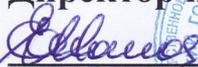
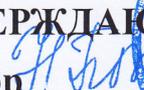


МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ДЕПАРТАМЕНТ НАУЧНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ И ОБРАЗОВАНИЯ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«КРАСНОЯРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт экономики и управления АПК
Кафедра логистики и маркетинга в АПК

СОГЛАСОВАНО:
Директор института
 Шaporова З.Е.

УТВЕРЖДАЮ:
Ректор  Пыжикова Н.И.

" 25 " 2019 г. " 25 " 03 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ
Профессионально-ознакомительная практика

ФГОС ВО

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(код, наименование)

Направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в отрасли (сфера АПК)

Курс 1,4

Семестр 2,7

Форма обучения очная

Квалификация выпускника бакалавр

Красноярск, 2019

Составители:

Сеняков С.В., к.э.н., доцент
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

Генерал «22» 03. 2019г.

Программа разработана в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки (специальности) 42.03.01 и примерной основной профессиональной образовательной программы (при наличии) _____, профессионального стандарта ФГОС ВО «3++».

Программа обсуждена на заседании кафедры протокол № 6-19 «22» 03. 2019г.

Зав. кафедрой В.Ф.Лукиных, д.э.н., доцент
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

Лукиных «22» 03. 2019г.

* - В качестве рецензентов могут выступать работодатели, вузы по профилю, НИИ

Лист согласования рабочей программы

Программа принята методической комиссией института Экономической
управленческой АПК протокол № 7 «15» 03 2019 г.

Председатель методической комиссии

Белова АА

(ФИО, ученая степень, ученое звание)

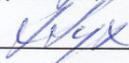


«15» 03 2019 г.

Заведующий выпускающей кафедрой по направлению подготовки (специальности)

Менделеев В. П. 9711 1/091

(ФИО, ученая степень, ученое звание)



«18» 03 2019 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ. КОМПЕТЕНЦИИ ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ.....	5
2. МЕСТО УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОПОП	9
3. ФОРМЫ, МЕСТО И ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ....	9
4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ.....	11
5. НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ И НАУЧНО-ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ НА ПРАКТИКЕ.	15
6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ НА ПРАКТИКЕ.....	16
7. ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ (ПО ИТОГАМ ПРАКТИКИ)	17
8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ.....	18
9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ.....	22
10. ПРОТОКОЛ ИЗМЕНЕНИЙ ППП.....	23

Аннотация

Учебная практика «Профессионально-ознакомительная практика» проходит во 2 и 7 семестре. Продолжительность практики 360 часов.

Основной формой прохождения учебной практики является выезд на экскурсию на конкретное предприятие и подготовка отчета на кафедре согласно индивидуальному заданию.

Прохождение учебной практики связано с получением студентами, конкретной информации о рекламной деятельности организации, ее обработка и представление в удобном для анализа виде, аналитической интерпретацией полученных результатов, оформленных в виде отчета, а также приобретением первичного практического опыта рекламной деятельности в реально функционирующей организации.

Форма проведения практики – полевая, стационарная, распределена – дискретно.

При выборе конкретного предприятия для выезда на экскурсию учитываются критерии, оценивающие наиболее важные стороны для практики студентов:

- предприятие относится к сфере АПК, которое находится на территории Красноярского края, либо иного региона или государства;
- предприятие функционирует на внутреннем и международных рынках, осуществляет экспортную и/или импортную деятельность.

Учебная практика входит в состав основной образовательной программы (ОПОП) направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в отрасли (сфера АПК)» и является одним из важнейших этапов учебного процесса.

Экскурсия на предприятие и отчет об экскурсии помогают студенту систематизировать и закрепить приобретенные теоретические знания, значительно расширить и дополнить их углубленным изучением научной, управленческой и нормативной литературы на кафедре, а также получить практические навыки для работы по будущей профессии.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ. КОМПЕТЕНЦИИ ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ.

Основная цель учебной практики «Профессионально-ознакомительная практика» – углубление полученных теоретических знаний обучающихся в области рекламы и PR, приобретение ими первоначальных практических навыков в решении конкретных проблем в различных сферах и направлениях современной рекламы и связей с общественностью.

В течение учебной практики студенты должны получить знания в области профессиональной деятельности рекламного менеджера организации.

