

В соответствии с приказом Министерства спорта Российской Федерации от 21.07.2022 №612 «О переименовании Федерального государственного образовательного учреждения высшего образования «Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодёжи и туризма (ГЦОЛИФК)» и о внесении изменений в устав Федерального государственного образовательного учреждения высшего образования «Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодёжи и туризма (ГЦОЛИФК)» считать Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодёжи и туризма (ГЦОЛИФК)» (РГУФКСМИТ) с **21 июля 2022 года** Федеральным государственным бюджетным образовательным учреждением высшего образования «Российский университет спорта «ГЦОЛИФК» (РУС «ГЦОЛИФК»).

На основании решения Ученого совета Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский университет спорта «ГЦОЛИФК» (далее – РУС «ГЦОЛИФК») от 25.04.2023 г. (протокол №141) внести изменения в основные образовательные программы - бакалавриат (далее - ООП), реализуемые в РУС «ГЦОЛИФК» в части:

1. Требования к результатам освоения программы: компетенцию УК-10 читать в следующей редакции *«Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности»;*
2. Результатов обучения: *Дополнить индикаторы достижения компетенции УК-10 следующими индикаторами:*

УК-10.4 Знает значение основных правовых категорий, сущность экстремистского, террористического, коррупционного поведения, формы его проявления в различных сферах общественной жизни

УК-10.5 Умеет формировать гражданскую позицию, нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению

УК-10.6 Способен осуществлять социальную и профессиональную деятельность на основе развитого правосознания, сформированной правовой культуры, противодействия экстремизму и терроризму, антикоррупционного поведения

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и  
туризма (ГЦОЛИФК)»



**Институт Гуманитарный**

**Кафедра: Рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных  
проблем**

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ**

### **Б2.О.01 (П) Производственная практика**

(вид практики)

### **«Преддипломная практика»**

(тип практики)

Направление подготовки/специальность: **42.03.01 «Реклама и связи с  
общественностью»**  
(код и наименование)

Направленность (профиль): «Спортивная реклама и PR»  
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная/заочная*

Год набора 2022, 2023

Москва – 2021г.

Рабочая программа практики утверждена и рекомендована  
на основании решения заседания кафедры:  
Рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем  
Протокол № 3 от «23» сентября 2021 г.

Рабочая программа практики обновлена  
на основании решения заседания кафедры  
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем  
(наименование)

Протокол № \_\_\_ от «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 201\_\_\_ г.  
Рабочая программа практики обновлена

на основании решения заседания кафедры  
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем  
(наименование)

Протокол № \_\_\_ от «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 201\_\_\_ г.

Рабочая программа практики обновлена  
на основании решения заседания кафедры  
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем  
(наименование)

Протокол № \_\_\_ от «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 201\_\_\_ г.

Составитель:

**Протасова Надежда Вадимовна**, кандидат философских наук, доцент,  
кафедры рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных  
проблем РГУФКСМиТ

(ФИО, наличие степени, звания, должность, кафедра)

## **1. Цель освоения дисциплины (модуля).**

Преддипломная практика соотнесена с общими целями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» профиль «Реклама и связи с общественностью в СМИ»

**Целью** прохождения практики является: совершенствование и закрепление навыков и компетенций выпускников направления «Реклама и связи с общественностью» по реализации рекламных и PR-проектов спортивной организации в информационном пространстве; сбор, обработка, систематизация и аналитическое обобщение эмпирических данных и теоретической информации в рамках подготовки магистерской диссертации.

## **2. Вид практики, способ и формы (форма) ее проведения**

Вид практики: Производственная практика

Тип практики: Преддипломная практика

Преддипломная практика проводится следующим способом: проводится следующим способом: стационарно.

Форма проведения практики: непрерывно, а также в форме практической подготовки.

## **3. Место практики в структуре ООП (ОПОП)**

Программа преддипломной практики для обучающихся направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» профиль «Реклама и связи с общественностью в СМИ» построена в соответствии с ООП (ОПОП), с учетом требований Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Место практики в структуре образовательной программы: преддипломная практика обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» является составной частью учебного процесса и реализуется на 4 курсе; для заочной формы обучения и на 5 курсе, данная практика входит в Блок Обязательной части «Б2.О.01(П) Преддипломная практика» и является обязательным этапом обучения.

Преддипломная практика является важнейшей основой для формирования углубленного понимания будущей профессиональной деятельности выпускника.

Преддипломная практика органично связана с отдельными элементами ООП (ОПОП) и базируется на освоении следующих дисциплин: «Организация работы отделов рекламы в сфере физической культуры и спорта», «Реклама и связи с общественностью в сфере спорта», «Организация и проведение коммуникационных кампаний», «Проведение PR-компаний в сфере физической культуры и спорта», «Проектирование в рекламе и связях с общественностью в сфере физической культуры и спорта», «Event-технология в сфере физической культуры и спорта», «Спортивные сайты и сообщества в Интернете и методы их анализа», «Принципы и технологии создания рекламного продукта», «Event-технология в сфере физической культуры и спорта», «Социальные проекты по связям с общественностью в сфере физической культуры и спорта», «Профессионально-ознакомительная практика», «Профессионально-творческая практика» и др.

Прохождение преддипломной практики является важной завершающей частью образовательной программы бакалавриата и способствует повышению качества научно-методической деятельности при подготовке выпускной квалификационной работы, а также является необходимым этапом для успешного прохождения итоговой государственной аттестации.

4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	Очная форма обучения	Заочная форма	форма обучения (ускоренное обучение) <sup>1</sup>
1	2	3	4	5
<b>УК-1</b> Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач				
Начальный этап УК-1.1.	Знает принципы сбора, отбора и обобщения информации, методики системного подхода для решения профессиональных задач.	8	9-10	
УК-1.2.	Знает информационно-поисковые системы и базы данных; технологию осуществления поиска информации.			
Продвинутый этап УК-1.3.	Умеет анализировать и систематизировать разнородные данные, оценивать эффективность процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности.	8	9-10	
УК-1.4.	Умеет синтезировать информацию, представленную в различных источниках			
Завершающий этап УК-1.5.	Владеет навыками научного поиска и практической работы с информационными источниками; владеет методами принятия решений.	8	9-10	
УК-1.6.	Владеет методами аналитико-синтетической обработки информации из различных информационно-поисковых систем			
<b>УК-2</b> Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений				
Начальный этап УК-2.1.	Знает виды ресурсов и ограничений, основные методы оценки разных способов решения профессиональных задач.	8	9-10	
Продвинутый этап УК-2.2.	Умеет проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, необходимые для ее достижения, анализировать альтернативные варианты с учетом правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.	8	9-10	

<sup>1</sup>Заполняется при наличии ускоренного обучения.

Завершающий этап УК-2.3.	Владеет методологическими инструментами для определения и достижения задач, подчиненных общей цели, с использованием имеющихся ресурсов и ограничений	8	9-10	
<b>УК-6Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</b>				
УК-6.1 Начальный этап	Знает основные приемы эффективного управления собственным временем; знает основные принципы саморазвития и самообразования.	8	9-10	
УК-6.2. Продвинутой этап	Умеет эффективно планировать и контролировать собственное время; способен к анализу собственной деятельности	8	9-10	
УК-6.3. Завершающий этап	Владеет методами управления собственным временем; планирует и реализует траекторию своего профессионального и личностного роста на основе принципов образования в течение всей жизни.	8	9-10	
<b>ОПК-2Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</b>				
ОПК-2.1 Начальный этап	Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования.	8	9-10	
ОПК-2.2. Продвинутой этап	Выявляет тенденции развития общественных и государственных институтов	8	9-10	
ОПК-2.3. Завершающий этап	Учитывает основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.	8	9-10	
<b>ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</b>				
ОПК-3.1	Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса	8	9-10	
ОПК-3.2	Анализирует достижения отечественной и мировой культуры и интерпретирует их в контексте профессиональной деятельности	8	9-10	
ОПК-3.3	Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.	8	9-10	
<b>ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности</b>				
ОПК-4,1	Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	8	9-10	

ОПК-4,2	Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности.	8	9-10	
ОПК-4,3	Учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	8	9-10	
<b>ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности</b>				
ОПК-6.1	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	8	9-10	
ОПК-6.2	Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение.	8	9-10	
ОПК-6.3	Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах осуществления профессиональной деятельности.	8	9-10	

## 5 Объем, продолжительность и содержание практики, формы отчетности

Общий объем практики для очной и заочной форм обучения составляет 6 зачетных единиц, продолжительность обучения - 4 недели, 216 академических часа (в соответствии с учебным планом)

Форма отчетности: дифференцированный зачет.

### Содержание практики

#### Очная/ форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
<b>1</b>	<b>Подготовительный этап</b>	<b>8</b>					
1.1	Инструктивное совещание: знакомство с целью, задачами, содержанием практики	8		2	4		
1.2	Разработка индивидуального плана	8		2	10		



	прохождения практики						
<b>2</b>	<b>Основной этап</b>	<b>8</b>					
2.1	Изучение документации по оформлению дипломной работы в соответствии с установленными требованиями и ГОСТа	8		1	10		
2.2	Постановка целей и задач дипломной работы; определение объекта и предмета исследования; обоснование актуальности выбранной темы, цели и задачи исследования, характеристика масштабов изучаемой проблемы	8		1	10		
2.3	Составление обзора литературы по теме дипломной работы, содержащего критический анализ основных результатов и положений, полученных ведущими специалистами в области исследования.	8		1	20		
2.4	Сбор эмпирического материала для дипломной работы, включая разработку методики сбора данных, обработку результатов, оценку их достоверности и достаточности для завершения работы над дипломной работой	8		1	24		
2.5	Составление первоначального варианта теоретического обоснования решения проблемы (анализ и обобщение, систематизация данных, обоснование методов и технологий решения поставленных задач, научная интерпретация результатов проведенного исследования)	8		2	30		
2.6	Написание полного текста дипломной работы и его подготовка в соответствии с установленными требованиями к структуре, содержанию и техническому оформлению	8		1	40		
2.7	Апробация дипломной работы, представление результатов в виде подготовленного текста исследования	8		1	10		
2.8	Редактирование выводов и практических рекомендаций	8		1	10		
2.9	Редактирование списка использованной литературы	8		1	10		
<b>3</b>	<b>Итоговый этап</b>	<b>8</b>					
3.1	Подготовка отчетной документации по результатам	8		2	10		

	практики						
3.2	Подготовка доклада, презентация практики в рамках предзащиты. Устная предзащита дипломной работы	8		2	10		
<b>Итого часов: 216</b>				<b>18</b>	<b>198</b>		<b>Диф. зачет</b>

Заочная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
<b>1</b>	<b>Подготовительный этап</b>	<b>9</b>					
1.1	Инструктивное совещание: знакомство с целью, задачами, содержанием практики				4		
1.2	Разработка индивидуального плана прохождения практики				10		
<b>2</b>	<b>Основной этап</b>	<b>9</b>					
2.1	Изучение документации по оформлению дипломной работы в соответствии с установленными требованиями и ГОСТа	<b>9</b>			10		
2.2	Постановка целей и задач дипломной работы; определение объекта и предмета исследования; обоснование актуальности выбранной темы, цели и задачи исследования, характеристика масштабов изучаемой проблемы	<b>9</b>			10		
2.3	Составление обзора литературы по теме дипломной работы, содержащего критический анализ основных результатов и положений, полученных ведущими специалистами в области исследования.	<b>9</b>			20		
2.4	Сбор эмпирического материала для дипломной работы, включая разработку методики сбора данных, обработку результатов, оценку их достоверности и достаточности для завершения	<b>9</b>			24		

	работы над дипломной работой						
2.5	Составление первоначального варианта теоретического обоснования решения проблемы (анализ и обобщение, систематизация данных, обоснование методов и технологий решения поставленных задач, научная интерпретация результатов проведенного исследования)	9			30		
<b>Итого часов за 9 семестр</b>					<b>108ч.</b>		
2.6	Написание полного текста дипломной работы и его подготовка в соответствии с установленными требованиями к структуре, содержанию и техническому оформлению	10			40		
2.7	Апробация дипломной работы, представление результатов в виде подготовленного текста исследования	10			10		
2.8	Редактирование выводов и практических рекомендаций	10			10		
2.9	Редактирование списка использованной литературы	10			10		
<b>3</b>	<b>Итоговый этап</b>	<b>10</b>					
3.1	Подготовка отчетной документации по результатам практики	10			10		
3.2	Подготовка доклада, презентация практики в рамках предзащиты. Устная предзащита дипломной работы	10			10		
<b>Итого часов за 10 семестр</b>					<b>108ч.</b>		
<b>Итого часов: 216</b>					<b>216</b>		<b>Диф. зачет</b>

**6. Оценочные средства (фонд оценочных средств) для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по практике**

6.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по практике (Приложение №1 к программе практики)

6.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по практике

№	Контролируемые этапы практики (результаты по этапам)	Код контролируемой компетенции (или её части)	Наименование оценочного средства
---	--	---	----------------------------------

1	Ознакомительный этап (инструктаж по технике безопасности, подготовка индивидуального задания, ознакомление с деятельностью организации-места прохождения практики)	УК-1; УК-2; УК-6; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-6	--
2	Этап непосредственно практики (прохождение практики, ведение дневника и календарного плана прохождения практики, информирование руководителя практики от выпускающей кафедры о ходе прохождения практики)	УК-1; УК-2; УК-6; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-6	--
3	Завершающий этап (подготовка отчёта о достигнутых в ходе практики результатах, включающего себя комплект документов, необходимых для аттестации о прохождении практики, визирование всех необходимых документов)	УК-1; УК-2; УК-6; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-6	Дифференцированный зачет с оценкой

На *подготовительном этапе* преддипломной практики оценивается индивидуальный план (см. Приложение), определяющий направления, содержание и виды деятельности магистра в период преддипломной практики. Он является перспективным планом научно-исследовательской деятельности практиканта по теме дипломной работы в период практики.

В ходе *основного этапа* оцениваются отчет в дневнике практиканта (см. Приложение) и отдельные главы дипломной работы. Дневник является одним из основных отчетных документов преддипломной практики бакалавра. Основой дневника преддипломной практики является индивидуальный план, который утверждается руководителем практики и одновременно, является календарным планом преддипломной практики. На основании индивидуального задания бакалавр ведет дневник, в котором записывает виды выполняемой работы, ее содержание, анализирует процесс выполнения заданий. Дневник практики заполняется учащимся регулярно, по завершению практики, он подписывается студентом и заверяется подписью научного руководителя. Дневник содержит в себе краткую характеристику деятельности бакалавра в ходе прохождения практики.

