интригующее (или хотя бы хорошая шутка), вернуть внимание будет очень сложно.

13. Люди лучше запоминают то, что увидели последним!

14. Заранее продумайте возможные проблемы с техникой. Заранее скопируйте на рабочий стол файл с презентацией и проверьте, как он работает, с первого до последнего слайда. Обязательно имейте при себе копию презентации на флэш-карте. Проверьте, нет ли проблем с отображением шрифтов. Целесообразно иметь при себе как PPT презентацию (в случае подготовки презентации в MS Office), так и PDF версию (но показ PDF версии презентации автоматически налагает ограничения на используемые визуальные эффекты).

15. Музыкальное сопровождение (при его наличии) должно соответствовать теме и нести смысловую нагрузку.

16. В последнем слайде презентации следует привести пронумерованный перечень фактически использованной литературы с указанием авторов, наименования места издания, издательства и года издания.

<i>Оценочные средства (формы текущего и промежуточного контроля)</i>	<i>Показатели оценки</i>	<i>Критерии оценки</i>
Отчет о практике	Наличие всех структурных частей отчета, качество заполнения отчета, характер оценки от базы практики, предоставление отчета кафедральному руководителю в установленный срок	Материал в каждой части отчета представляет собой результат аналитической обработки документов, есть оценка от базы практики (хорошо или отлично), соблюдены сроки отчетности – 85 баллов. Материал не в каждой части отчета представляет собой результат аналитической обработки документов, нет анализа работы на практике, есть оценка от базы практики (хорошо или отлично), соблюдены сроки отчетности – 71 балл. Материал не в каждой части отчета представляет собой результат аналитической обработки документов, нет анализа работы на практике, есть положительная оценка от базы практики, нарушены сроки отчетности – 51 балл.
Доклад (с презентацией) для выступления на конференции или собеседования с преподавателем	Доклад (с презентацией) подготовлен на основе отчета о практике	Доклад отражает все разделы отчета – 15 баллов Доклад отражает не все разделы отчета – 8 баллов Доклад не подготовлен – 0 баллов
Зачет с оценкой	Качество представленных студентом оценочных материалов	Итоговые баллы за отчет и доклад в соответствии со шкалой оценивания (таблица № 6).

Основой для определения итоговой оценки за практику служит соответствие содержания отчета требованиям настоящей программы, в частности:

- твердые и полные знания всего материала отчета, правильного понимания сущности и взаимосвязи изложенной в нем информации;
- логически последовательные и содержательные материалы в каждой части отчета в соответствии с индивидуальным заданием;

- владение актуальной информацией о предприятии (организации, фирме), на котором осуществлялась практика;
- соответствия отчета по структуре, содержанию и объему предъявляемым требованиям настоящей программы;
- предоставления отчета в установленный срок.

Перечень вопросов открытого типа к зачету с оценкой по практике

1. Особенности проектов масс-медиа и особенности их моделирования.
2. Этапы моделирования медиапроекта.
3. Рабочая среда, ее значение для медиапроекта.
4. Понятие ключевой бизнес-концепции масс-медиа.
5. Первичный бизнес-план медиапроекта, его значение для создания проекта и последующего управления им.
6. Программы тактического и стратегического бизнес-моделирования в медиа.
7. Этапы реализации медиапроекта
8. «5Р» маркетинг-микса. Формула аудитории медиапроекта.
9. Поиск ниши и позиционирования медиапроекта.
10. Распространение и продвижение медиапродукта.
11. Основные факторы PEST-анализа и специфика проведения.
12. SWOT-анализ как метод стратегического планирования.
13. Мультимедийный контент в современных СМИ.
14. Новые медиа и традиционные СМИ в Интернете.
15. Контент СМИ для мобильных устройств.
16. Общередакционные расходы.
17. Фонд оплаты труда. Системы оплаты труда журналистов.
18. Издательские расходы.
19. Литературный гонорар.
20. Производственные расходы. Стоимость бумаги, типографских работ, распространения.
21. Налоги. Доходная часть бюджета. Выручка от реализации тиража.

