

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

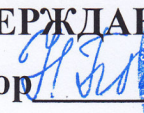

Шапорова З.Е.

" 25 "

2019 г.

УТВЕРЖДАЮ:

Ректор


Пыжикова Н.И.

" 25 " 03

2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Преддипломная 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 4

Семестр 8

Форма обучения очная

Квалификация выпускника бакалавр

Красноярск, 2019

Составители:

Менделеев Е.В., к.э.н., доцент, Лукиных В.Ф. д.э.н., доцент
(ФИО, ученая степень, ученое звание)
Менделеев Е.В. «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 В.Ф. «22» 03. 2019г.

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

Лист согласования рабочей программы

Программа принята методической комиссией института Тюменский
государственный АПК протокол № 7 «25» 03 2019 г.

Председатель методической комиссии Белова ЛА
(ФИО, ученая степень, ученое звание) «25» 03 2019 г.

Заведующий выпускающей кафедрой по направлению подготовки (специальности) Менеджмент в организациях (бакалавриат)
(ФИО, ученая степень, ученое звание) «18» 03 2019 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ. КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ.....	5
2. МЕСТО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОПОП...	8
3. ФОРМЫ, МЕСТО И ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ.....	8
4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	9
5. НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ И НАУЧНО-ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ НА ПРАКТИКЕ	13
6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ НА ПРАКТИКЕ	14
7. ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ (ПО ИТОГАМ ПРАКТИКИ)	15
8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ.....	16
9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ	20

Аннотация

Производственная практика Б2.В.02 (Пд) «Преддипломная практика» проходит на 4 курсе в 8 семестре. Продолжительность практики 216 часов, из них 144 часа контактная работа, 72 часа самостоятельная работа.

Процесс прохождения производственной практики «Преддипломная практика» направлен на формирование компетенций: ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-8.

Основной формой прохождения производственной практики «Преддипломная практика» является выезд на конкретное предприятие и подготовка отчета на кафедре согласно индивидуальному заданию.

Прохождение производственной практики «Преддипломная практика» связано с получением студентами конкретной информации о рекламной деятельности и деятельности по связям с общественностью предприятия, ее обработка и представление в удобном для анализа виде, аналитической интерпретацией полученных результатов, оформленных в виде отчета, а также приобретением навыков и практического опыта рекламной деятельности в реально функционирующей организации.

Форма проведения практики – полевая.

При выборе конкретного предприятия 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/или международных рынках, осуществляет экспортную и/или импортную деятельность.

Производственная 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.

Работа на предприятии в качестве стажера и отчет о прохождении производственной практики 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 ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ. КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ

Основная цель производственной практики Б2.В.02(Пд) «Преддипломная практика» – закрепление полученных теоретических знаний обучающихся в области рекламы и PR, приобретение ими практических навыков в решении конкретных проблем в различных сферах и направлениях современной рекламы и связей с общественностью.

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

Задачами производственной практики является:

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

- приобретение навыков сбора материалов для реализации рекламного проекта и подготовки его презентации в целях продвижения бренда предприятия.

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

Процесс прохождения производственной практики «Преддипломная практика» направлен на формирование компетенций: ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-8.

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-3 Способен организовывать маркетинговые исследования.

ПК-4 Способен организовывать мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции.

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

ПК-6 Способен разрабатывать маркетинговую стратегию предприятия

ПК-7 Способен контролировать и оценивать эффективность результатов продвижения продукции.

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
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 в сфере рекламы и связей с общественностью.

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-3	Способен организовывать маркетинговые исследования	Знать: методологию маркетинговых исследований Уметь: организовывать маркетинговые исследования Владеть: навыками организации маркетинговых исследований.
ПК-4	Способен организовывать мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции	Знать: инструменты продвижения продукции/услуг; Уметь: организовывать мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции/услуг; Владеть: способами организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции/услуг.
ПК-5	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	Знать: технологии маркетинговых коммуникаций Уметь: применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта Владеть: навыками применения основных технологий маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта
ПК-6	Способен разрабатывать маркетинговую стратегию предприятия	Знать: сущность виды стратегий предприятия Уметь: разрабатывать маркетинговую стратегию предприятия Владеть: способами разработки маркетинговых стратегий предприятия.
ПК-7	Способен контролировать и оценивать эффективность результатов продвижения продукции	Знать: способы оценки эффективности результатов продвижения продукции Уметь: контролировать и оценивать эффективность результатов продвижения продукции Владеть: способами организации контроллинга результатов продвижения продукции.
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 ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Производственная 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)». Производственная практика базируется на изучении всех дисциплин: вариативной части учебного плана.