Задачами учебной практики является:

– решение актуальных проблем рекламы, ознакомление с реальной и актуальной информацией по рекламе конкретного предприятия, анализ полученной информации.

– приобретение первоначальных навыков сбора материалов для реализации рекламного проекта и подготовки его презентации в области рекламы.

– формирование представления бакалавров о работе рекламных отделов предприятия, приобретение навыков постановки задачи и разработки рекомендаций по улучшению функционирования конкретного подразделения.

Процесс прохождения учебной практики направлен на **формирование компетенций**: УК-1; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-5; ПК-8.

УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.

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.

ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.

ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.

ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.

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.

ОПК-6 Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.

ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.

ПК-1 Способен осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами.

ПК-2 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.

ПК-5 Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта.

ПК-8 Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций.

В результате прохождения учебной практики обучающийся студент-бакалавр должен получить следующие результаты.

Таблица 1

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Код компетенции	Содержание компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Знать: теорию системного подхода Уметь: применять системный подход для решения поставленных задач Владеть: способами критического анализа и синтеза информации.
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.	Знать: медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем. Уметь: 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. Владеть: навыками создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем, востребованные обществом.
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.	Знать: тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах. Уметь: анализировать и учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах. Владеть: навыками учета тенденций развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.
ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных про-	Знать: достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов. Уметь: анализировать и учитывать достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиа-

	дуктов.	продуктов, и (или) коммуникационных продуктов. Владеть: навыками использования многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.	Знать: существующие и будущие запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности. Уметь: отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности. Владеть: навыками работы с инструментарием профессиональной деятельности для ответа на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.
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.	Знать: текущие тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования. Уметь: 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. Владеть: навыками учета в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.
ОПК-6	Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.	Знать: существующие современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности. Уметь: использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии. Владеть: навыками использования в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.	Знать: эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности. Уметь: учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.

		Владеть: навыками учета эффектов и последствий своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.
ПК-1	Способен осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами	Знать: методологию управления проектами Уметь: осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью Владеть: способами проектирования механизмов решения задач
ПК-2	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Знать: типологию коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий Уметь: реализовывать коммуникационные кампании, проекты и мероприятия Владеть: технологиями участия в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий
ПК-5	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта.	Знать: технологии маркетинговых коммуникаций Уметь: применять основные технологии маркетинговых коммуникаций Владеть: способами применения основных технологий маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта
ПК-8	Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	Знать: приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций Уметь: применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций Владеть: методами онлайн и офлайн коммуникаций

2. МЕСТО УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Учебная практика является обязательным видом учебной работы бакалавра, входит в раздел "Практики ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в отрасли (сфера АПК)». Учебная практика базируется на изучении следующих дисциплин: «Теория и практика рекламы», «Оценка эффективности рекламной и PR деятельности» и др.

3. ФОРМЫ, МЕСТО И ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Основной формой прохождения учебной практики является выезд на экскурсию на конкретное предприятие и подготовка отчета на кафедре согласно индивидуальному заданию.

Прохождение учебной практики связано с получением студентами, конкретной информации о рекламной деятельности организации, ее обработка и представление в удобном для анализа виде, аналитической интерпретацией полученных результатов, оформленных в виде отчета, а также приобретением первичного практического опыта рекламной деятельности в реально функционирующей организации.

Форма проведения практики – полевая, стационарная, распределена – дискретно.

При выборе конкретного предприятия для выезда на экскурсию учитываются критерии, оценивающие наиболее важные стороны для практики студентов:

- предприятие относится к сфере АПК, которое находится на территории Красноярского края, либо иного региона или государства;
- предприятие функционирует на внутреннем и международных рынках, осуществляет экспортную и/или импортную деятельность.

Учебная практика организуется во втором и седьмом семестре. Ее продолжительность составляет 10 зачетных ед. (360 часов).

Во время прохождения практики со студентами проводятся организационные мероприятия. Методическое руководство организацией практики осуществляет кафедра «Логистика и маркетинг в АПК», учебной практикой руководит преподаватель, ответственный за проведение практики.