Шкала оценивания

Оценка соответствия с формой аттестации		Формулировка требований к степени освоения практики
ЗАЧТЕНО	ОТЛИЧНО	<i>Студент показывает полные и глубокие знания проектного материала, логично и аргументировано отвечает на поставленный вопрос, а также дополнительные вопросы, показывает высокий уровень теоретических знаний</i>
ЗАЧТЕНО	ХОРОШО	<i>Студент показывает глубокие знания материала, грамотно его излагает, достаточно полно</i>

		<i>отвечает на поставленный вопрос и дополнительные вопросы, умело формулирует выводы. В то же время при ответе допускает несущественные погрешности.</i>
ЗАЧТЕНО	УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО	<i>Студент показывает достаточные, но не глубокие знания проектного материала; при ответе не допускает грубых ошибок или противоречий, однако в формулировании ответа отсутствует должная связь между анализом, аргументацией и выводами. Для получения правильного ответа требуются уточняющие вопросы.</i>
НЕЗАЧТЕНО	НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО	<i>Студент показывает недостаточные знания проектного материала, не способен аргументировано и последовательно его излагать, допускаются грубые ошибки в ответах, неправильно отвечает на поставленный вопрос или затрудняется с ответом.</i>

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение практик

6.1. Методические рекомендации по составлению Отчета по практике

В процессе практики студенты должны ознакомиться:

- со спецификой работы конкретной организации (подразделения, специалиста) по связям с общественностью, особенности технологий подготовки и проведения медиа-мероприятия в конкретной сфере;

- с организационно-распорядительными документами организации, отражающими особенности ее коммуникативной политики (устав организации, миссия организации, стратегические планы организации);

- с периодическими материалами, издаваемыми рекламным bkb PR-подразделением (корпоративное издание, информационный бюллетень, материалы Интернет-представительства, пресс-релизы и др.);

- с основными инструментами и технологиями, используемыми в работе данного подразделения;

- с целевыми аудиториями организации.

При подготовке отчета по практике студенту необходимо раскрыть следующие содержательные элементы:

- Общая характеристика организации. Знакомство с нормативной базой организации.

- Характеристика информационной, рекламной и медийной деятельности организации:

- Анализ деятельности подразделения и сотрудника (сотрудников), отвечающего за связи с общественностью.

- Анализ плана работы подразделения, отвечающего за связи с общественностью.

- Анализ внутренних и внешних медиа-мероприятий.

- Анализ методов взаимодействия с целевыми группами организации.

- Приобретение практического опыта профессиональной деятельности:

- Участие в текущих мероприятиях организации.

– Участие в продвижении образовательных направлений СЗИУ РАНХиГС в социальных сетях с применением рекламных и медиа-технологий.

По завершении практики в каждом семестре студент представляет на кафедру следующий пакет документов:

1. Индивидуальное задание на практику формируется с учетом особенностей и характеристик деятельности организации, выступающей базой практики (шаблон задания в Приложении 1).

2. Отчет о практике. Отчет должен быть представлен на кафедру, как правило, в течение недели после окончания срока практики (требования к оформлению отчета о практике в Приложении 2).

В отчете студента о практике должно быть отражено:

- место и время прохождения практики;
- характеристика документов профильной организации;
- анализ функций и специфики работы профильной организации;
- анализ целевой аудитории потребителей услуг профильной организации;
- краткое изложение содержания и выполнения программы практики и индивидуального задания;

- описание практических задач, решаемых студентом за время прохождения учебной практики на каждом этапе (в формате дневника практики – шаблон дневника практики в Приложении 4);

- анализ наиболее сложных и/или типичных случаев из деятельности организации, которые изучил студент;

- указания на затруднения, которые возникли при прохождении практики;

- описание навыков, приобретенных за время практики;

- какую помощь оказывали студенту руководители практики от базы практики и кафедры;

- предложения по организации труда на соответствующем участке работы.