3. ФОРМЫ, МЕСТО И ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Преддипломная практика проводится в форме полевых первичных исследований. Местом проведения преддипломной практики являются предприятия АПК. Форма работы студента – стажер рекламного отдела. Производственная практика-преддипломная организуется в 8-м семестре. Ее продолжительность составляет 6 зачетных ед. (216 часов).

Во время прохождения практики со студентами проводятся организационные мероприятия на основе интерактивных технологий (обсуждения, дискуссии). Методическое руководство организацией практики осуществляет кафедра «Логистика и маркетинг в АПК», производственной практикой руководит преподаватель, ответственный за проведение практики.

Руководитель производственной практики:

- организует обеспечение студентов программой 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 практики, ее строгого соответствия учебным планам и программам по вопросам организации и времени исполнения;
- осуществляет регулярный контроль над прохождением студентами 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 практике;
- готовит отчет по кафедре о прохождении практики студентами.

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

По окончании 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 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 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 с оценкой» по производственной 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 практики и дневника практической подготовки обучающегося в форме практики от Профильной организации.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Таблица 1 - Трудоемкость производственной практики

Вид учебной работы	Трудоемкость, зач. ед.	Трудоемкость, час.	Семестр 8
Общая трудоемкость	6	216	216
Аудиторные занятия	4	144	144
Самостоятельная работа	2	72	72
Вид контроля			Зачет с оценкой

Таблица 2 – Содержание работ производственной практики

№	Содержание работ	Кол-во зач. ед
1.	Участие в работе на предприятии в качестве стажера рекламного отдела	2
2.	Изучение состояния рекламной и PR деятельности на предприятии (углубленное изучение научной и нормативной литературой на кафедре с использованием специального программного обеспечения)	2
3.	Углубленное изучение вопросов, отраженных в индивидуальном задании	1
4.	Подготовка отчета	1
5.	ИТОГО:	6

Производственная практика «Преддипломная практика» заключается в изучении процесса рекламной и PR деятельности конкретного предприятия Красноярского края (на рабочем месте в качестве стажера рекламного отдела).

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

Таблица 3 - Тематический план учебной практики

№	Разделы (этапы) практики	Виды работ на практике (в часах)	Формы контроля
1.	Подготовительный, теоретико-познавательный, (составление индивидуального плана работы, установочная лекция)	36	Явка на организационное собрание
2.	Практический этап - выполнение функционала, который определяется в зависимости от целей и задач реализуемого PR-проекта и индивидуального плана студента на практику: 1- знакомство с руководством и трудовым коллективом PR-подразделения; 2-знакомство с учредительными документами органов по связям с общественностью; 3- выявление миссии, целей и задач всей службы и конкретного отдела, в котором студент проходит практику 4- описание структуры службы по связям с общественностью; 5 - описание функциональных обязанностей специалистов того	144	Предварительный вариант отчета по практике, консультации на кафедре.