Руководитель учебной практики:

- организует обеспечение студентов программой учебной практики, другой необходимой документацией по вопросам её прохождения;
- принимает участие во всех организационных мероприятиях по практике, проводимых на кафедре;
- осуществляет обеспечение высокого качества прохождения студентами учебной практики, ее строгого соответствия учебным планам и программам по вопросам организации и времени исполнения;
- осуществляет регулярный контроль над прохождением студентами учебной практики в соответствии с программой;
- обеспечивает проведение текущих консультаций по всем вопросам, возникающим в ходе выполнения практики;
- осуществляет проверку отчетов студентов по завершению практики, принимает участие в работе комиссии по защите отчетов по учебной практике;
- готовит отчет по кафедре о прохождении учебной практики студентами.

В первый день учебной практики руководитель проводит организационное собрание, на котором знакомит с программой практики, с датой выезда на экскурсию и выдает студентам задание, разъясняет ход его выполнения.

По окончании учебной практики студент готовит отчет о ее прохождении, который оформляется в письменном виде в соответствии с требованиями и сдается на кафедру «Логистика и маркетинг в АПК», на проверку в течение недели, следующей за периодом практики.

Проверка отчетов по учебной практике должна осуществляться руководителем практики в течение семи дней. Если руководитель практики не допускает к защите отчет по практике, то отчет возвращается студенту на доработку замечаний, изложенных на полях отчета. После доработки отчет необходимо представить на кафедру «Логистика и маркетинг в АПК» на повторную проверку и при получении допуска к защите явиться на защиту в указанное время.

Защита отчета о прохождении учебной практики назначается руководителем практики и обычно происходит в течение недели после получения студентами проверенных отчетов по учебной практике. Защита отчета предполагает публичный краткий доклад об основных вопросах, выполненных по заданию (5-7 мин.) и ответы на вопросы преподавателя. Студент, подготовивший отчет в соответствии с заданием и требованиями по оформлению, а также успешно его защитивший, получает «зачет» по учебной практике.

В случае неявки на организационное собрание для получения задания, или его невыполнения в установленные сроки, студент считается имеющим академическую задолженность, которую он может погасить только в период летней сессии.

Основанием для направления студента на повторное прохождение практики или отчисления из университета может быть:

- невыполнение программы практики;
- неудовлетворительная оценка при защите отчета;
- не предоставление отчёта о прохождении учебной практики.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Таблица 1 - Распределение трудоемкости учебной практики

Вид учебной работы	Трудоемкость, час.	Семестр 2	Семестр 7
Трудоемкость зач. ед.	10	4	6
Общая трудоемкость	360	144	216
Контактная работа, в том числе:	240	96	144
лекции	-	-	-
практические занятия	240	96	144
Самостоятельная работа	120	48	72
Вид контроля:		зачет	зачет

Таблица 2 – Содержание работ учебной практики

№	Содержание работ	Кол-во зач. ед
1.	Экскурсия на предприятие	2
2.	Изучение состояния рекламной и PR деятельности на предприятии (углубленное изучение научной и нормативной литературой на кафедре с использованием специального программного обеспечения)	6

3.	Углубленное изучение вопросов, отраженных в индивидуальном задании	1
4.	Подготовка отчета	1
5.	ИТОГО:	10

Учебная практика «Профессионально-ознакомительная практика» заключается в изучении опыта рекламной и PR деятельности конкретного предприятия Красноярского края (выезд на экскурсию).

Конкретную тему и вопросы, которые будут изучаться студентом в ходе практики, определяется им самостоятельно по согласованию с руководителем практики согласно следующим этапам (табл. 3, 4).

Таблица 3 - Тематический план учебной практики (2 семестр)

№	Разделы (этапы) практики	Виды работ на практике (в часах)	Формы контроля
1.	Подготовительный, теоретико-познавательный, экскурсионный (составление индивидуального плана работы, экскурсия).	36	Явка на организационное собрание
2.	Практический этап (сбор, обработка и анализ информации по рекламному проекту). 1. Ознакомление с миссией, целями, задачами, сферой деятельности, историей развития предприятия, видами деятельности. 2. Характеристика рекламной деятельности предприятия: 3. Описание работы рекламного отдела предприятия и его продукции 4. Выполнение индивидуального задания.	54	Предварительный вариант отчета по практике, консультации на кафедре.
3.	Заключительный (подготовка отчета по практике): документальное оформление результатов наблюдения, исследования и анализа в ходе прохождения учебной практики (написание отчета, подготовка отчета к сдаче на кафедру для дальнейшей проверки и защиты).	54	Предоставление отчета на кафедру, защита отчета с выставлением зачета в зачётную книжку студента
4.	ИТОГО:	144	Зачет