На основе отчета о практике студент готовит доклад для отчетной конференции по практике или проходит собеседование с руководителем практики, по итогам выставляется оценка.

3. Отзыв руководителя практики от базы практики (профильной организации) (шаблон отзыва в Приложении 3).

В отзыве от базы практики содержится краткая характеристика деятельности студента на практике и оцениваются навыки, активность, дисциплина студента, помощь организации, качество и достаточность собранного материала для отчета и выполненных работ, поощрения и т.п.

Отзыв должен быть скреплен печатью организации и заверен подписью руководителя практики от базы практики.

4. Отзыв-характеристика о результатах прохождения практики от кафедрального руководителя практики (шаблон отзыва-характеристики в Приложении 5).

Отзыв-характеристика должен быть заверен подписью руководителя практики от кафедры.

5. План-график прохождения практики (шаблон в Приложении 6).

План график должен быть подписан студентом и кафедральным руководителем практики.

По завершении практики руководитель практики от кафедры заполняет отчет о практике (шаблон отзыва в Приложении 7).

По факту передачи отчетности о практике на кафедру составляется акт сверки документов по организации и проведению практики обучающихся (шаблон акта сверки в Приложении 8).

6.2. Дополнительная литература

1. Баринов В.А. Бизнес-планирование: Учебное пособие / В.А. Баринов. — М.: Форум, 2023. — 144 с.
2. Купцова Е. В. Бизнес-планирование. — М.: Юрайт, 2022. — 436 с.
3. Лопарева А. М. Бизнес-планирование. — М.: Юрайт, 2022. — 274 с.
4. Основы бизнес-моделирования СМИ 3-е изд., испр. и доп. Учебное пособие для вузов / Иваницкий В. Л. - Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова (г. Москва), 2021 г. - 239 с. - ISBN 978-5-534-08351-4 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/osnovy-biznes-modelirovaniya-smi-470555>
5. 2. Дизайн новых медиа 2-е изд., испр. и доп. Учебник для вузов / Литвина Т. В. - Московская государственная художественно-промышленная академия имени С.Г. Строганова (г. Москва), 2021 г. - 181 с. - ISBN 978-5-534-10964-1 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/dizaynnovyh-media-473415>
6. 3. Патласов О.Ю. Маркетинг персонала [Электронный ресурс]. – М.: Дашков и К, 2023. – <https://idp.nwipa.ru:2706/reader/book/61042/#1>
7. 4. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью [Электронный ресурс]: профессиональные компетенции. – М.: Издат. дом "Дело" РАНХиГС, 2022. – <http://www.iprbookshop.ru/51076>

6.3. Дополнительная литература

1. Чистякова А.А. Организация рекламного бизнеса [Электронный ресурс]. – М.: Флинта, 2014. – <https://idp.nwipa.ru:2706/reader/book/70426/#1>
2. Шпаковский В.О. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством ВТЛ-коммуникаций [Электронный ресурс]. – М.: Дашков и К, 2015. – <https://idp.nwipa.ru:2706/reader/book/56260/>
3. Морошкин В.А. Бизнес-планирование: Учебное пособие / В.А. Морошкин, В.П. Буров. — М.: Инфра-М, 2018. — 176 с.
4. Немети Л. Стратегии выхода из бизнеса: планирование выхода, опционы, увеличение стоимости бизнеса, управление сделками для владельцев бизнеса / Л. Немети. — М.: Инфотропик Медиа, 2018. — 272 с.
5. Орлова Е.Р. Бизнес-план: Методика составления и анализ типовых ошибок / Е.Р. Орлова. — М.: Омега-Л, 2017. — 168 с.

8.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация

При изучении дисциплины нормативно-правовые документы не используются

8.4 Интернет-ресурсы

Сайты с бесплатным доступом к поисковым системам словарей русского языка:

1) <http://www.gramota.ru>

2) <http://www.slovari.ru>

<http://journalist-virt.ru> - сетевая версия журнала «Журналист».