На *итоговом этапе* оценивается отчет (см. Приложение) бакалавра по результатам прохождения практики. Отчет бакалавра за период практики включает:

Текст отчета по практике набирается в Microsoft Word и печатается на одной стороне стандартного листа бумаги формата А-4, шрифт Times New Roman – обычный, размер 14; междустрочный интервал – полуторный; левое, верхнее и нижнее – 2,0 см; правое – 1,0 см; абзац – 1,25 см (отчеты, выполненные в рукописном виде, не принимаются). Страницы отчета нумеруют арабскими цифрами, с соблюдением сквозной нумерации по всему тексту. Номер проставляется в правой нижней части листа (выравнивание от центра) без точки в конце номера.

Отчет должен включать следующие основные структурные элементы:

Введение – цель, место, дата начала и продолжительность практики, перечень основных работ и заданий, выполняемых в процессе практики;

Основная часть – описание организации работы в процессе практики;

Заключение – описание навыков и умений, приобретенных за время практики, индивидуальные выводы о значимости для себя данного вида практики. Отчет должен быть проиллюстрирован таблицами, графиками, схемами, заполненными бланками, рисунками.

Завершение преддипломной практики сопровождается представлением бакалавром на выпускающую кафедру следующей отчетной документации:

– заполненный дневник практики;

– отчет по практике, включающий в себя научно-методические и учебно-методические материалы, являющиеся результатом выполнения бакалавром индивидуального задания по практике.

По результатам практики бакалавр получает оценку, отражающую качество выполнения заданий практики. Общая положительная оценка возможна лишь при выполнении всех заданий.

Отчет по практике бакалавр представляет руководителю практикой. Общую оценку за практику выставляет также ее руководитель.

**Дифференцированный зачет** по практике проводится в форме защиты представляемого обучающимся отчёта о проведенных мероприятиях и сформированных материалах по итогам пройденной преддипломной практики путём личного собеседования с руководителем (ями) практики от РГУФКСМиТ.

Отчет представляется на проверку в электронном и печатном виде. Для получения положительной оценки обучающийся должен полностью выполнить программу практики, своевременно оформить и сдать все виды необходимых документов.

## **7. Перечень учебной литературы и ресурсов сети «Интернет», необходимых для проведения практики**

### *а) Основная литература:*

1. Анашкина Н. А., Ткаченко О. Н., Шматко М. В. Практическая подготовка студентов направления «Реклама и связи с общественностью»: учебное пособие Методика научно-исследовательской работы. Организация научно-исследовательской деятельности в образовательных учреждениях Основы научно-исследовательской работы. - Омск: Омский государственный технический университет (ОмГТУ), 2020. - 156 стр.  
[https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_view\\_red&book\\_id=683179](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=683179)

2. Алексеев С. В. Правовые основы профессиональной деятельности в спорте: учебник. Рекомендовано для высшего профессионального образования Физическая культура.- Москва: Спорт, 2017.- 668 стр.  
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=471212>
3. Быкова М.Б. Выполнение и оформление выпускных квалификационных работ, научно-исследовательских работ, курсовых работ и отчетов по практикам [Электронный ресурс] : методические указания— Электрон. текстовые данные. — М. : Издательский Дом МИСиС, 2017. — 76 с. <http://www.iprbookshop.ru/72577.html>
4. Булгакова Г. Г. Программа и методические указания по преддипломной практике. - -С-П: СПбГАУ, 2018.-21 с. <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=486914>  
Сибатуллин А. М. Организация проектной и научно-исследовательской деятельности: учебное пособие. Магистратура.-Йошкар-Ола:ПГТУ,2012.- 93с.  
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=277052>
5. Галактионова Л. В. , Русанов А. М. , Васильченко А. В. Учебно-методические основы подготовки выпускной квалификационной работы: учебное пособие  
Оренбург: Оренбургский государственный университет, 2014. - 98 стр.  
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=330530>
6. Гринберг Т.Э. Связи с общественностью: теория, практика, коммуникативные стратегии: учеб. пособие для студентов вузов - 2-е изд., исправленный и дополненный — Москва: Аспект Пресс, 2017. - 224 с. <https://znanium.com/catalog/product/1039446>
7. Дмитриева Л. М. , Костылева Т. А. , Пендикова И. Г. Дипломная работа специалиста по рекламе: учебное пособие. Рекомендовано в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности «Реклама».-Москва: Юнити-Дана, 2017.- 135 стр.  
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684752>
8. Евстафьев В. А. , Молин А. В. Организация и практика работы рекламного агентства: учебник по направлениям подготовки «Реклама и связи с общественностью».-М: Дашков и К°, 2019.-508 с. <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621637>
9. Кукушкина В.В. Организация научно-исследовательской работы студентов (бакалавров): Учебное пособие/ В. В. Кукушкина – М.: НИЦ ИНФРА-М,2014.-265с. – ЭБС «Знаниум»
10. Медведев П. В. , Федотов В. А. , Сидоренко Г. А. Научные исследования: учебное пособие.-Оренбург: ОГУ, 2017.-100 с.  
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481778>
11. Осипова Е.А. Ориентированный подход к PR-практике: монография. - Москва: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 128 с. -: <https://znanium.com/catalog/product/5235152>.
12. Преддипломная практика бакалавра профессионального обучения: учебное пособие.- Оренбург: Оренбургский государственный университет, 2014 -112с.  
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=259333>
13. Сушкова И. В. Методические рекомендации к практикам и практикуму для студентов. Методическое пособие.-Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2016.-75 с.  
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436757>

14. Ханнанова-Фахрутдинова Л. Р. Учебная, производственная и преддипломная практики: учебно-методическое пособие.- Казань: Казанский научно-исследовательский технологический университет (КНИТУ), 2017.-Объем: 104 стр.  
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=500939>

15. Шишикин В. Г. , Никитенко Е. В. Научно-исследовательская и практическая работа студентов: учебное пособие. Методика научно-исследовательской работы Основы научных исследований. - Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2019.- 111 стр.  
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=576523>

*б) Дополнительная литература:*

1. Герасимова Г. И. Научно-исследовательская работа в связях с общественностью: учебное пособие. -Тюмень: Тюменский индустриальный университет, 2020.- 85 с.  
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=610847>

2. Илюхин Л. К.Преддипломная научно-творческая производственная практика: научно-методическое пособие: методическое пособие. - Астрахань: Астраханский инженерно-строительный институт, 2010.-28 стр.<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=438925>

3. Левочкина Н. А. Преддипломная практика: методические указания: методическое пособие. - Москва: Директ-Медиа, 2013.-31 стр.  
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=134540>

4. Марочкина С. С., Шуванов И. Б., Щетинина Е. В. Медиарилейшнз и медиапланирование: учебное пособие для студентов направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». -Сочи: Сочинский государственный университет, 2020.-46 стр.  
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=618216>

5. Москалев С. М. Связи с общественностью в органах власти: учебное пособие.-Санкт-Петербург: СПбГАУ, 2021.-163 стр.  
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621134>

6. Милюкова А. Г.Теория и практика связей с общественностью и рекламы (внутрикорпоративный PR): учебное пособие. - Рекомендовано по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью».- Барнаул: Алтайский государственный университет, 2020.-196 стр.  
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=610849>

7. Паутов А.Д. Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта: учебное пособие. -Омск: Сибирский государственный университет физической культуры и спорта, 2020.- 144 стр.  
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=607568>

8. Протасова О. Л. Связи с общественностью и имидж в политической сфере российского общества: учебное пособие. -Тамбов: ТГТУ, 2015.-83 стр.  
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=445035>

9. Шарков Ф. И. Коммуникология : основы теории коммуникации: учебник

для студентов «Связи с общественностью». -Москва: Дашков и К°, 2021.- 488 стр.  
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621689>

б) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. Медиалогия. - <http://www.mlg.ru/>
2. Интерфакс. - <http://www.interfax.ru/>
3. Эксперт (деловой еженедельник). - <http://expert.ru/>
4. МОК <http://www.olympic.org/>
5. Профессиональный PR-портал <http://www.sovetnik.ru/>
6. Портал Реклама, маркетинг, PR <http://www.pr-life.ru/>
7. Информационный портал <http://pr-info.ru/>
8. Российская ассоциация специалистов связей в общественностью специализированный <http://www.raso.ru/>
9. Репутациология – российский журнал о репутации. - <http://www.intereconom.com/reputiology.html>
10. Всероссийский специализированный журнал «Пресс-служба» <http://www.press-service.ru/about/>
11. Блог о пиар <http://www.press-service.ru/about/>
12. Наука о рекламе <http://www.btpr.ru/>
13. Блог о пиар и рекламе <http://www.adme.ru/>
14. RWR. Реклама в России. [www.rwr.ru](http://www.rwr.ru)
15. allBranding. Технологии брендинга. [www.allbranding.ru](http://www.allbranding.ru)
16. Технология продажи ТВ рекламы по GRP. [www.grp.ru](http://www.grp.ru)
17. Mediaplan. <http://www.mediaplan.ru/>
18. Outdoor.ru. Наружная реклама. <http://www.outdoor.ru>
19. Ресурсы социальной рекламы. <http://www.1soc.ru/>
20. Время рекламы. Теория и практика рекламы. СМИ. РА <http://advtime.ru/>
21. Рекламные идеи. О брендинге и креативе <http://www.advi.ru/>
22. Состав. Портал о рекламе. [www.sostav.ru](http://www.sostav.ru)
23. Adindex. Сайт о рекламе и маркетинге. <http://www.adindex.ru/>
24. Advertology Наука о рекламе. [www.advertology.ru](http://www.advertology.ru)
25. AdVesti. Сайт, посвященный рекламодателям. [www.advesti.ru](http://www.advesti.ru)
26. Media-online. Все о рекламе. <http://www.media-online.ru>
27. Сайты спортивных федераций, клубов, персональные сайты спортсменов.
28. Сайты СМИ о спорте (<http://www.sport.ru>, <http://news.sportbox.ru/sport> ,  
<http://www.topsport.ru/ts/index.asp>, <http://www.championat.com/>, телеканал  
<https://matchtv.ru>).



29. <http://school-collection.edu.ru> - Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов.

30. <http://fcior.edu.ru> - Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов.

*в) Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:*

– *программное обеспечение практики:*

1. Операционная система – Microsoft Windows
2. Офисный пакет приложений – Microsoft Office Standard, Microsoft Office Pro (Microsoft Word, Microsoft Excel, Microsoft Power Point, Microsoft Outlook)
3. Локальная антивирусная программа – Dr.Web
4. Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа – Adobe Acrobat DC
5. Информационно-правовое обеспечение – Гарант

– *современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:*

1. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС. – [www.biblioclub.ru](http://www.biblioclub.ru)
2. Национальный цифровой ресурс «Рукопт» ЭБС. – [www.rucont.ru](http://www.rucont.ru)
3. Электронная библиотека диссертаций и авторефератов РГБ – [www.rsl.ru](http://www.rsl.ru)

## **8. Описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики**

Для проведения преддипломной практики используются:

– мультимедийный класс, включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональные компьютеры с выходом в сеть Internet;

– учебные аудитории для проведения самостоятельной работы обучающихся с указанным выше специализированным оборудованием, комплектом аудиторной мебели, ученической доской;

– залы: библиотека, читальный зал с выходом в сеть Интернет;

– видео-, аудиовизуальные средства обучения;

**9. Методические материалы для обучающихся по проведению практики (Приложение 2 к программе практики)**

## **10. Особенности проведения практики для числа лиц с ограниченными возможностями здоровья**

Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов проводится с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

Содержание практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности не создаёт препятствий для её прохождения обучающимся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидам, которым не противопоказано получение высшего образования уровня профессионального образования – бакалавриат.

При этом, в структурных подразделениях РГУФКСМиТ созданы материально-технические условия, обеспечивающие возможность беспрепятственного доступа обучающихся с ограниченными возможностями здоровья в аудитории, туалетные и другие помещения, а также их пребывания в указанных помещениях.

При получении высшего образования по ООП (ОПОП) обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются бесплатно учебная литература, указанная в пункте 7 настоящей программы практики и адаптированная в соответствии с особенностями обучающегося, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Продолжительность выполнения отдельных заданий для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья увеличивается по их заявлению на количество времени, согласованное с руководителем практики от РГУФКСМиТ.

Обучающиеся с ограниченными возможностями здоровья могут в процессе прохождения практики и выполнении отдельных заданий пользоваться техническими средствами, необходимыми им в связи с их индивидуальными особенностями.

При прохождении практики и выполнении отдельных заданий обеспечивается выполнение следующих дополнительных требований в зависимости от индивидуальных особенностей обучающихся с ограниченными возможностями здоровья:

### 1) для слепых:

– задания для выполнения оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера с созданием специализированных условий для слепых, либо зачитываются руководителем практики;

– письменные задания выполняются на компьютере с созданием специализированных условий для слепых;

- обучающимся, при необходимости, предоставляется компьютер с созданием специализированных условий для слепых;

- присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь;

2) для слабовидящих:

- обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
- обучающимся для выполнения заданий, при необходимости, предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;

- задания для выполнения, а также инструкция по выполнению заданий оформляются увеличенным шрифтом;

- присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь;

3) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

- обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающимся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

- задания предоставляются в печатном и (или) электронном виде;

- дублирование звуковой справочной информации проводимых в процессе практики мероприятий визуально;

- присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь;

4) для лиц с тяжелыми нарушениями речи, глухих, слабослышащих личное собеседование по итогам прохождения практики может быть заменено вместо устной формы – на письменную;

5) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата, нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей:

- письменные задания выполняются на компьютере с созданием специализированных условий;

- задания, выполняемые при организации практики в письменной форме, проводятся в устной форме.

Указанные выше условия предоставляются обучающимся на основании письменного заявления, содержащего сведения о необходимости создания соответствующих специальных условий.

## ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по практике «**Преддипломная практика**» для обучающихся Гуманитарного Института 4 курса направления подготовки/специальности 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью»направленности (профилю) – «Реклама и связи с общественностью в СМИ», бакалавриат, очной и заочной формы обучения

год набора 2019

### I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

Сроки прохождения практики:

для очной формы обучения -8 семестр;

для заочной формы обучения – 9-10 семестры

Форма промежуточной аттестации: *дифференцированный зачет*

### II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

№	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях)	Максимальное кол-во баллов
1	<i>Разработка индивидуального плана прохождения практики</i>	<i>1-2 неделя</i>	<i>5 баллов</i>
2	<i>Изучение документации по оформлению дипломной работы в соответствии с установленными требованиями и ГОСТа</i>	<i>в течение семестра</i>	<i>5 баллов</i>
3	<i>Постановка целей и задач ВКР; определение объекта и предмета исследования; обоснование актуальности выбранной темы, цели и задач исследования, характеристика масштабов изучаемой проблемы</i>	<i>в течение семестра</i>	<i>5 баллов</i>
4	<i>Составление обзора литературы по теме ВКР</i>	<i>в течение семестра</i>	<i>5 баллов</i>
5	<i>Сбор эмпирического материала для ВКР, включая разработку методики сбора данных, обработку результатов, оценку их достоверности и достаточности для завершения работы над ВКР</i>	<i>в течение семестра</i>	<i>10 баллов</i>
6	<i>Составление первоначального варианта теоретического обоснования решения проблемы (анализ и обобщение, систематизация данных, обоснование методов и технологий решения поставленных задач, научная интерпретация результатов проведенного</i>	<i>в течение семестра</i>	<i>10 баллов</i>

	<i>исследования)</i>		
7	<i>Написание полного текста ВКР и его подготовка в соответствии с установленными требованиями к структуре, содержанию и техническому оформлению</i>	<i>в течение семестра</i>	<i>10 баллов</i>
8	<i>Апробация ВКР, представление результатов в виде подготовленного текста ВКР</i>	<i>в течение семестра</i>	<i>5 баллов</i>
9	<i>Редактирование выводов и практических рекомендаций, списка использованной литературы</i>	<i>в течение семестра</i>	<i>5 баллов</i>
10	<i>Подготовка отчетной документации по результатам практики</i>	<i>в течение семестра</i>	<i>5 баллов</i>
11	<i>Подготовка доклада, презентация практики в рамках предзащиты. Устная предзащита ВКР</i>	<i>в течение семестра</i>	<i>10 баллов</i>
12	<i>Посещение занятий</i>	<i>В течение практики</i>	<i>5 баллов</i>
	<i>Дифференцированный зачет</i>		<i>20 баллов</i>
	<b>ИТОГО</b>		<b>100 баллов</b>

*Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия*

<b>№</b>	<b>Виды текущего контроля успеваемости</b>	<b>Максимальное кол-во баллов</b>
<i>1</i>	<i>Подготовка доклада-презентации, по теме руководителя практики</i>	<i>10</i>

### **III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ**

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)»

– Необходимо предусмотреть дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

### **V. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

**Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающихся дифференцированным зачётом**

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	2 Неудовлетворительно		3 Удовлетворительно	4 Хорошо	5 Отлично	
Оценка по шкале	F	E	D	C	B	A

ECTS						
------	--	--	--	--	--	--

**Шкала успеваемости по практике  
при проведении текущего контроля успеваемости**

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и  
туризма (ГЦОЛИФК)»



**Институт Гуманитарный**

**Кафедра: Рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных  
проблем**

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ**

**Б2.О.01 (П) Производственная практика**

(вид практики)

**«Преддипломная практика»**

(тип практики)

Направление подготовки/специальность: **42.03.01 «Реклама и связи с  
общественностью»**  
(код и наименование)

Направленность (профиль): «Спортивная реклама и PR»  
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная/заочная*

Год набора 2022, 2023

Москва – 2021г.

## 1. Цель освоения дисциплины (модуля).

Преддипломная практика соотнесена с общими целями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» профиль «Реклама и связи с общественностью в СМИ»

**Целью** прохождения практики является: совершенствование и закрепление навыков и компетенций выпускников направления «Реклама и связи с общественностью» по реализации рекламных и PR-проектов спортивной организации в информационном пространстве; сбор, обработка, систематизация и аналитическое обобщение эмпирических данных и теоретической информации в рамках подготовки магистерской диссертации.

## 2. Вид практики, способ и формы (форма) ее проведения

Вид практики: Производственная практика

Тип практики: Преддипломная практика

Преддипломная практика проводится следующим способом: проводится следующим способом: стационарно.

Форма проведения практики: непрерывно, а также в форме практической подготовки.

## 3. Объем, продолжительность и содержание практики, формы отчетности

Общий объем практики для очной и заочной форм обучения составляет 6 зачетных единиц, продолжительность обучения - 4 недели, 216 академических часа (в соответствии с учебным планом)

Форма отчетности: **дифференцированный зачет**

## 4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
		Очная форма обучения	Заочная форма	форма обучения (ускоренное обучение) <sup>2</sup>
1	2	3	4	5
<b>УК-1Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач</b>				
Начальный этап УК-1.1.	Знает принципы сбора, отбора и обобщения информации, методики системного подхода для решения профессиональных задач.	8	9-10	
УК-1.2.	Знает информационно-поисковые системы и базы данных; технологию осуществления поиска информации.			

<sup>2</sup>Заполняется при наличии ускоренного обучения.



Продвинутый этап УК-1.3.	Умеет анализировать и систематизировать разнородные данные, оценивать эффективность процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности.	8	9-10	
УК-1.4.	Умеет синтезировать информацию, представленную в различных источниках			
Завершающий этап УК-1.5.	Владеет навыками научного поиска и практической работы с информационными источниками; владеет методами принятия решений.	8	9-10	
УК-1.6.	Владеет методами аналитико-синтетической обработки информации из различных информационно-поисковых систем			
<b>УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</b>				
Начальный этап УК-2.1.	Знает виды ресурсов и ограничений, основные методы оценки разных способов решения профессиональных задач.	8	9-10	
Продвинутый этап УК-2.2.	Умеет проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, необходимые для ее достижения, анализировать альтернативные варианты с учетом правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.	8	9-10	
Завершающий этап УК-2.3.	Владеет методологическими инструментами для определения и достижения задач, подчиненных общей цели, с использованием имеющихся ресурсов и ограничений	8	9-10	
<b>УК-6Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</b>				
УК-6.1 Начальный этап	Знает основные приемы эффективного управления собственным временем; знает основные принципы саморазвития и самообразования.	8	9-10	
УК-6.2. Продвинутый этап	Умеет эффективно планировать и контролировать собственное время; способен к анализу собственной деятельности	8	9-10	
УК-6.3. Завершающий этап	Владеет методами управления собственным временем; планирует и реализует траекторию своего профессионального и личностного роста на основе принципов образования в течение всей жизни.	8	9-10	
<b>ОПК-2Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</b>				
ОПК-2.1 Начальный этап	Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования.	8	9-10	

ОПК-2.2. Продвинуты й этап	Выявляет тенденции развития общественных и государственных институтов	8	9-10	
ПК-2.3. Завершающ ий этап	Учитывает основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.	8	9-10	
<b>ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</b>				
ОПК-3.1	Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса	8	9-10	
ОПК-3.2	Анализирует достижения отечественной и мировой культуры и интерпретирует их в контексте профессиональной деятельности	8	9-10	
ОПК-3.3	Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.	8	9-10	
<b>ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности</b>				
ОПК-4,1	Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	8	9-10	
ОПК-4,2	Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности.	8	9-10	
ОПК-4,3	Учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	8	9-10	
<b>ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности</b>				
ОПК-6.1	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	8	9-10	
ОПК-6.2	Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение.	8	9-10	
ОПК-6.3	Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах осуществления профессиональной деятельности.	8	9-10	

**Очная/ форма обучения**

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
<b>1</b>	<b>Подготовительный этап</b>	<b>8</b>					
1.1	Инструктивное совещание: знакомство с целью, задачами, содержанием практики	8		2	4		
1.2	Разработка индивидуального плана прохождения практики	8		2	10		
<b>2</b>	<b>Основной этап</b>	<b>8</b>					
2.1	Изучение документации по оформлению дипломной работы в соответствии с установленными требованиями и ГОСТа	8		1	10		
2.2	Постановка целей и задач дипломной работы; определение объекта и предмета исследования; обоснование актуальности выбранной темы, цели и задач исследования, характеристика масштабов изучаемой проблемы	8		1	10		
2.3	Составление обзора литературы по теме дипломной работы, содержащего критический анализ основных результатов и положений, полученных ведущими специалистами в области исследования.	8		1	20		
2.4	Сбор эмпирического материала для дипломной работы, включая разработку методики сбора данных, обработку результатов, оценку их достоверности и достаточности для завершения работы над дипломной работой	8		1	24		
2.5	Составление первоначального варианта теоретического обоснования решения проблемы (анализ и обобщение, систематизация данных, обоснование методов и технологий решения поставленных задач, научная интерпретация результатов проведенного исследования)	8		2	30		
2.6	Написание полного текста дипломной работы и его подготовка в соответствии с установленными требованиями к	8		1	40		

	структуре, содержанию и техническому оформлению						
2.7	Апробация дипломной работы, представление результатов в виде подготовленного текста исследования	8		1	10		
2.8	Редактирование выводов и практических рекомендаций	8		1	10		
2.9	Редактирование списка использованной литературы	8		1	10		
<b>3</b>	<b>Итоговый этап</b>	<b>8</b>					
3.1	Подготовка отчетной документации по результатам практики	8		2	10		
3.2	Подготовка доклада, презентация практики в рамках предзащиты. Устная предзащита дипломной работы	8		2	10		
<b>Итого часов: 216</b>				<b>18</b>	<b>198</b>		<b>Диф. зачет</b>

Заочная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
<b>1</b>	<b>Подготовительный этап</b>	<b>9</b>					
1.1	Инструктивное совещание: знакомство с целью, задачами, содержанием практики				4		
1.2	Разработка индивидуального плана прохождения практики				10		
<b>2</b>	<b>Основной этап</b>	<b>9</b>					
2.1	Изучение документации по оформлению дипломной работы в соответствии с установленными требованиями и ГОСТа	9			10		
2.2	Постановка целей и задач дипломной работы; определение объекта и предмета исследования; обоснование актуальности выбранной темы, цели и задачи исследования, характеристика масштабов изучаемой проблемы	9			10		

2.3	Составление обзора литературы по теме дипломной работы, содержащего критический анализ основных результатов и положений, полученных ведущими специалистами в области исследования.	9			20		
2.4	Сбор эмпирического материала для дипломной работы, включая разработку методики сбора данных, обработку результатов, оценку их достоверности и достаточности для завершения работы над дипломной работой	9			24		
2.5	Составление первоначального варианта теоретического обоснования решения проблемы (анализ и обобщение, систематизация данных, обоснование методов и технологий решения поставленных задач, научная интерпретация результатов проведенного исследования)	9			30		
<b>Итого часов за 9 семестр</b>					<b>108ч.</b>		
2.6	Написание полного текста дипломной работы и его подготовка в соответствии с установленными требованиями к структуре, содержанию и техническому оформлению	10			40		
2.7	Апробация дипломной работы, представление результатов в виде подготовленного текста исследования	10			10		
2.8	Редактирование выводов и практических рекомендаций	10			10		
2.9	Редактирование списка использованной литературы	10			10		
<b>3</b>	<b>Итоговый этап</b>	<b>10</b>					
3.1	Подготовка отчетной документации по результатам практики	10			10		
3.2	Подготовка доклада, презентация практики в рамках предзащиты. Устная предзащита дипломной работы	10			10		
<b>Итого часов за 10 семестр</b>					<b>108ч.</b>		
<b>Итого часов: 216</b>					<b>216</b>	<b>Диф. зачет</b>	

**МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ  
ПО ПРОВЕДЕНИЮ ПРАКТИКИ**

**ОБРАЗЕЦ ТИТУЛЬНОГО ЛИСТА ОТЧЕТА**

**МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное образовательное учреждение высшего  
образования «Российский государственный университет физической  
культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»**

**ОТЧЕТ**

о прохождении \_\_\_\_\_ практики  
(вид практики)

\_\_\_\_\_  
(тип практики)

обучающегося группы \_\_\_\_\_ курса \_\_\_\_\_

направление подготовки и профиль \_\_\_\_\_

Фамилия \_\_\_\_\_

Имя \_\_\_\_\_

Отчество \_\_\_\_\_

Сроки прохождения практики \_\_\_\_\_

Руководитель практики от РГУФКСМиТ

\_\_\_\_\_  
(Фамилия, имя, отчество, должность)

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_

# ОБРАЗЕЦ ПРИМЕРНОГО СОДЕРЖАНИЯ ОТЧЕТА ПО ПРАКТИКЕ

## Содержание

Содержание .....	3
Введение .....	5
Основная часть .....	7
Заключение .....	11
Список используемых источников.....	12
Приложение 1 .....	14

# ОБРАЗЕЦ ДНЕВНИКА ПРАКТИКИ

**МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение**  
**высшего образования**  
**«Российский государственный университет физической культуры, спорта,**  
**молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)» (РГУФКСМиТ)**

## ДНЕВНИК

**Практика** \_\_\_\_\_

(наименование вида и типа практики)

\_\_\_\_\_ (наименование профильной

\_\_\_\_\_ организации)

Руководитель от профильной организации:

\_\_\_\_\_ (ФИО, должность)

Руководитель практикой от РГУФКСМиТ:

\_\_\_\_\_ (ФИО, должность)

Обучающийся курса

\_\_\_\_\_ (формы обучения)

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль Реклама и связи с общественностью в СМИ

Способ проведения практики \_\_\_\_\_ (дискретно/ непрерывно)

Сроки практики: с «\_\_» \_\_\_\_\_ 201\_\_ г. по «\_\_» \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.