Таблица 4 - Тематический план учебной практики (7 семестр)

№	Разделы (этапы) практики	Виды работ	Формы кон-
---	--------------------------	------------	------------

		на практике (в часах)	троля
1.	Подготовительный, теоретико-познавательный, экскурсионный (составление индивидуального плана работы, экскурсия).	36	Явка на организационное собрание
2.	Практический этап (сбор, обработка и анализ информации по рекламному проекту). 1. Ознакомление с миссией, целями, задачами, сферой деятельности, историей развития предприятия, видами деятельности. 2. Характеристика рекламной деятельности предприятия: 3. Описание работы рекламного отдела предприятия и его продукции 4. Выполнение индивидуального задания.	126	Предварительный вариант отчета по практике, консультации на кафедре.
3.	Заключительный (подготовка отчета по практике): документальное оформление результатов наблюдения, исследования и анализа в ходе прохождения учебной практики (написание отчета, подготовка отчета к сдаче на кафедру для дальнейшей проверки и защиты).	54	Предоставление отчета на кафедру, защита отчета с выставлением зачета в зачетную книжку студента
4.	ИТОГО:	216	Зачет

Руководитель практики выдает обучающимся индивидуальное задание на организационном собрании, перед выездом на экскурсию на предприятие.

Целью выполнения индивидуального задания является формирование навыков по реферированию литературы по проблемам современного менеджмента предприятия, овладение навыками использования современных технологий поиска и подбора литературы в соответствии с тематикой индивидуального задания.

Тематика индивидуальных заданий учебной практики:

1. Методы изучения аудитории средств рекламы.
2. Исследования аудитории прессы.
3. Исследования радио- и телеаудитории.
4. Общие параметры медиапланирования.
5. Охват в рекламной кампании. Схемы охвата в медиапланировании.
6. Экстенсивная и интенсивная медийные стратегии и стратегии продвижения.
7. Понятие сравнительной стоимости, задачи применения.

8. Источники информации при медиапланировании и продвижении.
9. Принципы выбора печатного издания для размещения рекламы в локально рекламной кампании.
10. Принципы выбора телевизионного канала для размещения рекламы.
11. Метрореклама: особенности медиапланирования и продвижения.
12. Реклама на транспорте: особенности медиапланирования.
13. Наружная реклама: особенности медиапланирования и продвижения.
14. Интернет: особенности медиапланирования и продвижения.
15. Радиореклама: особенности медиапланирования и продвижения.

Из перечисленных выше тем студент имеет возможность выбрать ту, которую может наиболее подробно рассмотреть, исходя из имеющейся информации.

Результаты учебной практики практикант обобщает в виде письменного отчета. Отчет по практике является основным документом, отражающим выполненную практикантом работу во время практики, полученные им навыки и знания.

Отчет составляется в соответствии с программой практики и включает результаты выполненной работы.

Отчет должен быть выполнен на рабочем месте и полностью завершен к моменту окончания учебной практики. Основой отчета являются самостоятельно выполняемые работы практиканта в соответствии с программой практики.

В отчете описывается методика выполнения заданий, отражаются результаты выполненных заданий, полученных в качестве индивидуального задания от научного руководителя (при условии, что практикант определился с темой выпускной квалификационной работы), либо от руководителя учебной практики (при условии, что практикант не определился с темой выпускной квалификационной работы).

Изложение отчета должно быть сжатым, ясным и сопровождаться цифровыми данными, схемами, графиками и диаграммами. Цифровой материал необходимо оформлять в виде таблиц. Сложные расчеты могут быть оформлены как приложения к отчету с обязательной ссылкой на них в тексте.

Материал в отчете представляется в следующей последовательности:

- титульный лист;
- содержание отчета;
- библиографический список (при необходимости);
- приложения.

Титульный лист отчета оформляется по единой форме, представленной на сайте Красноярского ГАУ (студенту/практика/документы на практику/отчет о практической подготовке обучающегося в форме практики).

Содержание отчета включает в себя результаты индивидуального задания, выполненного в период прохождения учебной практики.