<http://tv-digest.ru> - “ТВ-Дайджест”- российское сетевое издание о телевидении.

<http://www.kino-teatr.ru/> - «Кинотеатр.ру» - российский портал, посвященный театральной, кино- и медиакритике.

<https://tvkinoradio.ru/> - информационный портал для работников сферы кино, радио и телевидения.

<http://mediatoolbox.ru/> - ресурс, публикующий медиакритические материалы о сетевой журналистике.

<http://newreporter.org/> - «Новый репортер» - портал о новых медиа для профессионалов

<http://mediast.ancia.com/> - «Медиастанция» - ресурс о медиабизнесе для профессионалов.

<https://themediacenter/> - «Media and Journalism» - реферативный сборник зарубежного и российского опыта в медиаотрасли, созданный журналистом и медиаконсультантом Александром Амзиным.

<https://te-st.ru/> - «Теплица социальных технологий» - образовательный проект, направленный на развитие сотрудничества между журналистами и IT-специалистами.

<https://www.gazeta.ru/tech/online-smi/> - спецпроект Gazeta.ru «Новые медиа» о тенденциях в развитии сетевой журналистики.

<http://lgz.ru/tv/> - рубрика «Телевидение» в «Литературной газете».

<http://www.tv-digest.ru/> - “МедиаРевю” - первый российский сайт общественного медиамониторинга и медиакритики. 16. <http://www.sreda-mag.ru> “Среда” - российско-европейский журнал о медиа (электронная версия).

<http://www.tv-kritik.ru/forum/forumdisplay.php?f=18> - форум телезрителей «Телекритик.ру».

<http://mediakritika.by/> - тематический белорусский ресурс на русском языке, посвященный медиакритике.

7. Материально-техническое обеспечение практики

При проведении практики используется материально-техническая база организации, в которой проводится практика.

Для проведения практики необходимо наличие у студентов компьютера и свободного доступа в Интернет (Библиотека СЗИУ, компьютерные классы и классы для самостоятельной работы студента, персональные технические средства студента).

При проведении Публичной апробации результатов исследования необходимо мультимедийное оборудование в случае наличия у студентов презентаций в формате MS PowerPoint.

Приложение 1

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА и ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
при ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ – ФИЛИАЛ РАНХиГС

Факультет социальных технологий
Кафедра журналистики и медиакоммуникаций
Направление подготовки: 42.03.05 «Медиакоммуникации»

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ
для прохождения профессионально-ознакомительной практики

_____ (Ф.И.О. студента)
_____ курс обучения _____ учебная группа № _____

Место прохождения практики _____

(указывается полное наименование организации в соответствии с уставом, а также фактический адрес)

Срок прохождения практики: с « ___ » _____ 20__ г. по « ___ » _____ 20__ г.

1. Материалы, необходимые для прохождения практики:

- 1.1. Нормативные документы организации (устав, правила внутреннего распорядка, отчеты о работе и др.).
- 1.2. Положение о подразделении организации, которое отвечает за рекламу и связи с общественностью.
- 1.3. Должностные инструкции сотрудников подразделения, которое отвечает за рекламу и связи с общественностью.
- 1.4. План работы подразделения, отвечающего за рекламу и связи с общественностью.
- 1.5. Материалы по прошедшим мероприятиям, которые проводило подразделение или сотрудник, отвечающий за рекламу и связи с общественностью.
- 1.6. Материалы к запланированным мероприятиям, за которые отвечает подразделение по связям с общественностью и рекламе.
- 1.7. Материалы по продвижению образовательных направлений Академии.