**Институт научно-педагогического образования**

20\_\_ /20\_\_ учебный год



## ОБРАЗЕЦ РАБОЧЕГО ГРАФИКА ПРАКТИКИ

### Рабочий график проведения практики

Руководитель от профильной организации \_\_\_\_\_  
(ФИО)

Руководитель практикой от РГУФКСМиТ \_\_\_\_\_  
(ФИО)

Дата	Содержание работы обучающихся	Кол-во часов
—·—·—	1. Цель, задачи, содержание и организация практики. Инструктаж	
	2. Основные направления работы, распорядок дня практиканта. Требования, предъявляемые к студентам	
	3. Задачи, распределение обязанностей	
	4. Составление индивидуального плана прохождения практики	
	5. Выбор темы и составление программы научного исследования проблемы социальной коммуникации в сфере ФКиС	
	6. Определение методологического обоснования и эмпирической методики исследования	
	7. Построение прикладного типа социально-коммуникативного исследования	
	8. Освоение разных типов экспертных научных методов, знакомство с особенностями их использования	
	9. Составление библиографии по теме исследования. Написание научно-аналитического обзора по проблеме социальной коммуникации в сфере ФКиС	
	10. Сбор, анализ и систематизация собранного эмпирического материала и хода практики	
	11. Подготовка отчета по практике	
	12. Защита отчета по практике	

Руководитель от профильной организации \_\_\_\_\_  
(подпись) (ФИО)

Руководитель практикой от РГУФКСМиТ \_\_\_\_\_  
(подпись) (ФИО)

### Рабочий график проведения практики

№ п/п	Ф.И.О. обучающегося	Даты проведения практики																													
1																															
2																															
3																															
4																															
5																															
6																															
7																															
8																															
9																															
10																															
11																															
12																															
13																															
14																															
15																															

Руководитель от профильной организации \_\_\_\_\_  
(подпись) (ФИО)  
 Руководитель практикой от РГУФКСМиТ \_\_\_\_\_  
(подпись) (ФИО)

## ОБРАЗЕЦ ИНДИВИДУАЛЬНОГО ЗАДАНИЯ

### Индивидуальное задание

на \_\_\_\_\_

(наименование типа практики)

обучающийся \_\_\_\_\_ курса, \_\_\_\_\_ формы обучения,  
направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
профиль Реклама и связи с общественностью в СМИ

\_\_\_\_\_ (ФИО обучающегося)

способ проведения практики: \_\_\_\_\_

Сроки практики: с «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. по «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

<b>Индивидуальное задание:</b>	<b>Содержание практики:</b>	<b>Планируемые результаты практики:</b>
1. Ознакомиться с программой практики (цель, задачи, содержание и организация практики)	Сформировать профессиональные компетенции в области научно-исследовательской деятельности в сфере ФКиС	Овладеть знаниями, связанными со сбором, систематизацией, анализом, обобщением релевантного профессиональной тематике материала в рамках социально коммуникативной проблематики ФКиС
2. Заполнить индивидуальный план	Заполнить индивидуальный план в соответствии с графиком прохождения практики	Сдать руководителю от РГУФКСМиТ индивидуальный план, подписанный руководителем базы практики
3. Выбрать тему и составить программу научного исследования социально коммуникативной проблематики ФКиС	Осуществить разработку программы научного исследования социально коммуникативной проблематики ФКиС	Овладеть навыками разработки программы научного исследования социально коммуникативной проблематики ФКиС
4. Определить методологическое обоснование и выбрать эмпирическую методику исследования	Осуществить выбор методологического обоснования и эмпирической методики исследования. Построить прикладной тип социально-гуманитарного исследования	Развить навыки проведения прикладного типа социально коммуникативной проблематики исследования
5. Познакомиться с разными типами экспертных научных методов и с особенностями их использования	Изучить разные типы экспертных научных методов и особенности их использования	Овладеть навыками использования разных типов экспертных научных методов
6. Анализ, обработка и систематизация собранного теоретического и эмпирического материала; составление библиографии по теме исследования; - написание научно-аналитического обзора о социально коммуникативной проблематике ФКиС	Изучить технологии анализа, обработки и систематизации собранного теоретического и эмпирического материала; составить библиографию по теме исследования; - написать научно-аналитический обзор о социально коммуникативной проблематике ФКиС	Приобретение практических умений и навыков анализа, обработки и систематизации собранного теоретического и эмпирического материала; составления библиографии по теме исследования; - написание научно-аналитического обзора о социально коммуникативной

7. Собрать информацию для составления отчета по практике	Сформировать отчет	Согласовать с руководителем практики от РГУФКСМиТ
8. Подготовить отчет по практике	Оформить отчет	Сдать отчет руководителю практики от РГУФКСМиТ для проверки
9. Подготовиться к дифференцированному зачету по практике		Защита отчета по практике

Руководитель от профильной организации \_\_\_\_\_  
 (подпись) (ФИО)

Руководитель практикой от РГУФКСМиТ \_\_\_\_\_  
 (подпись) (ФИО)

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и  
туризма (ГЦОЛИФК)»



**Институт Гуманитарный**

**Кафедра рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных  
проблем**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ**

**Б2.О.02 (П) Производственная практика**  
(вид практики)

**Профессионально-творческая практика**  
(тип практики)

Направление подготовки/специальность:

42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью»  
(код и наименование)

Направленность (профиль): «Спортивная реклама и PR»  
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная и заочная*

Год набора 2022, 2023 г.

Москва – 2021 г.

Рабочая программа практики утверждена и рекомендована  
на основании решения заседания кафедры:  
Рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем  
Протокол № 3 от «23» сентября 2021 г.

Рабочая программа практики обновлена  
на основании решения заседания кафедры  
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем  
(наименование)  
Протокол № \_\_\_ от «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 201\_\_\_ г.  
Рабочая программа практики обновлена

на основании решения заседания кафедры  
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем  
(наименование)  
Протокол № \_\_\_ от «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 201\_\_\_ г.

Рабочая программа практики обновлена  
на основании решения заседания кафедры  
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем  
(наименование)  
Протокол № \_\_\_ от «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 201\_\_\_ г.

Составитель: Майоров Олег Вячеславович, доцент, кандидат педагогической наук,  
кафедры рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

Программа практики согласована с \_\_\_\_\_  
(указывается руководитель практики от профильной организации ВО / организация, с  
которой заключен договор для проведения практики по ООП (ОПОП))

## **1. Цель и задачи прохождения практики**

Цель профессионально-творческой практики соотнесена с общими целями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

**Целью** прохождения профессионально-творческой практики являются:

– закрепление обучающимися навыков и умений в рамках практики, получение необходимого практического опыта на базе проектов / мероприятий организаций спортивной индустрии, также в рамках проектах, реализуемых кафедрой совместно с организациями базами-практики;

– предоставление обучающимся возможности осуществлять функциональные обязанности в рамках должностей работников организаций, сотрудников проектов и сотрудников оргкомитетов мероприятий по профилю получаемого образования;

– развитие профессионально-творческих способностей и реализация авторских технологий рекламы и связей с общественностью.

Для достижения цели профессионально-творческой практики служат следующие **задачи**:

– развитие алгоритмов функционирования отделов по PR и рекламе организаций;

– овладение практическими технологиями PR-деятельности, рекламы и журналистики;

– формирование и закрепление навыков работы с нормативно-правовыми документами по регулированию PR-деятельности;

– повышение навыков коммуникаций;

– овладение методиками проведения научных и маркетинговых исследований в рамках практической деятельности, в рамках реализаций PR-проектов;

- самостоятельный сбор, обработка, классификация и систематизация информации, относящаяся к области профессиональной деятельности;
- самостоятельное проведение маркетинговых исследований в конкретной предметной области (анализ конкретных бизнес-задач организаций, рекламных и PR-задач, способов их решения и оценка ожидаемых результатов);
- участие в планировании и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (рекламной или PR-кампании; планирование и организация ВТЛ-акций; организация деловой коммуникации с коллегами, клиентами, с широкой общественностью и органами власти и т.п.) в соответствии с целями и задачами организации;
- участие в управлении и организации работы рекламных и PR-служб фирмы и организации (организация работы со СМИ; составление базы данных, работа по поиску заказчиков, рекламодателей);
- осуществление оперативного планирования и оперативного контроля за рекламной работой (разработка рекламной и PR-продукции, ее размещение), направлениями PR-деятельности (формулировка, обоснование и реализация собственных проектов по решению поставленных задач).

## **2. Вид практики, способ и формы (форма) ее проведения**

**Вид практики:** производственная практика.

**Тип практики:** профессионально-творческая практика.

Профессионально-творческая практика проводится следующим **способом:** стационарно.

**Форма проведения** практики: непрерывно, а также в форме практической подготовки.

**Форма отчетности:** дифференцированный зачет.

## **3. Место практики в структуре ООП (ОПОП)**

Программа профессионально -творческой практики для обучающихся направления подготовки 42.03.01 - «Реклама и связи с общественностью» построена в соответствии с ООП (ОПОП), с учетом требований



Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Место практики в структуре образовательной программы: профессионально-творческая практика обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» является составной частью учебного процесса и реализуется на 4 курсе обучения (7 семестр дневного обучения, 7-8 семестры заочного обучения), данная практика входит в **Блок 2 обязательной части - «Б2.О.02 (П) «Производственная практика: профессионально-творческая практика»** и является обязательным этапом обучения.

Профессионально-творческая практика является важнейшей основой для формирования углубленного понимания будущей профессиональной деятельности выпускника.

Профессионально-творческая практика органично связана с отдельными элементами ООП (ОПОП):

– базируется на освоении дисциплин таких как: «Цифровые коммуникации», «Организация и проведение коммуникационных кампаний», «Теория и практика рекламы», «Проведение PR-компаний в сфере физической культуры и спорта», «Брендинг в сфере спорта», «Репутационный PR в сфере спорта», «Проектирование в рекламе и связях с общественностью в сфере физической культуры и спорта», «Спортивные сайты и сообщества в Интернете и методы их анализа», «Копирайтинг», «Принципы и технологии создания рекламного продукта», «Event-технология в сфере физической культуры и спорта»,

– является сопутствующей освоению дисциплин, предусмотренных учебным планом: «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью», «Консалтинг в связях с общественностью», «Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью», «Социальные проекты по связям с общественностью в сфере физической культуры и спорта», «Менеджмент межкультурных коммуникаций», «SMM-менеджмент», «Реклама и связи с общественностью в сфере спорта»;

- является ступенью подготовки к «Преддипломной практике»;
- итоговая оценка уровня сформированности освоенных за период практики компетенций проводится в рамках процедуры принятия дифференцированного зачета (зачета с оценкой).

#### 4. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	наименование	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
1	3	5	6	7
УК-3	<b>Способностью осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде.</b> УК-3.1. Знает основные приемы и нормы социального взаимодействия	7		7,8
	УК-3.2. Умеет устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе.	7		7,8
	УК-3.3. Применяет основные методы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли и взаимодействия внутри команды.	7		7,8
УК-4	<b>Способностью осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке(ах).</b> УК-4.1. Знает общеупотребительную лексику и систему современного иностранного языка; нормы словоупотребления; основы грамматики; орфографические нормы и нормы пунктуации изучаемого иностранного языка.	7		7,8
	УК-4.2. Умеет логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь на иностранном языке.	7		7,8
	УК-4.3. Умеет использовать государственный язык Российской Федерации и иностранный язык, как эффективное средство общения.	7		7,8
УК-6	<b>Способностью управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию</b>	7		7,8

	<p><b>саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.</b></p> <p>УК-6.1. Знает основные приемы эффективного управления собственным временем; знает основные принципы саморазвития и самообразования.</p>			
	<p>УК-6.1. Знает основные приемы эффективного управления собственным временем; знает основные принципы саморазвития и самообразования.</p>	7		7,8
	<p>УК-6.3. Владеет методами управления собственным временем; планирует и реализует траекторию своего профессионального и личностного роста на основе принципов образования в течение всей жизни.</p>	7		7,8
ОПК-1	<p><b>Способность 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.</b></p> <p>ОПК-1.1. Знает типы медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов</p> <p>ОПК-1.2. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ</p> <p>ОПК-1.3. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p>	7		7,8
ОПК-2	<p><b>Способность учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</b></p> <p>ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования.</p> <p>ОПК-2.2. Выявляет тенденции развития общественных и государственных институтов</p> <p>ОПК-2.3. Учитывает основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.</p>	7		7,8

ОПК-3	<p><b>Способность использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</b></p> <p>ОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса</p> <p>ОПК-3.2. Анализирует достижения отечественной и мировой культуры и интерпретирует их в контексте профессиональной деятельности</p> <p>ОПК-3.3. Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p>	7		7,8
ОПК-4	<p><b>Способность отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.</b></p> <p>ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп</p> <p>ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности.</p> <p>ОПК-4.3. Учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p>	7		7,8
ОПК-5	<p><b>Способность 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.</b></p> <p>ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p> <p>ОПК-5.2. Выявляет политические и экономические механизмы функционирования медиакоммуникационных систем региона, страны и мира</p> <p>ОПК-5.3. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</p>	7		7,8

## 5. Объем, продолжительность и содержание практики, формы отчетности

Общий объем практики составляет 12 зачетных единиц. Продолжительность обучения 8 недель, академических часов (в соответствии с учебным планом) 432 часа.

(очная форма в 7 семестре - 432 академических часа; по заочной форме обучения 216 часов в 7 семестре и 216 часа в 8 семестре)

Форма отчетности: **Дифференцированный зачет**

## 6. Содержание практики

### Очная форма

	Раздел практики	Семестр	Виды работ, осуществляемые при прохождении практики, включая самостоятельную работу обучающихся	Количество академических часов (в соответствии с учебным планом и видами работ)	Форма отчетности по практике (по семестрам)
1.	<b>Подготовительный этап. Введение в практику и постановка задач:</b> - объяснить цели практики, ее содержание, - сформулировать основные задачи практики, - уточнить права и обязанности практиканта, - ознакомить с программой практики, требованиями к отчету и защите, предлагаемыми методическими справочными материалами	7 очная	<b>Организационное собрание</b> - инструктаж по прохождению практики; - инструктаж по охране труда и техники безопасности; - составление плана прохождения практики в соответствии с индивидуальным заданием; - инструктаж по использованию научно-методических материалов; - инструктаж по использованию интернет-ресурсов; - инструктаж по соблюдению норм корпоративной этики, конфиденциальности информации организации; - инструктаж по правилам поведения в коллективе и имиджмейкинга -инструктаж по тайм-менеджменту.	20	
2.	<b>Основной этап. Прохождение практики</b>  <b>Инструктаж руководителя</b>	7 очная	<b>Самостоятельная работа обучающегося и заполнение дневника практики</b> - знакомство с базисными концепциями, системами	300	

	<p>практики от организации; знакомство со всеми правилами работы и этики профессионального общения, необходимыми для исполнения практикантом своих обязанностей</p> <p><b>Производственный этап</b></p> <p>Основная часть практики (работа на местах практики, сбор материалов, подготовка аналитических документов, подготовка информационных материалов, работа обучающихся по индивидуальным заданиям)</p>		<p>и технологиями осуществления рекламной и PR-деятельности организации;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- знакомство и построение деловых коммуникаций с коллективом баз практики;</li> <li>- знакомство с содержанием разрабатываемых и используемых рекламных и PR-проектов организации;</li> <li>- анализ внешней и внутренней среды организации, выявление ее ключевых элементов и оценка их влияния на рекламную и PR-деятельность организации;</li> <li>- сегментирование целевых аудиторий спортивной организации и позиционирование продукта и услуг организации</li> <li>- разработка УТП проектов и организации;</li> <li>- сметирование деятельности;</li> <li>- разработка планов медиастратегии, инструментов продвижения информации;</li> <li>- осуществление реализации PR-задач согласно индивидуальным планам</li> </ul>		
--	---	--	---	--	--