	подразделения, в котором студент проходит учебную практику; 6 - описание формы взаимодействия между службой PR и другими службами предприятия; 7 - выделение основной целевой группы данного предприятия; 8 - описание ресурсов данного предприятия с точки зрения возможности его влияния на целевые группы; 9 - описание основных принципов, методов и приемов, используемых сотрудниками данного отдела по PR: • на этапе исследования, выявления проблемы, целевой группы; • на этапе планирования PR-акции; • на этапе разработки PR-акции; • на этапе выбора каналов связей с общественностью (отбор СМИ, конкретных корреспондентов, рекламных агентств, НИИ, видов рекламы и популяризации и т.д.); • на этапе проведения акции; • на этапе оценки акции и работы PR-подразделения в целом и т.д. 10. участие в работе PR-службы (подготовка информационных материалов по освещению деятельности предприятия, участие в проведении исследовательских работ, участие в анкетировании, в PR-акциях и т.д.).		
3.	Заключительный (подготовка отчета по практике): документальное оформление результатов наблюдения, исследования и анализа в ходе прохождения производственной практики (написание отчета, подготовка отчета к сдаче на кафедру для дальнейшей проверки и защиты).	36	Предоставление отчета на кафедру, защита отчета с выставлением зачета в зачётную книжку студента
4.	ИТОГО:	216	Зачет с оценкой

Содержание практики закрепляется в **индивидуальном задании** на практику, разработанном руководителем производственной практики совместно с пожеланиями и предложениями обучающегося.

Индивидуальное задание на практику (зависит от выбранной темы и объекта исследования), нацелено на получение студентом аналитической информации о выбранном объекте и предмете исследования.

Результатом производственной практики должен быть самостоятельно составленный обучающимся иллюстративный материал: графики, диаграммы, схемы, таблицы. Весь иллюстративный материал должен быть проанализирован и использован для подтверждения выводов по исследуемой проблеме.

Итог производственной практики – общая оценка состояния проблемы на объекте исследования, ее тенденция на перспективу, а также перечень возможных путей решения проблемы.

Результаты производственной 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 производственной 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 производственной 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).

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

Отчет готовится обучающимся в период прохождения практики с использованием материалов, собранных в организации, являющейся базой практики.

По итогам практики оформляется письменный отчет, который составляется на основе данных, полученных в ходе практики.

Отчет по производственной практике составляется студентом-практикантом в соответствии с дневником практики, программой практики, методическими и дополнительными указаниями руководителя практики.

В отчёте о прохождении производственной практики должны быть отражены следующие сведения: место и время прохождения практики; описание выполненной работы по отдельным разделам программы и конкретного плана; анализ наиболее сложных и интересных дел, изученных студентом, указания на затруднения, которые встретились при прохождении практики.

Особое внимание нужно уделить опыту практическому опыту использования методов анализа и инструментов в отечественной и зарубежной практике.

Отчет должен отражать отношение студента к изученным материалам, к той деятельности, с которой он знакомился, те знания и навыки, которые он приобрел в ходе практики.

Рекомендуемый объем основной части отчета не менее 35-ти страниц машинописного текста, оформленного в соответствии с требованиями ГОСТа.

При оформлении научной работы используются следующие ГОСТы: 7.32-2001, 7.1-2003, 7.12-93, 7.82-2001.

Работа выполняется на белой нелинованной бумаге формата А4 (210 х 297 мм) на компьютере через 1,5 интервала (количество знаков в строке - 64, включая пробелы; высота букв - не менее 1,8 мм), размер шрифта - 14.

Качество выполнения отчета оказывают влияние на общую оценку практики.

Отчет по производственной 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).

При прохождении практики обучающемуся необходимо учитывать, что получаемые им знания и опыт, а также собираемые и апробируемые материалы целесообразно использовать при написании научных статей и ВКР.

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 производственной практики обучающихся и обеспечения СРС входят следующие материалы:

- Методические указания к производственной практике:

Методические указания по производственной практике «Преддипломная практика» для студентов направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль Реклама и связи с общественностью в отрасли (сфера АПК). Л.В. Юшкова. Красноярский ГАУ. 2019. 15 с.

В процессе прохождения практики студент должен вести дневник практики, в котором описывает свою деятельность. В дневнике ежедневно описывается работа, сделанная обучающимся в течение дня.

По итогам практики, основываясь на записях в дневнике, собранных материалах и информации, обучающийся готовит отчет по производственной практике. Отчет о практике оформляет каждый студент индивидуально.

Формы дневника практики и титульного листа отчета выдаются обучающимся в бумажном или электронном виде, они должны быть типовыми («Положение об организации практик» на сайте Красноярского ГАУ – «Нормативные документы»).