2. Перечень вопросов, подлежащих изучению:

- 2.1. Общая характеристика организации. Знакомство с нормативной базой организации.
- 2.2. Характеристика информационной, рекламной и PR деятельности организации.
- 2.3. Анализ деятельности подразделения и сотрудника (сотрудников), отвечающего за связи с общественностью.
- 2.4. Анализ плана работы подразделения, отвечающего за связи с общественностью.
- 2.5. Анализ внутренних и внешних PR-мероприятий.
- 2.6. Анализ методов взаимодействия с целевыми группами организации.
- 2.7. Участие в текущих мероприятиях, в том числе в мероприятиях по продвижению образовательных направлений Академии в социальных сетях.

Индивидуальное задание принял: _____ / _____
(Ф.И.О. студента) (подпись)

« ___ » _____ 20__ г.

Руководитель практики: _____ / _____
(Ф.И.О., должность, ученая степень и звание) (подпись)

Приложение 2

Требования к оформлению отчета о практике

По структуре отчет о практике должен включать титульный лист, оглавление, общую часть, заключение, список использованных источников и литературы, приложения к отчету.

1. Титульный лист оформляется по образцу:

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА и ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
при ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ – ФИЛИАЛ РАНХиГС

Факультет социальных технологий
Кафедра журналистики и медиакоммуникаций

Направление подготовки 42.03.05 «Медиакоммуникации»

**Отчет
о прохождении профессионально-ознакомительной практики**

_____ (Ф.И.О. студента)
___ курс обучения _____ учебная группа № _____

Место прохождения практики _____

_____ (указывается полное наименование организации в соответствии с Уставом, а также фактический адрес)

Срок прохождения практики: с «___» _____ 20__ г. по «___» _____ 20__ г.

Руководители практики:

От вуза _____ (Ф.И.О., должность)

От организации _____ (Ф.И.О., должность)

2. Оглавление составляется в соответствии с представленным в отчете материалом.

3. Введение. Во введении формулируется цель и задачи практики (с опорой на программу практики).

4. Основная часть отчета.

В первом разделе основной части отчета о практике представлена общая характеристика организации:

1. Название организации.
2. Адрес.
3. Телефон.
4. Факс.
5. E-mail.
6. Web-сайт.
7. Руководство.
8. Отрасль.
9. Форма собственности. Учредители.
10. Год основания. История.
11. Организационная структура (органиграмма).
12. Численность работающих (факультативно).

13. Принципы деятельности. Миссия и философия (при наличии). Характеристика информационной политики.

14. Производимые продукты/услуги (торговая марка, бренд).

Второй раздел основной части отчета о практике должен содержать аналитическое описание работы согласно этапам практики (перечень подлежащих изучению вопросов в индивидуальном задании на практику):

1. Характеристика информационной, рекламной и PR деятельности организации.

1.1. Характеристика подразделения, в котором была пройдена практика (название отдела, руководитель отдела, структура и функции отдела, в краткой форме должностные обязанности по возможности по каждому сотруднику).

1.2. Анализ деятельности подразделения и сотрудника (сотрудников), отвечающего за связи с общественностью и рекламу.

1.3. Анализ плана работы подразделения, отвечающего за связи с общественностью.

1.4. Информационные (PR, рекламные, маркетинговые и т.п.) проекты за последний год.

1.5. Описание целевых аудиторий отдела (или клиентских групп организации).

Основные методы, используемые в работе отдела (службы).

В третьем разделе основной части отчета о практике могут быть представлены собранные и систематизированные материалы согласно индивидуальному заданию на практику, в том числе фактологический материал в виде таблиц, графиков, диаграмм и т.д., а также описание мероприятий, в которых принял участие студент. Также в этой части отчета студент анализирует личный опыт практической деятельности по продвижению образовательных направлений Академии в социальных сетях с применением рекламных и PR технологий.

В основной части отчета должен быть дневник практики.

5. Заключение. В заключении студент формулирует основные проблемы процесса функционирования отдела (службы) по рекламе и связям с общественностью.

6. Список использованных источников и литературы. На источники могут быть ссылки в тексте отчета.