<b>3.</b>	<b>Заключительный этап</b>  Содержание работы: обобщение собранного материала в соответствии с программой практики, определение достаточности и достоверности материала, подготовка к составлению отчета о прохождении практики	<b>7 очная</b>	- мониторинг качества деятельности и предоставление данных об эффективности реализованных проектов; - анализ, обработка и систематизация собранного эмпирического материала с целью выявления конкурентных преимуществ и недостатков организации по изучаемой проблеме; - формулировка рекламных и PR-предложений на уровне отдельных проектных групп организации - составление портрета основных целевых аудиторий спортивной организации и разработка мер по поддержанию (повышению) имиджа спортивной организации	<b>80</b>	
<b>4.</b>	<b>Подготовка отчета практики</b> Анализ и обобщение знаний, умений и навыков, полученных в процессе практики. Написание отчета по практике, оформление пакета документов отчетности по практике	<b>7 очная</b>	Составление отчета практики и его согласование с руководителем (-ями) практики.  Подготовка и оформление дополнительных материалов	<b>32</b>	
<b>5.</b>	<b>Защита отчета</b>	<b>7 очная</b>	Защита отчета по практике на кафедре – собеседование		Дифференцированный зачет
<b>6.</b>	<b>ИТОГО:</b>			<b>432</b>	

### Заочная форма

		<b>Семестр</b>	<b>Виды работ, осуществляемые при прохождении практики, включая самостоятельную работу обучающихся</b>	<b>Количество академических часов (в соответствии с учебным планом и видами работ)</b>	<b>Форма отчетности по практике (по семестрам)</b>
	<b>Раздел практики</b>				

1.	<p><b>Подготовительный этап. Введение в практику и постановка задач:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- объяснить цели практики, ее содержание,</li> <li>- сформулировать основные задачи практики, - уточнить права и обязанности практиканта,</li> <li>- ознакомить с программой практики, требованиями к отчету и защите, предлагаемыми методическими справочными материалами</li> </ul>	7 заочная	<p><b>Организационное собрание</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- инструктаж по прохождению практики;</li> <li>- инструктаж по охране труда и техники безопасности;</li> <li>- составление плана прохождения практики в соответствии с индивидуальным заданием;</li> <li>- инструктаж по использованию научно-методических материалов</li> <li>- инструктаж по использованию интернет-ресурсов;</li> <li>- инструктаж по соблюдению норм корпоративной этики, конфиденциальности информации организации;</li> <li>- инструктаж по правилам поведения в коллективе и имиджмейкинга</li> <li>-инструктаж по тайм-менеджменту.</li> </ul>	30	
2.	<p><b>Основной этап. Прохождение практики</b></p> <p><i>Инструктаж</i> руководителя практики от организации; знакомство со всеми правилами работы и этики профессионального общения, необходимыми для исполнения практикантом своих обязанностей</p> <p><i>Производственный этап</i> Основная часть практики (работа на местах практики, сбор материалов, подготовка аналитических документов, подготовка информационных материалов, работа</p>	7 заочная	<p><b>Самостоятельная работа обучающегося и заполнение дневника практики</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- знакомство с базисными концепциями, системами и технологиями осуществления рекламной и PR-деятельности организации;</li> <li>- знакомство и построение деловых коммуникаций с коллективом баз практики;</li> <li>- знакомство с содержанием разрабатываемых и используемых рекламных и PR-проектов организации;</li> <li>- анализ внешней и внутренней среды организации, выявление ее ключевых элементов и оценка их влияния на рекламную и PR-деятельность организации;</li> </ul>	196	



	обучающихся по индивидуальным заданиям)		<ul style="list-style-type: none"> <li>- сегментирование целевых аудиторий спортивной организации и позиционирование продукта и услуг организации</li> <li>- разработка УТП проектов и организации;</li> <li>- сметирование деятельности;</li> <li>- разработка планов медиастратегии, инструментов продвижения информации;</li> <li>- осуществление реализации PR-задач согласно индивидуальным планам.</li> </ul>		
<b>3.</b>	<b>Итого по семестру</b>			<b>216</b>	
<b>4.</b>	<p><b>Основной этап. Прохождение практики</b></p> <p><i>Инструктаж</i> руководителя практики от организации; знакомство со всеми правилами работы и этики профессионального общения, необходимыми для исполнения практикантом своих обязанностей</p> <p><i>Производственный этап</i></p> <p>Основная часть практики (работа на местах практики, сбор материалов, подготовка аналитических документов, подготовка информационных материалов, работа обучающихся по индивидуальным заданиям)</p>	8 заочная	<p><i>Самостоятельная работа обучающегося и заполнение дневника практики</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- знакомство с базисными концепциями, системами и технологиями осуществления рекламной и PR-деятельности организации;</li> <li>- знакомство и построение деловых коммуникаций с коллективом баз практики;</li> <li>- знакомство с содержанием разрабатываемых и используемых рекламных и PR-проектов организации;</li> <li>- анализ внешней и внутренней среды организации, выявление ее ключевых элементов и оценка их влияния на рекламную и PR-деятельность организации;</li> <li>- сегментирование целевых аудиторий спортивной организации и позиционирование продукта и услуг организации</li> <li>- разработка УТП проектов и организации;</li> </ul>	160	

			<ul style="list-style-type: none"> <li>- сметирование деятельности;</li> <li>- разработка планов медиастратегии, инструментов продвижения информации;</li> <li>- осуществление реализации PR-задач согласно индивидуальным планам;</li> </ul>		
<b>5.</b>	<p><b>Заключительный этап</b></p> <p>Содержание работы: обобщение собранного материала в соответствии с программой практики, определение достаточности и достоверности материала, подготовка к составлению отчета о прохождении практики</p>	8 <b>заочная</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- мониторинг качества деятельности и предоставление данных об эффективности реализованных проектов</li> <li>- анализ, обработка и систематизация собранного эмпирического материала с целью выявления конкурентных преимуществ и недостатков организации по изучаемой проблеме</li> <li>- формулировка рекламных и PR-предложений на уровне отдельных проектных групп организации</li> <li>- составление портрета основных целевых аудиторий спортивной организации и разработка мер по поддержанию (повышению) имиджа спортивной организации</li> </ul>	36	
<b>6.</b>	<p><b>Подготовка отчета практики</b></p> <p>Анализ и обобщение знаний, умений и навыков, полученных в процессе практики. Написание отчета по практике, оформление пакета документов отчетности по практике</p>	8 <b>заочная</b>	<p>Составление отчета практики и его согласование с руководителем (-ями) практики.</p> <p>Подготовка и оформление дополнительных материалов.</p>	20	
<b>7.</b>	<b>Защита отчета</b>	8 <b>заочная</b>	Защита отчета по практике на кафедре – собеседование		Дифференцированный зачет
<b>8.</b>	<b>Итого по семестру</b>			<b>216</b>	
<b>9.</b>	<b>ИТОГО:</b>			<b>432</b>	

## **5. Оценочные средства (фонд оценочных средств) для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по практике**

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по практике (Приложение 1 к программе практики).

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по практике

№	Контролируемые этапы практики (результаты по этапам)	Код контролируемой компетенции (или её части)	Наименование оценочного средства
1.	Ознакомительный этап (инструктаж по технике безопасности, подготовка индивидуального задания, ознакомление с деятельностью организации-места прохождения практики)	УК-3; УК-4; УК-6; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5	--
2.	Этап непосредственно практики (прохождение практики, ведение дневника и календарного плана прохождения практики, информирование руководителя практики от выпускающей кафедры о ходе прохождения практики)	УК-3; УК-4; УК-6; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5	--
3.	Завершающий этап (подготовка отчёта о достигнутых в ходе практики результатах, включающего себя комплект документов, необходимых для аттестации о прохождении практики, визирование всех необходимых документов)	УК-3; УК-4; УК-6; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5	Дифференцированный зачет с оценкой

**Дифференцированный зачет** по практике проводится в форме защиты представляемого обучающимся отчёта о проведенных мероприятиях и

сформированных материалах (дневник и дополнительные материалы) по итогам пройденной практики путём личного собеседования с руководителем (-ями) практики от РГУФКСМиТ.

Предварительно, по результатам практики, руководителями практики от организации, на базе которой она осуществлялась, и от РГУФКСМиТ обязательно формируется аттестационный лист, содержащий сведения об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, а также характеристику на обучающегося по освоению профессиональных компетенций в период прохождения практики.

Отчет, который утверждается на базе практики, и прилагаемые к нему дополнительные материалы представляются на проверку в электронном и печатном виде.

В перечень дополнительных материалов могут входить: графические, аудио-, фото-, видео-, материалы; скриншоты и оригиналы публикаций в СМИ, наглядные образцы рекламных / сувенирных изделий и продукция; пресс-киты, распечатанные на принтеры тексты новостей, статей, пресс-релизов, архивы деловых документов; презентационно-рекламные раздаточные материалы (буклеты, брошюры, флаеры, листовки); другие материалы, подтверждающие практический опыт, полученный на практике.

Для получения положительной оценки дифференцированного зачета обучающийся должен:

- полностью выполнить программу практики, своевременно оформить все виды необходимых документов:

- предоставить аттестационный лист по практике от руководителей практики от организации, на базе которой она осуществлялась, и РГУФКСМиТ об уровне освоения профессиональных компетенций;

- предоставить положительную характеристику организации на обучающегося по освоению общих компетенций в период прохождения практики;

- своевременно представить заполненный дневник практики;

– предоставить полный отчет о практике и дополнительные материалы в соответствии с заданием на практику.

## **6. Перечень учебной литературы и ресурсов сети «Интернет», необходимых для проведения практики.**

### *а) Основная литература:*

1. Алексеев С. В. Правовые основы профессиональной деятельности в спорте: учебник. Рекомендовано для высшего профессионального образования Физическая культура.- Москва: Спорт, 2017.- 668 стр.

<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=471212>

2. Алтухов С. Ивент - менеджмент в спорте: Управление спортивными мероприятиями: [учеб.-метод пособие] / Сергей Алтухов. - М.: Сов. спорт, 2013. - 206 с.: ил.

3. Анашкина Н. А., Ткаченко О. Н., Шматко М. В. Практическая подготовка студентов направления «Реклама и связи с общественностью»: учебное пособие.- Омск: Омский государственный технический университет (ОмГТУ), 2020. - 156 стр.

[https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_view\\_red&book\\_id=683179](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=683179)

Андреев Т. Н. , Маслова Ю. В. , Усачева Е. А. Организация и проведение практик: учебно-методическое пособие. -Липецк: Липецкий государственный педагогический университет имени П.П. Семенова-Тян-Шанского, 2019.-67 с.

<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=577058>

Быкова М.Б. Выполнение и оформление выпускных квалификационных работ, научно-исследовательских работ, курсовых работ и отчетов по практикам [Электронный ресурс] : методические указания— Электрон. текстовые данные. — М. : Издательский Дом МИСиС, 2017. — 76 с. <http://www.iprbookshop.ru/72577.html>

4. Евстафьев В. А. , Молин А. В. Организация и практика работы рекламного агентства: учебник по направлениям подготовки «Реклама и связи с общественностью».-М: Дашков и К°, 2019.-508 с.

<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621637>

5. Заграй Н. П. , Климин В. С. Методики профессионально-ориентированного обучения: учебное пособие. Учебники и учебные пособия для вузов.- Ростов-на-Дону, Таганрог: Южный федеральный университет, 2018. - 150 с.

<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=561256>

6. Иссерс О. С. Речевое воздействие: учебное пособие. Рекомендовано для студентов вузов, обучающихся по направлению (специальности) «Связи с общественностью».- Москва: ФЛИНТА, 2020.- 240 стр.

<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=83443>

7. Карпова С.В. Рекламное дело: учеб. и практикум для приклад. бакалавриата, для студентов вузов, обучающихся по эконом. направлениям и специальностям: рек. УМО высш. образования / С.В. Карпова; Финансовый ун-т при правительстве РФ. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Юрайт, 2016. - 431 с.

8. Ковалевский В., Калиева О., Организация рекламной деятельности: учебное пособие. - Оренбург: Оренбургский государственный университет, 2012.- 122 стр.  
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=259222>
9. Мандель Б. Р. Основы проектной деятельности: учебное пособие. - Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2018.- 294 стр.  
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=485308>
- Медведев П. В. , Федотов В. А. , Сидоренко Г. А. Научные исследования: учебное пособие.-Оренбург: ОГУ, 2017.-100 с.  
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481778>
10. Набокова Л. С., Ноздренко Е. А., Теория и практика массовой информации: учебное пособие для вузов.- Красноярск: Сибирский федеральный университет (СФУ), 2016.- 242 стр.  
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=497361>
11. Передельский А. А. Физическая культура и спорт в отражении философских и социологических наук. Социология спорта : учебник для высших учебных заведений физической культуры. - Москва: Спорт, 2016.- 417 стр.  
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=461353>
- Осипова Е.А. Ориентированный подход к PR-практике: монография. - Москва: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 128 с. -: [https://znanium.com/catalog/product/523515\\_2](https://znanium.com/catalog/product/523515_2).
- Сушкова И. В. Методические рекомендации к практикам и практикуму для студентов: методическое пособие.-Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2016.-75 с.  
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436757>
12. Теория и практика креативной деятельности: учебное пособие. для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению «Реклама и связи с общественностью» - Красноярск: Сибирский федеральный университет (СФУ), 2012.- 372 стр.  
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364091>
- Ханнанова-Фахрутдинова Л. Р. Учебная, производственная и преддипломная практики: учебно-методическое пособие.- Казань: Казанский научно-исследовательский технологический университет (КНИТУ), 2017.-Объем: 104 стр.  
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=500939>
13. Чумиков А.Н. Связи с общественностью: теория и практика: учеб. для студентов вузов, обучающихся по специальности 350400 "Связи с общественностью": доп. Минобрнауки РФ / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров; Моск. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова. - 6-е изд. - М.: Дело АНХ, 2010. - 557 с.
14. Шарков Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, публик рилейшнз, брендинг: учебное пособие. Рекомендовано для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью». -Москва: Дашков и К°, 2022.- 323 стр.  
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684408>

15. Шарков Ф. И., Бузин В. Н. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование: учебник. Рекомендовано для студентов бакалавриата, обучающихся по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью». - Москва: Дашков и К°, 2018. - 486 стр.  
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112200>

16. Шарков Ф. И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике: учебное пособие. Рекомендовано для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью». - Москва: Дашков и К°, 2016. - 334 стр.  
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453930>

17. Шишикин В. Г., Никитенко Е. В. Научно-исследовательская и практическая работа студентов: учебное пособие.- Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2019.- 111 стр.  
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=576523>

18. Шпаковский В. О., Егорова Е. С. PR-дизайн и PR-продвижение: учебное пособие. Рекомендовано для студентов вузов, обучающихся по направлению Реклама Связи с общественностью. - Москва, Вологда: Инфра-Инженерия, 2018.- 453 стр.  
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493884>

#### *а) Дополнительная литература:*

1. Алексеев С. В. Спортивный маркетинг: правовое регулирование: учебник. Рекомендовано для студентов высших учебных заведений, обучающихся по «Физическая культура и спорт». - Москва: Юнити-Дана, Закон и право, 2017.- 647 стр.  
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=682238>

2. Бойко А. И. Спонсоринг: учебное пособие.- Москва: Московский государственный университет экономики, статистики и информатики, 2004.- 57 стр.  
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=93216>

3. Борисов Б.Л. Технологии рекламы и PR: учеб. пособие. - М.: Гранд-фаир, 2001. - 618 с.