В дневнике должны быть отражены результаты текущей работы и выполненные задания. Дневник практики заполняется лично обучающимся. Достоверность записей проверяется руководителем практики от кафедры.

В ходе осуществления анализа объекта научного исследования необходимо опираться на знания, полученные в ходе учебных дисциплин первого, второго и третьего курса обучения, а также на знания, полученные в ходе учебной практики.

По итогам практики обучающийся предоставляет следующие материалы:

1. Дневник производственной практики.
2. Отчет по производственной практике.

7. ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ (ПО ИТОГАМ ПРАКТИКИ)

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

Оформленный отчет представляется руководителю практики на проверку, затем студент допускается (или не допускается) к защите (табл. 3).

Таблица 4 - Критерии оценивания отчета по производственной практике

Критерии		Максимальное количество баллов
1.	Сбор информации	5
2.	Выбор и использование методов и приемов	5
3.	Анализ информации	5
4.	Описание и структурирование материалов	5
5.	Обоснование результатов анализа	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. 4). В случае необходимости задаются дополнительные вопросы по изложенному материалу.

Таблица 5 – 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. 4), суммируются к баллам, полученным по результатам написания отчета и выставляется оценка в соответствии с табл. 6.

Таблица 6 – Критерии оценивания защиты в целом

Сумма баллов по таблицам 3 и 4.	Оценка в зачетку
Менее 60 баллов	неудовлетворительно
60-72%	удовлетворительно
73-84%	хорошо
85-100%	отлично

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

В случае неудовлетворительной защиты отчёта по практике или же не предоставления его в принципе, студент может быть отправлен на пересдачу 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

Производственная практика обеспечена основной учебно-методической литературой в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

За выпускающей кафедрой закреплён компьютерный класс с возможностью работы в специальных программах и доступа к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам.

Студентам представляется свободный доступ к справочным материалам и периодическим изданиям, электронным учебникам, энциклопедиям которые представлены в библиотечных фондах ФГБОУ ВО Красноярский ГАУ.

Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем. Студентам обеспечен доступ к профессиональным базам данных и информационным справочным системам, электронно-библиотечной системе на сайте Красноярского ГАУ.

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 Преддипломная 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. Нагапетьянец	М. : Юнити	2000	+		+			26
	Рекламная деятельность	О.Н. Жильцова	М. : Маркетинг, М. :Юрайт	2019		+				http://bibli-online.ru/bcode/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://biblio-online.ru/bcode/413802
Теория и практика связей с общественностью	С.М. Емельянов	М. : Юрайт	2018		+				https://biblio-online.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://biblio-online.ru/bcode/425906
Маркетинговые исследования	Д.В. Тюрин	М. : Юрайт	2019		+				https://biblio-online.ru/bcode/425844
Брендинг	И.Я. Рожков, В.Г. Кисмерешкин	М. : Юрайт	2019		+				https://biblio-online.ru/bcode/425868
Интернет-реклама в продвижении товаров и услуг	М.А. Николаева	Екатеринбург: УрГПУ	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/>

Интернет ресурсы:

<http://www.sostav.ru> - Информационно-аналитический портал «Маркетинг, реклама, PR», включает информацию об участниках рынка маркетинговых услуг, аналитическую информацию по рынкам товаров и услуг, информацию о выставках, конференциях.

<http://www.creatiff.ru> - Портал содержит обзоры рекламных кампаний, авторская аналитика, истории о создании рекламы, ошибки в рекламе, юмор, статьи.

<http://www.raso.ru> – Российская ассоциация по связям с общественностью. Российский PR портал.

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).

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ПРАКТИКИ

ОБЕСПЕЧЕНИЕ

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).

ПРОТОКОЛ ИЗМЕНЕНИЙ РПД

Дата	Раздел	Изменения	Комментарии

Программу разработали:
ФИО, ученая степень, ученое звание

(подпись)

РЕЦЕНЗИЯ
на программу производственной практики
«Преддипломная 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 производственной практике «Преддипломная 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.