7. Приложения. В приложения к отчету могут включаться копии документов (нормативных актов, отчетов и др.), изученных и использованных студентом в период прохождения практики, а также таблицы, занимающие более одной страницы; бланки документов, заполненных студентами в процессе сбора материалов; авторские материалы студента; расчеты и другие данные, раскрывающие содержание проделанной на практике работы.

Общие технические требования к оформлению отчета

Текст отчета предоставляется в печатном виде на листах формата А4. Объем отчета должен быть не менее 15 и не более 25 страниц печатного текста. Текст готовится с использованием текстового редактора Microsoft Word (или аналога) через 1,5 интервала с применением 14 размера шрифта Times New Roman.

Все содержащиеся в отчете материалы должны быть помещены в отдельную папку (скоросшиватель) и сброшюрованы.

Каждый раздел отчета должен иметь порядковый номер и заголовок. В пределах разделов могут быть выделены подразделы.

Страницы отчета должны быть пронумерованы и иметь поля: слева 30 мм, справа 10 мм, сверху и снизу – 25 мм.

ОТЗЫВ
РУКОВОДИТЕЛЯ ПРАКТИКИ ОТ ПРОФИЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ
о работе студента в период прохождения практики

Студент

(Ф.И.О.)

факультет социальных технологий

проходил практику в период с _____ по _____ 20__ г.

в _____

(наименование организации)

в _____

(наименование структурного подразделения)

в качестве _____

(должность)

За время прохождения практики _____

(Ф.И.О. студента)

поручалось решение следующих задач:

1. _____

2. _____

3. _____

В период прохождения практики обучающийся проявил _____

(навыки, активность, дисциплина, помощь организации, качество и достаточность собранного материала для отчета и выполненных работ, поощрения и т.п.)

Результаты работы обучающегося:

(Индивидуальное задание выполнено, решения по порученным задачам предложены, материал собран полностью, иное)

По итогам практики обучающийся может (не может) быть допущен к защите отчета по практике.

Считаю, что прохождение практики студентом _____

(Ф.И.О. студента)

заслуживает оценки _____.

(«отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»)

_____ / _____

(Ф.И.О. должность руководителя практики от организации)

(подпись)

«__» _____ 20__ г.

М.П.

Дневник практики (пример заполнения)

Дата	Вид работы
01.06.2025- 07.06.2025	Изучение деятельности компании, работа с нормативно-правовыми документами организации, знакомство с правилами внутреннего распорядка и режимом рабочего времени в организации
08.06.2025- 14.06.2025	Погружение в особенности работы структурного подразделения, выполнение поручений руководителя практики от базы практики
15.06.2025- 21.06.2025	Подготовка и размещение контекстной рекламы и медиаматериалов на информационных площадках (указать)
22.06.2025- 28.06.2025	Посещение школы (указать номер школы, место расположения) с профориентационной беседой с учащимися класса (указать)
29.06.2025- 05.07.2025	Написание и согласование с руководителем практики от кафедры медиаматериалов об образовательных услугах Академии для социальных сетей
06.07.2025- 13.07.2025	Размещение в социальной сети (указать) медиаматериалов об образовательных услугах Академии

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА и ГОСУДАРСТВЕННОЙ
СЛУЖБЫ при ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ – ФИЛИАЛ РАНХиГС

**ОТЗЫВ-ХАРАКТЕРИСТИКА
о результатах прохождения практики**

Обучающийся _____
(Ф.И.О.)

факультета социальных технологий

проходил профессионально-ознакомительную практику

в период с _____ по _____ 20__ г.

в _____
(наименование организации с указанием структурного подразделения)

в качестве _____
(должность)

На время прохождения профессионально-ознакомительной практики

(Ф.И.О. обучающегося)

поручалось решение следующих задач:

1. _____
2. _____
3. _____

За время прохождения практики обучающийся проявил

(навыки, активность, дисциплина, качество и достаточность собранного материала для отчета и выполненных работ, поощрения и т.п.)