4. Кирия И. В., Новикова А. А. История и теория медиа : учебник для вузов - Москва: Издательский дом Высшей школы экономики, 2020.- 424 стр.  
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=471753>

5. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, К.Л. Келлер; [пер.с англ. С. Жильцов, М. Жильцов, Д. Раевская]; Рос. ассоц. маркетинга, Б-ка Рос. ассоц. маркетинга. - 12-е изд. - М.; СПб.: Питер, 2008. - 814 с.: ил.

6. Кочеткова, А.В. Современная пресс-служба: учеб. для студентов вузов, обучающихся по направлению подгот. (специальности) "Связи с общественностью": доп. УМО вузов РФ по образованию обл. международных отношений / А.В. Кочеткова, А.С. Тарасов. - М.: Эксмо, 2009. - 270 с.: табл.

7. Мандель Б. Р. Психология рекламы : иллюстрированное учебное пособие для студентов высших учебных заведений.- Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2019.- 382 стр.  
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=270327>

8. Постатейный комментарий к Федеральному закону «О рекламе»: комментарий. Официальные документы.-Москва: Статут, 2012.- 462 стр.  
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=448881>
9. Русаков, А.Ю. Связи с общественностью в органах государственной власти: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по спец. "Связи с общественностью": рек. УМС УМО МГИМО (Ун-т) МИД РФ по связям с общественностью / А.Ю. Русаков. - СПб.: Михайлова В.А., 2006. - 218 с.
10. Связи с общественностью. Составление документов: теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности "Связи с общественностью": рек. Учеб.-метод. Советом УМО МГИМО (У) МИД РФ по связям с общественностью / В.В. Данилина [и др.]; под ред. Л.В. Минаевой. - М.: Аспект пресс, 2006. - 287 с.
11. Трофимова О. В., Купчик Е. В. Основы делового письма: учебное пособие.- Москва: ФЛИНТА, 2019. - 305 стр.  
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=57968>  
Шевченко Д. А. Цифровой маркетинг: учебник. -Москва: Директ-Медиа, 2022.- 185 стр.  
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686507>
12. Чумиков А.Н. Переговоры; Фасилитация; Медиация: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подгот. (специальности) "Реклама и связи с общественностью": доп. Умо вузов РФ по образованию / А.Н. Чумиков. - М.: Аспект пресс, 2014. - 158 с.: табл.
13. Чумиков А.Н., Бочаров М. П. Актуальные связи с общественностью: сфера, генезис, технологии, область применения, структуры Москва: Юрайт: Высш. образование, 2009. – 721с
14. Шарков Ф.И., Родионов А.А. Рекламный рынок: методика изучения. М., 2005 г.
15. Шишкин Д.П., Гавра Д.П., Бровко С.Л. PR-кампании: методология и технология. СПб., 2004 г.
16. Чумиков, А.Н. Медиарилейшнз: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подгот. (специальности) "Реклама и связи с общественностью": доп. Умо вузов РФ по образованию / А.Н. Чумиков. - М.: Аспект пресс, 2014. - 184 с.: рис.
17. Чумиков, А.Н. Коммуникационные кампании: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подгот. (специальности) "Реклама и связи с общественностью": доп. Умо вузов РФ по образованию в обл. междунар. отношений / А.Н. Чумиков. - М.: Аспект пресс, 2014. - 157 с.: рис.

*б) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:*

1. Медиалогия. - <http://www.mlg.ru/>
2. Интерфакс. - <http://www.interfax.ru/>
3. Эксперт (деловой еженедельник). - <http://expert.ru/>



4. МОК <http://www.olympic.org/>
5. Профессиональный PR-портал <http://www.sovetnik.ru/>
6. Портал Реклама, маркетинг, PR <http://www.pr-life.ru/>
7. Информационный портал <http://pr-info.ru/>
8. Российская ассоциация специалистов связей в общественностью специализированный <http://www.raso.ru/>
9. Репутациология – российский журнал о репутации. - <http://www.intereconom.com/reputiology.html>
10. Всероссийский специализированный журнал «Пресс-служба» <http://www.press-service.ru/about/>
11. Блог о пиар <http://www.press-service.ru/about/>
12. Наука о рекламе <http://www.btpr.ru/>
13. Блог о пиар и рекламе <http://www.adme.ru/>
14. RWR. Реклама в России. [www.rwr.ru](http://www.rwr.ru)
15. allBranding. Технологии брендинга. [www.allbranding.ru](http://www.allbranding.ru)
16. Технология продажи ТВ рекламы по GRP. [www.grp.ru](http://www.grp.ru)
17. Mediaplan. <http://www.mediaplan.ru/>
18. Outdoor.ru. Наружная реклама. <http://www.outdoor.ru>
19. Ресурсы социальной рекламы. <http://www.1soc.ru/>
20. Время рекламы. Теория и практика рекламы. СМИ. РА <http://advtime.ru/>
21. Рекламные идеи. О брендинге и креативе <http://www.advi.ru/>
22. Состав. Портал о рекламе. [www.sostav.ru](http://www.sostav.ru)
23. Adindex. Сайт о рекламе и маркетинге. <http://www.adindex.ru/>
24. Advertology Наука о рекламе. [www.advertology.ru](http://www.advertology.ru)
25. AdVesti. Сайт, посвященный рекламодателям. [www.advesti.ru](http://www.advesti.ru)
26. Media-online. Все о рекламе. <http://www.media-online.ru>
27. Сайты спортивных федераций, клубов, персональные сайты спортсменов.

28. Сайты СМИ о спорте (<http://www.sport.ru>, <http://news.sportbox.ru/sport>, <http://www.topsport.ru/ts/index.asp>, <http://www.championat.com> , телеканал <https://matchtv.ru>).

29. <http://school-collection.edu.ru> - Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов.

30. <http://fcior.edu.ru> - Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов.

**7. Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:**

*–программное обеспечение практики:*

- 1.Операционная система – Microsoft Windows
2. Офисный пакет приложений – Microsoft Office Standard, Microsoft Office Pro (Microsoft Word, Microsoft Excel, Microsoft Power Point, Microsoft Outlook)
3. Локальная антивирусная программа – Dr.Web
4. Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа – Adobe Acrobat DC
5. Информационно-правовое обеспечение – Гарант

*– современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:*

- 1.Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования <http://fgosvo.ru>
- 2.Реестр примерных основных программ Министерства образования и науки Российской Федерации <http://fgosreestr.ru>
- 3.Реестр профстандартов Минтруда РФ <http://profstandart.rosmintrud.ru>
- 4.Федеральный портал «Российское образование» <http://www.edu.ru/>
- 5.Информационно-правовой портал «Гарант», интернет-версия <http://www.garant.ru>
- 6.«Университетская библиотека онлайн» ЭБС. - [www.biblioclub.ru](http://www.biblioclub.ru)
- 7.Национальный цифровой ресурс «Рукопт» ЭБС. - [www.rucont.ru](http://www.rucont.ru)

8. Электронная библиотека диссертаций и авторефератов РГБ. -

[www.rsl.ru](http://www.rsl.ru)

– *современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:*

*Зарубежные базы данных:*

1. «Health Research Premium Collection» компании ProQuest  
[www.proquest.com](http://www.proquest.com)

## **8. Описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики**

Для проведения профессионально-творческой практики используются:

– мультимедийный класс, включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональные компьютеры с выходом в сеть Internet;

– учебные аудитории для проведения самостоятельной работы обучающихся с указанным выше специализированным оборудованием, комплектом аудиторной мебели, ученической доской;

– залы: библиотека, читальный зал с выходом в сеть Интернет;

– видео-, аудиовизуальные средства обучения;

**9. Методические материалы для обучающихся по проведению практики (Приложение 2 к программе практики).**

## **10. Особенности проведения практики для лиц с ограниченными возможностями здоровья**

Профессионально-творческая практика для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов проводится с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

Содержание профессионально-творческой практики не создаёт препятствий для её прохождения обучающимся с ограниченными

возможностями здоровья и инвалидам, которым не противопоказано получение высшего образования уровня профессионального образования - бакалавриат.

При этом, в структурных подразделениях РГУФКСМиТ созданы материально-технические условия, обеспечивающие возможность беспрепятственного доступа обучающихся с ограниченными возможностями здоровья в аудитории, туалетные и другие помещения, а также их пребывания в указанных помещениях.

При получении высшего образования по ООП (ОПОП) обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются бесплатно учебная литература, указанная в пункте 7 настоящей программы практики и адаптированная в соответствии с особенностями обучающегося, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Продолжительность выполнения отдельных заданий для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья увеличивается по их заявлению на количество времени, согласованное с руководителем практики от РГУФКСМиТ.

Обучающиеся с ограниченными возможностями здоровья могут в процессе прохождения практики и выполнении отдельных заданий пользоваться техническими средствами, необходимыми им в связи с их индивидуальными особенностями.

При прохождении практики и выполнении отдельных заданий обеспечивается выполнение следующих дополнительных требований в зависимости от индивидуальных особенностей обучающихся с ограниченными возможностями здоровья:

1) для слепых:

– задания для выполнения оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера с созданием специализированных условий для слепых, либо зачитываются руководителем практики;

- письменные задания выполняются на компьютере с созданием специализированных условий для слепых;
- обучающимся, при необходимости, предоставляется компьютер с созданием специализированных условий для слепых;
- присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь;

2) для слабовидящих:

- обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
- обучающимся для выполнения заданий, при необходимости, предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
- задания для выполнения, а также инструкция по выполнению заданий оформляются увеличенным шрифтом;
- присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь;

3) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

- обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающимся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
- задания предоставляются в печатном и (или) электронном виде;
- дублирование звуковой справочной информации проводимых в процессе практики мероприятий визуально;
- присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь;

4) для лиц с тяжелыми нарушениями речи, глухих, слабослышащих личное собеседование по итогам прохождения практики может быть заменено вместо устной формы - на письменную;

5) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата, нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей:

– письменные задания выполняются на компьютере с созданием специализированных условий;

– задания, выполняемые при организации практики в письменной форме, проводятся в устной форме.

Указанные выше условия предоставляются обучающимся на основании письменного заявления, содержащего сведения о необходимости создания соответствующих специальных условий.

## ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по «Профессионально-творческой практике» для обучающихся Гуманитарного института 4 курса направления подготовки/специальности 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» направленности (профилю) – «Спортивная реклама и PR» очной формы обучения

### I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

Сроки прохождения практики: 7 семестр очная форма

Форма промежуточной аттестации: дифференцированный зачет

### II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

№	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях)	Максимальное кол-во баллов
	<b>7 семестр</b>		
1.	Выполнение индивидуальных заданий	1-8	50 баллов
2.	Оформление итогового отчета (качество оформления, включая грамотность изложения, наличие сносок и библиографии, наличие приложений к отчету)	7-8	20 баллов
3.	Поведение обучающегося в период прохождения практики	1-8	10 баллов
4.	Защита отчета. Сдача дифференцированного зачета	9	20 баллов
	<b>ИТОГО</b>		<b>100 баллов</b>

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

№	Виды текущего контроля успеваемости	Максимальное кол-во баллов
1.	Подготовка доклада-презентации по теме руководителя практики	10
2.	Подготовка и защита кейса по теме руководителя практики	10
3.	Подготовка и защита PR-проекта по теме руководителя практики	10

### III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной

образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)»

– Необходимо предусмотреть дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

## V. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

### Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающихся дифференцированным зачётом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	2 Неудовлетворительно		3 Удовлетворительно	4 Хорошо	5 Отлично	
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

### Шкала успеваемости по практике при проведении текущего контроля успеваемости

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A



## ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по «Профессионально-творческой практике» для обучающихся Гуманитарного института 4 курса направления подготовки/специальности 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» направленности (профилю) – «Спортивная реклама и PR» заочной формы обучения

### IV. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: *рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем*  
Сроки прохождения практики: *7-8 семестр*  
Форма промежуточной аттестации: *дифференцированный зачет*

### V. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

№	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях)	Максимальное кол-во баллов
	<b>7 семестр</b>		
1.	<i>Выполнение индивидуальных заданий</i>		<i>30 баллов</i>
	<b>8 семестр</b>		
2.	<i>Выполнение индивидуальных заданий</i>		<i>30 баллов</i>
3.	<i>Оформление итогового отчета (качество оформления, включая грамотность изложения, наличие сносок и библиографии, наличие приложений к отчету)</i>		<i>10 баллов</i>
4.	<i>Поведение обучающегося в период прохождения практики</i>		<i>10 баллов</i>
5.	<i>Защита отчета. Сдача дифференцированного зачета</i>		<i>20 баллов</i>
	<b>ИТОГО</b>		<b>100 баллов</b>

*Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия*

№	Виды текущего контроля успеваемости	Максимальное кол-во баллов
1.	<i>Подготовка доклада-презентации, по теме руководителя практики</i>	<i>10</i>
2.	<i>Подготовка и защита кейса по теме руководителя практики</i>	<i>10</i>
3.	<i>Подготовка и защита PR-проекта по теме руководителя практики</i>	<i>10</i>

### VI. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной

образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)»

– Необходимо предусмотреть дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

## V. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

### Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающихся дифференцированным зачётом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	2 Неудовлетворительно		3 Удовлетворительно	4 Хорошо	5 Отлично	
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

### Шкала успеваемости по практике при проведении текущего контроля успеваемости

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Оценка по шкале ECTS	<i>F</i>	<i>E</i>	<i>D</i>	<i>C</i>	<i>B</i>	<i>A</i>

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и  
туризма (ГЦОЛИФК)»



Институт Гуманитарный

Кафедра рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных  
проблем

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ**

**Б2.О.02 (П) Производственная практика**  
(вид практики)

**Профессионально-творческая практика**  
(тип практики)

Направление подготовки/специальность:

42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью»  
(код и наименование)

Направленность (профиль): «Спортивная реклама и PR»  
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная и заочная*

Год набора 2022, 2023 г.