Содержательная часть отчета по учебной практике состоит из нескольких разделов: введение, основная часть, заключение, библиографический список, приложения (при необходимости).

Во введении должны быть сформулированы: цель и задачи учебной практики, обозначен объект исследования, указаны фактические материалы, на основе которых выполнена работа, обосновано и отражено краткое содержание отчета по разделам, указаны методы исследования. При формулировании задач практики студент должен учесть индивидуальный характер выполненных им работ.

Основная часть отчета должна включать аналитическую записку по разделам содержания индивидуального задания.

В **заключении** приводятся общие выводы и предложения, а также краткое описание проделанной работы.

В **библиографический список** включаются все использованные документы статистической и оперативной отчетности, а также литературные источники.

В **приложении** к отчету помещаются выполненные практикантом таблицы, рисунки (схемы, графики, диаграммы и т.д.), анкеты, копии различных документов, с обязательной ссылкой на них по тексту.

Объем отчета должен составлять до 20 страниц машинописного текста (без учета приложений).

Отчет по учебной практике оформляется в соответствии с ГОСТ Р 7.05-2008 (Библиографическая ссылка); ГОСТ 7.32-2001 в ред. Изменения №1 от 01.12.2005, ИУС №12, 2005) (Отчет о научно-исследовательской работе); ГОСТ 7.1-2003 (Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления).

5. НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ И НАУЧНО-ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ НА ПРАКТИКЕ.

Экономико-статистические методы для предоставления актуальной информации о текущем состоянии, об объемах потребления, производства, импорта и экспорта.

Методы SWOT и PEST-анализа для исследования рынка. Системный и логический анализ для выявления тенденций и формирования прогноза развития рынка.

Методы параметрического и нормативного сравнительного анализа для оценки потребительских характеристик и обоснования модели регионального бренда.

Методы структурного анализа для разработки механизма подготовки управленческих решений по маркировке региональным брендом.

Технологии комплексного маркетингового исследования, которые включают поисковые работы и анализ информации открытых и закрытых источников, включая профессиональные издания (СМИ), отчеты зарубежных и отечественных исследовательских и консалтинговых компаний, экспертные оценки, информационно-аналитические порталы, посвященные рынку, открытые данные государственных структур и ведомств, данные профильных ассоциаций, электронные базы данных.

Методологической основой исследования могут являться концепция маркетинга, комплексный и системный подходы к изучению поведения потребителей (анкетирование), теория потребительской приверженности и методологические подходы к формированию и продвижению региональных брендов.

К научно-исследовательским и научно-производственным технологиям можно отнести такие распространённые методы анализа как SWOT-анализ, STEP, SNW, SMART и т.д. При выполнении программы практики особое внимание нужно уделить опыту практическому опыту использования методов анализа и инструментов в отечественной и зарубежной практике.

Методы формы и средства PR-деятельности.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ НА ПРАКТИКЕ.

Перед отправкой обучающихся на практику, выпускающая кафедра осуществляет учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся (СРС).

В перечень учебно-методических материалов для организации учебной практики обучающихся и обеспечения СРС входят следующие материалы:

- Методические указания к учебной практике.

В целях освоения учебной программы практики инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья обеспечивается:

1. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

1.1. размещение в доступных для обучающихся местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий;

1.2. присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь;

1.3. выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);

2. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

2.1. надлежащими звуковыми средствами воспроизведение информации;

3. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата:

3.1. возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные комнаты и другие помещения института, а также пребывание в указанных помещениях.

Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах или в отдельных организациях.

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по практике.

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предоставляются в одной из форм, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

Категории студентов	Формы
С нарушением слуха	<ul style="list-style-type: none"> • в печатной форме; • в форме электронного документа;
С нарушением зрения	<ul style="list-style-type: none"> • в печатной форме увеличенного шрифта; • в форме электронного документа; • в форме аудиофайла;
С нарушением опорно-двигательного аппарата	<ul style="list-style-type: none"> • в печатной форме; • в форме электронного документа; • в форме аудиофайла.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная работа. Под индивидуальной работой подразумевается две формы взаимодействия с преподавателем: индивидуальная учебная работа (консультации), т.е. дополнительное разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала с теми обучающимися, которые в этом заинтересованы, и индивидуальная воспитательная работа. Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или обучающимся с ограниченными возможностями здоровья.

7. ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ (ПО ИТОГАМ ПРАКТИКИ)

Формальным основанием для допуска студентов к сдаче зачета по учебной практике являются представление полностью оформленного отчета.

Оформленный отчет представляется руководителю практики на проверку, затем студент допускается (или не допускается) к защите (табл. 5).

Таблица 5 - Критерии оценивания отчета по учебной практике

Критерии		Максимальное количество баллов
1.	Сбор информации	5
2.	Выбор и использование методов и приемов	5
3.	Анализ информации	5
4.	Организация письменной работы	5
5.	Анализ процесса и результата	5
6.	Качество выполненного отчета	5
ИТОГО:		30

Защита отчета по практике, как правило, состоит в кратком 5-7-минутном докладе студента и его ответах на вопросы руководителя и комиссии. При оценке учитываются содержание и правильность оформления студентом отчета по практике, качество ответов на вопросы в ходе защиты отчета (табл. 6).

В случае необходимости задаются дополнительные вопросы по изложенному материалу.

Таблица 6 – Критерии оценивания защиты отчета по содержанию

Освоено материала	Шкала оценивания
60-72%	30 баллов
73-86%	50 баллов
87-100%	70 баллов

Баллы, полученные по результатам защиты (табл. 6), суммируются к баллам, полученным по результатам написания отчета.

Зачет по практике проставляется в ведомость, зачетную книжку студента, а также в приложение к диплому.

В случае неудовлетворительной защиты отчёта по учебной практике или же не предоставления его в принципе, студент может быть отправлен на передачу либо на прохождение практики заново. В последнем случае не сданный и не защищённый в установленные сроки отчёт по практике становится академическим долгом, что может послужить причиной отчисления из университета.

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

8.1 Основная литература (таблица 9)

КАРТА ОБЕСПЕЧЕННОСТИ ЛИТЕРАТУРОЙ

Кафедра Логистика и маркетинг в АПК

Направление подготовки (специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Дисциплина Профессионоально-ознакомительная практика

Вид занятия	Наименование	Авторы	Издательство	Год издания	Вид издания		Место хранения		Необходимое количество экз.	Количество экз. в вузе
					Печ	Электр	Библ	Каф		
1	2	3	4	6	7	8	9	10	11	12
Основная										
	Теория и практика массовой информации	А.Г. Киселев	М. : «КноРус»	2016	+		+			5
	Основы рекламы	Г.А. Васильев, В.А. Поляков	М. : Вузовский учебник	2009	+		+			15
	Маркетинговые коммуникации	Е.Н. Голубкова	М. : «Финпресс»	2003	+		+			14
	Прикладной маркетинг	Н.А. Нагапетьянц	М. : Юнити	2000	+		+			26
	Рекламная деятельность	О.Н. Жильцова	М. : Маркетинг, М. :Юрайт	2019		+				http://bibli-online.ru/bcocode/433656
	Маркетинг	М.Н. Григорьев	М. :Юрайт	2012	+		+			12
Дополнительная										
	Технология рекламы и PR	Б.Л. Борисов	М. : ФАИР-ПРЕСС	2001	+		+			3

Связи с общественностью	О.Н. Жильцова, И.М. Синяева, Д.А. Жильцов	М. : Юрайт	2018		+				https://biblionline.ru/bcode/413802
Теория и практика связей с общественностью	С.М. Емельянов	М. : Юрайт	2018		+				https://biblionline.ru/bcode/415427
Реклама: теория и практика	Л.Н. Федотова	М. : Юрайт	2018		+				https://urait.ru/bcode/413192
Реклама и связи с общественностью	И.М. Синяева, О.Н. Жильцова, Д.А. Жильцов	М. : Юрайт	2019		+				https://urait.ru/bcode/425190
Основы интегрированных коммуникаций	В.А. Коноваленко, М.Ю. Коноваленко, Н.Г. Швед	М. : Юрайт	2019		+				https://biblionline.ru/bcode/425906
Маркетинговые исследования	Д.В. Тюрин	М. : Юрайт	2019		+				https://biblionline.ru/bcode/425844
Брендинг	И.Я. Рожков, В.Г. Кисмерешкин	М. : Юрайт	2019		+				https://biblionline.ru/bcode/425868
Интернет-реклама в продвижении товаров и услуг	М.А. Николаева	Екатеринбург: УрГУ	2017		+				https://e.lanbook.com/book/159004