Результаты работы обучающегося:

(индивидуальное задание выполнено, решения по порученным задачам предложены, материал собран полностью, иное)

По итогам практики обучающийся допущен (не допущен) к защите отчета по практике.

Руководитель практики

от Института

(должность)

(Ф.И.О.)

(подпись)

« _____ » _____ 20__ г.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА и ГОСУДАРСТВЕННОЙ
СЛУЖБЫ при ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ – ФИЛИАЛ РАНХиГС

УТВЕРЖДАЮ
Руководитель практикой
от кафедры

(ФИО).

«_» _____ 20__ г.

РАБОЧИЙ ПЛАН-ГРАФИК

проведения профессионально-ознакомительной практики	
обучающегося __ курса	
ФИО студента:	
Направление подготовки	42.03.05 Медиакоммуникации
Учебная группа	

№	Наименование этапа практики	Вид работ	Срок прохождения этапа (периода) практики	Форма отчетности
1	Подготовительный этап	Получение задания на практику		Индивидуальное задание
		Заключение договора на практику с организацией		Договор
		Составление плана-графика проведения практики		План-график
2	Основной этап	Анализ нормативных актов, регулирующих структуру и функционирование организации		Отчет по практике
		Выполнение должностных обязанностей специалиста (ответственного лица в штатной структуре организации)		Отчет по практике
		Выполнение индивидуального плана практики студента		Отчет по практике
		Выполнение заданий руководителя практики от организации		Отчет по практике
3	Заключительный этап	Обработка и систематизация фактического и литературного материала		Список литературы и документов изученных в ходе практики
		Подготовка отчета по практике с презентацией		Отчет, презентация

		Защита практики у руководителя практики от кафедры		Зачетная ведомость, зачетная книжка
--	--	---	--	---

Срок прохождения практики: «_» _____ 20__ г. по «_» _____ 20__ г.

Место прохождения практики:

Адрес: _____

График выполнен _____ / _____ /
(подпись студента)

«_» _____ 20__ г.

Отчет руководителя о прохождении практики обучающимися
_____ курс факультета социальных технологий очной форма обучения
группа _____
направление подготовки 42.03.05 «Медиакоммуникации»

1. Указать основную цель назначения данного вида практики согласно учебному плану и графику учебного процесса.
2. Указать место прохождения практики (если мест было несколько, то перечислить).
3. Перечислить Ф.И.О. обучающихся, направленных на практику, с учетом сведений, представленных Центром.
4. Указать сроки проведения практики.
5. Указать основные мероприятия, выполненные руководителем в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учебными планами в ходе организации и проведения практики.
6. Указать насколько данная практика повлияла на приобретение профессиональных навыков обучающихся.
7. Кратко охарактеризовать места прохождения практики и обосновать выбор именно данных мест практики обучающимися.
8. Дать краткий отзыв на указанную группу обучающихся в целом (личное отношение к выполнению заданий, итоги выполнения программы практики).
9. Кратко указать, как охарактеризовали обучающихся руководители от профильных организаций по итогам прохождения обучающимися практики.
10. Указать, в какой форме и когда была проведена защита отчетов о практике.

Кратко указать результаты защиты отчетов.

Руководитель практики от Института: _____
(Ф.И.О., должность)

«__» _____ 20__ г.

Акт
сверки документов по организации и проведению практики обучающихся
очной формы обучения факультета социальных технологий
направления подготовки 42.03.05 «Медиакоммуникации»,

_____ ,
(группы)

направленных на профессионально-ознакомительную практику с _____ по _____ .
(сроки практики)

№	Ф.И.О	Место практики по приказу	Реквизиты договора	Наличие ведомостей итоговой аттестации	Примечание

Отчет руководителя практики от
института _____

(должность, Ф.И.О)

представлен/не представлен

Центр организации
практики обучающихся
(ЦОПО УМУ)

Факультет

(должность)

(должность)

(ФИО)

(ФИО)

(подпись)

(подпись)

Дата

Дата