Москва – 2021 г.

## 1. Цель и задачи прохождения практики

**Целью** прохождения профессионально-творческой практики являются:

- закрепление обучающимися навыков и умений в рамках практики, получение необходимого практического опыта на базе проектов / мероприятий организаций спортивной индустрии, также в рамках проектах, реализуемых кафедрой совместно с организациями базами-практики;
- предоставление обучающимся возможности осуществлять функциональные обязанности в рамках должностей работников организаций, сотрудников проектов и сотрудников оргкомитетов мероприятий по профилю получаемого образования;
- развитие профессионально-творческих способностей и реализация авторских технологий рекламы и связей с общественностью.

Для достижения цели профессионально-творческой практики служат следующие **задачи**:

- развитие алгоритмов функционирования отделов по PR и рекламе организаций;
- овладение практическими технологиями PR-деятельности, рекламы и журналистики;
- формирование и закрепление навыков работы с нормативно-правовыми документами по регулированию PR-деятельности;
- повышение навыков коммуникаций;
- овладение методиками проведения научных и маркетинговых исследований в рамках практической деятельности, в рамках реализаций PR-проектов;
- самостоятельный сбор, обработка, классификация и систематизация информации, относящаяся к области профессиональной деятельности;
- самостоятельное проведение маркетинговых исследований в конкретной предметной области (анализ конкретных бизнес-задач организаций, рекламных и PR-задач, способов их решения и оценка ожидаемых результатов);

– участие в планировании и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (рекламной или PR-кампании; планирование и организация BTL-акций; организация деловой коммуникации с коллегами, клиентами, с широкой общественностью и органами власти и т.п.) в соответствии с целями и задачами организации;

– участие в управлении и организации работы рекламных и PR-служб фирмы и организации (организация работы со СМИ; составление базы данных, работа по поиску заказчиков, рекламодателей);

– осуществление оперативного планирования и оперативного контроля за рекламной работой (разработка рекламной и PR-продукции, ее размещение), направлениями PR-деятельности (формулировка, обоснование и реализация собственных проектов по решению поставленных задач).

## **2. Вид практики, способ и формы (форма) ее проведения**

**Вид практики:** производственная практика.

**Тип практики:** профессионально-творческая практика.

Профессионально-творческая практика проводится следующим **способом:** стационарно.

**Форма проведения** практики: непрерывно, а также в форме практической подготовки.

## **3. Объем, продолжительность и содержание практики, формы отчетности**

Общий объем практики составляет 12 **зачетных единиц**. Продолжительность обучения 8 **недель** (очная форма в 7 семестре; по заочной форме обучения 7 и 8 семестры), **академических часов** (в соответствии с учебным планом) 432 часа.

Форма отчетности: Дифференцированный зачет

## **4. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)**

Шифр компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	наименование	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
1	3	5	6	7
УК-3	<b>Способностью осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде.</b> УК-3.1. Знает основные приемы и нормы социального взаимодействия	7		7,8
	УК-3.2. Умеет устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе.	7		7,8
	УК-3.3. Применяет основные методы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли и взаимодействия внутри команды.	7		7,8
УК-4	<b>Способностью осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке(ах).</b> УК-4.1. Знает общеупотребительную лексику и систему современного иностранного языка; нормы словоупотребления; основы грамматики; орфографические нормы и нормы пунктуации изучаемого иностранного языка.	7		7,8
	УК-4.2. Умеет логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь на иностранном языке.	7		7,8
	УК-4.3. Умеет использовать государственный язык Российской Федерации и иностранный язык, как эффективное средство общения.	7		7,8
УК-6	<b>Способностью управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.</b> УК-6.1. Знает основные приемы эффективного управления собственным временем; знает основные принципы саморазвития и самообразования.	7		7,8
	УК-6.1. Знает основные приемы эффективного управления собственным временем; знает основные принципы саморазвития и самообразования.	7		7,8
	УК-6.3. Владеет методами управления собственным временем; планирует и реализует траекторию своего профессионального и	7		7,8

	личностного роста на основе принципов образования в течение всей жизни.			
ОПК-1	<p><b>Способность 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.</b></p> <p>ОПК-1.1. Знает типы медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов</p> <p>ОПК-1.2. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ</p> <p>ОПК-1.3. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p>	7		7,8
ОПК-2	<p><b>Способность учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</b></p> <p>ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования.</p> <p>ОПК-2.2. Выявляет тенденции развития общественных и государственных институтов</p> <p>ОПК-2.3. Учитывает основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.</p>	7		7,8
ОПК-3	<p><b>Способность использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</b></p> <p>ОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса</p> <p>ОПК-3.2. Анализирует достижения отечественной и мировой культуры и интерпретирует их в контексте профессиональной деятельности</p> <p>ОПК-3.3. Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p>	7		7,8
ОПК-4	<b>Способность отвечать на запросы и потребности</b>	7		7,8

	<p><b>общества и аудитории в профессиональной деятельности.</b></p> <p>ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп</p> <p>ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности.</p> <p>ОПК-4.3. Учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p>			
ОПК-5	<p><b>Способность 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.</b></p> <p>ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p> <p>ОПК-5.2. Выявляет политические и экономические механизмы функционирования медиакоммуникационных систем региона, страны и мира</p> <p>ОПК-5.3. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</p>	7		7,8

## 5. Содержание практики

### Очная форма

	Раздел практики	Семестр	Виды работ, осуществляемые при прохождении практики, включая самостоятельную работу обучающихся	Количество академических часов (в соответствии с учебным планом и видами работ)	Форма отчетности по практике (по семестрам)
7.	<p><b>Подготовительный этап. Введение в практику и постановка задач:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- объяснить цели практики, ее содержание,</li> <li>- сформулировать</li> </ul>	7 очная	<p><i>Организационное собрание</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- инструктаж по прохождению практики;</li> <li>- инструктаж по охране труда и техники безопасности;</li> <li>- составление плана</li> </ul>	20	



	<p>основные задачи практики, - уточнить права и обязанности практиканта, - ознакомить с программой практики, требованиями к отчету и защите, предлагаемыми методическими справочными материалами</p>		<p>прохождения практики в соответствии с индивидуальным заданием; - инструктаж по использованию научно-методических материалов; - инструктаж по использованию интернет-ресурсов; - инструктаж по соблюдению норм корпоративной этики, конфиденциальности информации организации; - инструктаж по правилам поведения в коллективе и имиджмейкинга -инструктаж по тайм-менеджменту.</p>		
8.	<p><b>Основной этап. Прохождение практики</b></p> <p><i>Инструктаж</i> руководителя практики от организации; знакомство со всеми правилами работы и этики профессионального общения, необходимыми для исполнения практикантом своих обязанностей</p> <p><i>Производственный этап</i> Основная часть практики (работа на местах практики, сбор материалов, подготовка аналитических документов, подготовка информационных материалов, работа обучающихся по индивидуальным заданиям)</p>	7 очная	<p><i>Самостоятельная работа обучающегося и заполнение дневника практики</i></p> <p>- знакомство с базисными концепциями, системами и технологиями осуществления рекламной и PR-деятельности организации; - знакомство и построение деловых коммуникаций с коллективом баз практики; - знакомство с содержанием разрабатываемых и используемых рекламных и PR-проектов организации; - анализ внешней и внутренней среды организации, выявление ее ключевых элементов и оценка их влияния на рекламную и PR-деятельность организации; - сегментирование целевых аудиторий спортивной организации и позиционирование продукта и услуг организации - разработка УТП</p>	300	

			<p>проектов и организации;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сметирование деятельности;</li> <li>- разработка планов медиастратегии, инструментов продвижения информации;</li> <li>- осуществление реализации PR-задач согласно индивидуальным планам</li> </ul>		
<b>9.</b>	<p><b>Заключительный этап</b></p> <p>Содержание работы: обобщение собранного материала в соответствии с программой практики, определение достаточности и достоверности материала, подготовка к составлению отчета о прохождении практики</p>	<p><b>7 очная</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- мониторинг качества деятельности и предоставление данных об эффективности реализованных проектов;</li> <li>- анализ, обработка и систематизация собранного эмпирического материала с целью выявления конкурентных преимуществ и недостатков организации по изучаемой проблеме;</li> <li>- формулировка рекламных и PR-предложений на уровне отдельных проектных групп организации</li> <li>- составление портрета основных целевых аудиторий спортивной организации и разработка мер по поддержанию (повышению) имиджа спортивной организации</li> </ul>	80	
<b>10.</b>	<p><b>Подготовка отчета практики</b></p> <p>Анализ и обобщение знаний, умений и навыков, полученных в процессе практики. Написание отчета по практике, оформление пакета документов отчетности по практике</p>	<p><b>7 очная</b></p>	<p>Составление отчета практики и его согласование с руководителем (-ями) практики.</p> <p>Подготовка и оформление дополнительных материалов</p>	32	
<b>11.</b>	<p><b>Защита отчета</b></p>	<p><b>7 очная</b></p>	<p>Защита отчета по практике на кафедре – собеседование</p>		Дифференцированный зачет
<b>12.</b>	<p><b>ИТОГО:</b></p>			<b>432</b>	

Заочная форма

	Раздел практики	Семестр	Виды работ, осуществляемые при прохождении практики, включая самостоятельную работу обучающихся	Количество академических часов (в соответствии с учебным планом и видами работ)	Форма отчетности по практике (по семестрам)
10.	<p><b>Подготовительный этап. Введение в практику и постановка задач:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- объяснить цели практики, ее содержание,</li> <li>- сформулировать основные задачи практики, - уточнить права и обязанности практиканта,</li> <li>- ознакомить с программой практики, требованиями к отчету и защите, предлагаемыми методическими справочными материалами</li> </ul>	7 заочная	<p><b>Организационное собрание</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- инструктаж по прохождению практики;</li> <li>- инструктаж по охране труда и техники безопасности;</li> <li>- составление плана прохождения практики в соответствии с индивидуальным заданием;</li> <li>- инструктаж по использованию научно-методических материалов</li> <li>- инструктаж по использованию интернет-ресурсов;</li> <li>- инструктаж по соблюдению норм корпоративной этики, конфиденциальности информации организации;</li> <li>- инструктаж по правилам поведения в коллективе и имиджмейкинга</li> <li>-инструктаж по тайм-менеджменту.</li> </ul>	30	
11.	<p><b>Основной этап. Прохождение практики</b></p> <p><i>Инструктаж</i> руководителя практики от организации; знакомство со всеми правилами работы и этики профессионального общения, необходимыми для исполнения практикантом своих обязанностей</p> <p><b>Производственный этап</b> Основная часть практики (работа на</p>	7 заочная	<p><b>Самостоятельная работа обучающегося и заполнение дневника практики</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- знакомство с базисными концепциями, системами и технологиями осуществления рекламной и PR-деятельности организации;</li> <li>- знакомство и построение деловых коммуникаций с коллективом баз практики;</li> <li>- знакомство с содержанием разрабатываемых и используемых рекламных и PR-проектов организации;</li> </ul>	196	

	местах практики, сбор материалов, подготовка аналитических документов, подготовка информационных материалов, работа обучающихся по индивидуальным заданиям)		<ul style="list-style-type: none"> <li>- анализ внешней и внутренней среды организации, выявление ее ключевых элементов и оценка их влияния на рекламную и PR-деятельность организации;</li> <li>- сегментирование целевых аудиторий спортивной организации и позиционирование продукта и услуг организации</li> <li>- разработка УТП проектов и организации;</li> <li>- сметирование деятельности;</li> <li>- разработка планов медиастратегии, инструментов продвижения информации;</li> <li>- осуществление реализации PR-задач согласно индивидуальным планам.</li> </ul>		
<b>12.</b>	<b>Итого по семестру</b>			<b>216</b>	
<b>13.</b>	<p><b>Основной этап. Прохождение практики</b></p> <p><i>Инструктаж</i> руководителя практики от организации; знакомство со всеми правилами работы и этики профессионального общения, необходимыми для исполнения практикантом своих обязанностей</p> <p><i>Производственный этап</i></p> <p>Основная часть практики (работа на местах практики, сбор материалов, подготовка аналитических документов, подготовка информационных материалов, работа</p>	8 заочная	<p><i>Самостоятельная работа обучающегося и заполнение дневника практики</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- знакомство с базисными концепциями, системами и технологиями осуществления рекламной и PR-деятельности организации;</li> <li>- знакомство и построение деловых коммуникаций с коллективом баз практики;</li> <li>- знакомство с содержанием разрабатываемых и используемых рекламных и PR-проектов организации;</li> <li>- анализ внешней и внутренней среды организации, выявление ее ключевых элементов и оценка их влияния на рекламную и PR-деятельность организации;</li> </ul>	160	

	обучающихся по индивидуальным заданиям)		<ul style="list-style-type: none"> <li>- сегментирование целевых аудиторий спортивной организации и позиционирование продукта и услуг организации</li> <li>- разработка УТП проектов и организации;</li> <li>- сметирование деятельности;</li> <li>- разработка планов медиастратегии, инструментов продвижения информации;</li> <li>- осуществление реализации PR-задач согласно индивидуальным планам;</li> </ul>		
<b>14.</b>	<b>Заключительный этап</b>  Содержание работы: обобщение собранного материала в соответствии с программой практики, определение достаточности и достоверности материала, подготовка к составлению отчета о прохождении практики	8 <b>заочная</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- мониторинг качества деятельности и предоставление данных об эффективности реализованных проектов</li> <li>- анализ, обработка и систематизация собранного эмпирического материала с целью выявления конкурентных преимуществ и недостатков организации по изучаемой проблеме</li> <li>- формулировка рекламных и PR-предложений на уровне отдельных проектных групп организации</li> <li>- составление портрета основных целевых аудиторий спортивной организации и разработка мер по поддержанию (повышению) имиджа спортивной организации</li> </ul>	36	
<b>15.</b>	<b>Подготовка отчета практики</b> Анализ и обобщение знаний, умений и навыков, полученных в процессе практики. Написание отчета по практике, оформление пакета документов отчетности по практике	8 <b>заочная</b>	<p>Составление отчета практики и его согласование с руководителем (-ями) практики.</p> <p>Подготовка и оформление дополнительных материалов.</p>	20	
<b>16.</b>	<b>Защита отчета</b>	8 <b>заочная</b>	Защита отчета по практике на кафедре – собеседование		Дифференцированный зачет