Директор Научной библиотеки



8.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»)

1. Электронная информационно-образовательная среда ФГБОУ ВО Красноярский ГАУ на платформе LMS Moodle – Режим доступа: <https://e.kgau.ru/>
2. Научная библиотека Красноярский ГАУ – Режим доступа: <http://www.kgau.ru/new/biblioteka/>
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU – Режим доступа: <http://elibrary.ru/>
4. СПС «Консультант Плюс» – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>
5. Электронно-библиотечная система «Лань» – Режим доступа: <https://e.lanbook.com>
6. Электронная библиотечная система «Юрайт» – Режим доступа: <http://www.biblio-online.ru/>
7. «Мегаэнциклопедия Кирилла и Мефодия», - Раздел «Техника/ Компьютеры и Интернет» – Режим доступа: <https://megabook.ru/>

Информационно- поисковые системы:

- Google – Режим доступа: <http://www.google.com>
- Yandex – Режим доступа: <http://www.yandex.ru>
- Rambler – Режим доступа: <http://www.rambler.ru>

Другие материалы к занятиям:

- Распоряжение правительства РФ от 20 июля 2013 года №1268-р «Стратегия развития отрасли информационных технологий в Российской Федерации на 2014–2020 годы и на перспективу до 2025 года»
- Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

8.3 Программное обеспечение

Операционная система Windows (академическая лицензия № 44937729 от 15.12.2008).

Офисный пакет приложений Microsoft Office (академическая лицензия № 44937729 от 15.12.2008).

Программа для создания и просмотра электронных публикаций в формате PDF ‒ Acrobat Professional (образовательная лицензия № CE0806966 от 27.06.2008).

Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security (лицензия № 1800-191210-144044-563-2513 от 10.12.2019).

Система дистанционного образования «Moodle 3.5.6a» (бесплатно распространяемое ПО).

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

Учебная аудитория 5-05 – для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (660130, Красноярский край, г. Красноярск, ул. Елены Стасовой 44 «И»).

Рабочие места преподавателя и студентов, укомплектованные специализированной мебелью, и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории. Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, аудиторная доска, информационные и методические материалы, общая локальная компьютерная сеть Internet, 2 инсталляционных акустических системы AMIS INSTALL30W, кафедра для мультимедийного оборудования, мультимедийный проектор Panasonic PT-D3500E.

Программное обеспечение:

Операционная система Windows (академическая лицензия № 44937729 от 15.12.2008).

Офисный пакет приложений Microsoft Office (академическая лицензия № 44937729 от 15.12.2008).

Программа для создания и просмотра электронных публикаций в формате PDF ‒ Acrobat Professional (образовательная лицензия № CE0806966 от 27.06.2008).

Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security (лицензия № 1800-191210-144044-563-2513 от 10.12.2019). Система дистанционного образования «Moodle 3.5.6а» (бесплатно распространяемое ПО).

ПРОТОКОЛ ИЗМЕНЕНИЙ ПУП

Дата	Раздел	Изменения	Комментарии

Программу разработали:
ФИО, ученая степень, ученое звание

(подпись)

РЕЦЕНЗИЯ
на программу учебной практики
«Профессионально-ознакомительная практика»
для направления подготовки
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
профиль «Реклама и связи с общественностью в отрасли (сфера АПК)»

Рецензируемая программа по учебной практике «Профессионально-ознакомительная практика» для направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в отрасли (сфера АПК)» составлена в соответствии с Федеральным государственным стандартом ВО.

Рабочая программа включает все необходимые разделы, предписанные государственным стандартом. Структура и содержание практики оформлены в соответствии с модульным принципом и современным компетентным подходом. Рабочая программа изложена ясным языком, хорошо оформлена. Перечень рекомендуемой литературы соответствует книгообеспеченности дисциплины библиотечным фондом.

В связи с вышеизложенным, программа соответствует государственным требованиям к содержанию и уровню подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в отрасли (сфера АПК)», и может быть рекомендована для использования в учебном процессе.

Рецензент:

Главный редактор
журнала «Агро-Сибирь»



Анисимова О.И.