<b>17.</b>	<b>Итого по семестру</b>			<b>216</b>	
<b>18.</b>	<b>ИТОГО:</b>			<b>432</b>	

**МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ  
ПО ПРОВЕДЕНИЮ ПРАКТИКИ**

**ОБРАЗЕЦ ТИТУЛЬНОГО ЛИСТА ОТЧЕТА**

**МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**Федеральное государственное образовательное учреждение высшего**  
**образования «Российский государственный университет физической**  
**культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»**

**ОТЧЕТ**

о прохождении \_\_\_\_\_ практики  
(вид практики)

\_\_\_\_\_

(тип практики)

обучающегося группы \_\_\_\_\_ курса \_\_\_\_\_

направление подготовки и профиль \_\_\_\_\_

Фамилия \_\_\_\_\_

Имя \_\_\_\_\_

Отчество \_\_\_\_\_

Сроки прохождения практики \_\_\_\_\_

Руководитель практики от РГУФКСМиТ

\_\_\_\_\_

(Фамилия, имя, отчество, должность)

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_

## ОБРАЗЕЦ ПРИМЕРНОГО СОДЕРЖАНИЯ ОТЧЕТА ПО ПРАКТИКЕ

### Содержание

Содержание .....	3
Введение.....	5
Основная часть .....	7
Заключение .....	11
Список используемых источников.....	12
Приложение .....	14



## ОБРАЗЕЦ ДНЕВНИКА ПРАКТИКИ

**МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение**  
**высшего образования**  
**«Российский государственный университет физической культуры, спорта,**  
**молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)» (РГУФКСМиТ)**

### ДНЕВНИК

**Практика** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
(наименование вида и типа практики)

\_\_\_\_\_  
(наименование профильной организации)

Руководитель от профильной организации:

\_\_\_\_\_  
(ФИО, должность)

Руководитель практикой от РГУФКСМиТ:

\_\_\_\_\_  
(ФИО, должность)

Обучающийся \_\_\_\_\_ курса

\_\_\_\_\_  
(формы обучения)

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль Спортивная реклама и PR

Способ проведения практики \_\_\_\_\_  
(дискретно/ непрерывно)

Сроки практики: с «\_\_» \_\_\_\_\_ 201\_\_ г. по «\_\_» \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.

Гуманитарный институт

20\_\_ /20\_\_ учебный год

## ОБРАЗЕЦ РАБОЧЕГО ГРАФИКА ПРАКТИКИ

### Рабочий график проведения практики

Руководитель от профильной организации \_\_\_\_\_  
(ФИО)

Руководитель практикой от РГУФКСМиТ \_\_\_\_\_  
(ФИО)

Дата	Содержание работы обучающихся	Кол-во часов
__.__.____	1. Цель, задачи, содержание и организация практики. Инструктаж	
	2. Основные направления работы, распорядок дня практиканта. Требования, предъявляемые к студентам	
	3. Задачи, распределение обязанностей	
	4. Составление индивидуального плана прохождения практики	
	5. Содержание базисных концепций, систем и технологий осуществления рекламной и PR-деятельности организации и проведения сопутствующих исследований	
	6. Знакомство с целями и задачами разрабатываемых рекламных и PR-проектов организации	
	7. Анализ форматов деятельности организации. Анализ внешней и внутренней среды организации, выявление ее ключевых элементов и оценка их влияния на рекламную и PR-деятельность организации.	
	8. Разработка медиаплана. Сметирование деятельности. Согласование проектов деятельности с методистами и руководством базы-практики	
	9. Реализация проектов	
	10. Сбор, анализ и систематизация собранного эмпирического материала и хода практики. Мониторинг эффективности деятельности	
	11. Подготовка отчета по практике	
	12. Защита отчета по практике	

Руководитель от профильной организации \_\_\_\_\_  
(подпись) (ФИО)

Руководитель практикой от РГУФКСМиТ \_\_\_\_\_  
(подпись) (ФИО)

## ОБРАЗЕЦ ИНДИВИДУАЛЬНОГО ЗАДАНИЯ

### Индивидуальное задание

на \_\_\_\_\_

(наименование типа практики)

обучающийся \_\_\_\_\_ курса, \_\_\_\_\_ формы обучения,  
направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
профиль Спортивная реклама и PR

(ФИО обучающегося)

способ проведения практики: \_\_\_\_\_

Сроки практики: с «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. по «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

<i><b>Индивидуальное задание:</b></i>	<i><b>Содержание практики:</b></i>	<i><b>Планируемые результаты практики:</b></i>
1. Ознакомиться с программой практики (цель, задачи, содержание и организация практики)	Получить первичные профессиональные навыки и умения в области рекламной и PR-деятельности в сфере ФКиС, а также базовые навыки и умения научно-исследовательской деятельности	Овладеть знаниями в области рекламной и PR-деятельности в сфере ФКиС. Приобретение студентами практических навыков организации и проведения маркетинговых исследований внешней и внутренней среды спортивной организации, целевых аудиторий, рекламных и PR-стратегий на уровне отдельных проектных групп организации
2. Заполнить индивидуальный план	Заполнить индивидуальный план в соответствии с графиком прохождения практики	Сдать руководителю от РГУФКСМиТ индивидуальный план, подписанный руководителем базы практики
3. Проанализировать базисные концепции, системы и технологии осуществления рекламной и PR-деятельности организации; выяснить цели и задачи разрабатываемых рекламных и PR-проектов организации, используемые стратегии	Осуществить маркетинговые исследования с целью составления прогноза развития рынка спортивной индустрии, его емкости и динамики спроса и предпочтений потребителей на продукт и услуги организации	Овладеть навыками проведения маркетинговых исследований внешней и внутренней среды спортивной организации; выявления ее ключевых элементов и оценки их влияния на рекламную и PR-деятельность организации и отдельных проектных групп

4. Проанализировать целевые аудитории с целью выявления их лояльности к продукту, услугам и имиджу организации и определения конкурентных преимуществ и недостатков организации	Осуществить сегментирование, выбор целевых аудиторий спортивной организации и позиционирование продукта и услуг организации. Разработать УТП проектов и организации с учетом знаний о целевой аудитории	Характеристика основных целевых аудиторий спортивной организации и разработка мер по поддержанию (повышению) имиджа спортивной организации. Разработка УТП.
5. Познакомиться с принципами оценки эффективности рекламной и PR-деятельности организации и принципами принятия обоснованных управленческих решений по планированию перспективных рекламных и PR-кампаний организации	Изучить методы разработки и реализации инструментов рекламной и PR-деятельности, методы оценки их качества оценки, критерии принятия обоснованных управленческих решений по планированию перспективных рекламных и PR-кампаний организации	Овладеть навыками оценки эффективности рекламной и PR-деятельности и принятия обоснованных управленческих решений по планированию перспективных рекламных и PR-кампаний организации
6. Осуществить общее знакомство с деловой коммуникацией, связанной с подготовкой PR-проектов написанием аналитических справок, информационных материалов, обзоров и прогнозов; основными принципами анализа информации по спортивной тематике	Изучить технологии подготовки планов PR-мероприятий, информационных материалов, аналитических справок, обзоров и прогнозов в сфере деловой коммуникации организации	Приобретение практических навыков и умений разработки PR-проектов, написания и правки информационных материалов, аналитических справок, обзоров и прогнозов в спортивной индустрии; основными принципами, приемами и навыками анализа и использования информации в сфере ФКиС
7. Собрать информацию для составления отчета по практике	Сформировать отчет, включая дополнительные материалы	Согласовать с руководителем практики от базы  Согласовать с руководителем практики от РГУФКСМиТ
8. Подготовить отчет по практике	Оформить отчет	Сдать отчет руководителю практики от РГУФКСМиТ для проверки
9. Подготовиться к дифференцированному зачету по практике		Защита отчета по практике

Руководитель от профильной организации \_\_\_\_\_ (подпись) \_\_\_\_\_ (ФИО)

Руководитель практикой от РГУФКСМиТ \_\_\_\_\_ (подпись) \_\_\_\_\_ (ФИО)

## Рабочий график проведения практики

№ п/п	Ф.И.О. обучающегося	Даты проведения практики																													
1																															
2																															
3																															
4																															
5																															
6																															
7																															
8																															
9																															
10																															
11																															
12																															
13																															
14																															
15																															

Руководитель от профильной организации \_\_\_\_\_  
(подпись)      (ФИО)

Руководитель практикой от РГУФКСМиТ \_\_\_\_\_  
(подпись)      (ФИО)

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и  
туризма (ГЦОЛИФК)»



**Институт Гуманитарный**

**Кафедра рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных  
проблем**

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ**

**Б2.В.01 (У) Учебная практика**  
(вид практики)

**Профессионально-ознакомительная практика**  
(тип практики)

Направление подготовки/специальность:

42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью»  
(код и наименование)

Направленность (профиль): «Спортивная реклама и PR»  
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная и заочная*

Год набора 2022, 2023 г.

Москва – 2021г.

Рабочая программа практики утверждена и рекомендована  
на основании решения заседания кафедры:  
Рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем  
Протокол № 3 от «23» сентября 2021 г.

Рабочая программа практики обновлена  
на основании решения заседания кафедры  
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем  
(наименование)  
Протокол № \_\_\_ от «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 201\_\_\_ г.  
Рабочая программа практики обновлена

на основании решения заседания кафедры  
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем  
(наименование)  
Протокол № \_\_\_ от «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 201\_\_\_ г.

Рабочая программа практики обновлена  
на основании решения заседания кафедры  
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем  
(наименование)  
Протокол № \_\_\_ от «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 201\_\_\_ г.

Составитель: Майоров Олег Вячеславович, доцент, кандидат педагогической наук,  
кафедры рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

Программа практики согласована с \_\_\_\_\_  
(указывается руководитель практики от профильной организации ВО / организация, с  
которой заключен договор для проведения практики по ООП (ОПОП))

## 1. Цель и задачи прохождения практики

Цель профессионально-ознакомительной практики соотнесена с общими целями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Целью прохождения профессионально-ознакомительной практики являются:

- приобретение обучающимися первого практического опыта на базе проектов / мероприятий организаций спортивной индустрии, также в рамках проектах, реализуемых кафедрой совместно с организациями базами-практики;

- закрепление теоретических знаний и практических навыков, полученных бакалаврами направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» в процессе обучения;

- предоставление обучающимся возможности осуществлять функциональные обязанности в рамках должностей работников организаций, сотрудников проектов и сотрудников оргкомитетов мероприятий по профилю получаемого образования.

Для достижения цели профессионально-ознакомительной практики служат следующие **задачи**:

- изучение алгоритмов функционирования отделов по PR и рекламе организаций;

- общее знакомство с практическими технологиями PR-деятельности, рекламы и журналистики;

- общее знакомство с процессами и методами осуществления PR-деятельности;

- знакомство и формирование навыков работы с нормативно-правовыми документами по регулированию PR-деятельности;

- повышение навыков коммуникаций;

- овладение методиками проведения научных и маркетинговых исследований в рамках практической деятельности, в рамках реализаций PR-проектов;



- самостоятельный сбор, обработка, классификация и систематизация информации, относящаяся к области профессиональной деятельности;
- самостоятельное проведение маркетинговых исследований в конкретной предметной области (анализ конкретных бизнес-задач организаций, рекламных и PR-задач, способов их решения и оценка ожидаемых результатов);
- участие в планировании и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (рекламной или PR-кампании; планирование и организация ВТЛ-акций; организация деловой коммуникации с коллегами, клиентами, с широкой общественностью и органами власти и т.п.) в соответствии с целями и задачами организации;
- участие в управлении и организации работы рекламных и PR-служб фирмы и организации (организация работы со СМИ; составление базы данных, работа по поиску заказчиков, рекламодателей);
- осуществление оперативного планирования и оперативного контроля за рекламной работой (разработка рекламной и PR-продукции, ее размещение), направлениями PR-деятельности (формулировка, обоснование и реализация собственных проектов по решению поставленных задач).

## **2. Вид практики, способ и формы (форма) ее проведения**

**Вид практики:** учебная практика.

**Тип практики:** профессионально - ознакомительная практика. Профессионально-ознакомительная практика проводится следующим **способом:** стационарно.

**Форма проведения** практики: непрерывно, а также в форме практической подготовки.

**Форма отчетности:** дифференцированный зачет.

### **Место практики в структуре ООП (ОПОП)**

Программа профессионально-ознакомительной практики для обучающихся направления подготовки 42.03.01 -«Реклама и связи с общественностью» построена в соответствии с ООП (ОПОП), с учетом

требований Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Место практики в структуре образовательной программы: профессионально-ознакомительная практика обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» является составной частью учебного процесса и реализуется на 2 курсе обучения (4 семестр), данная практика входит в **Блок 2 вариативной части -«Б2.В.01 (У) «Учебная практика: профессионально-ознакомительная практика»** и является обязательным этапом обучения.

Профессионально-ознакомительная практика является важнейшей основой для формирования углубленного понимания будущей профессиональной деятельности выпускника.

Профессионально-ознакомительная практика органично связана с отдельными элементами ООП (ОПОП):

– базируется на освоении дисциплин таких как: «Теория и практика связей с общественностью», «Теория и практика рекламы», «Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях», «Теория и практика медиакоммуникаций», «Реклама и связи с общественностью в сфере спорта», «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью в сфере физической культуры»;

– является сопутствующей освоению дисциплин, предусмотренных учебным планом: «Реклама и связи с общественностью в сфере спорта», «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью в сфере физической культуры», «Маркетинговые исследования», «Поддержка и продвижение волонтерских проектов в сфере физической культуры и спорта», «Тайм-менеджмент», «Менеджмент межкультурных коммуникаций», «Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе»;

– является ступенью подготовки к Производственной «Профессионально - творческой практике»;

– итоговая оценка уровня сформированности освоенных за период практики компетенций проводится в рамках процедуры принятия дифференцированного зачета (зачета с оценкой).

### 3. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	наименование	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
1	3	5	6	7
УК-1	способностью осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	4		3,4
	УК-1.1. Знает принципы сбора, отбора и обобщения информации, методики системного подхода для решения профессиональных задач. УК 1.2. Знает информационно-поисковые системы и базы данных; технологию осуществления поиска информации.	4		3,4
	УК-1.3. Умеет анализировать и систематизировать разнородные данные, оценивать эффективность процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности. УК-1.4. Умеет синтезировать информацию, представленную в различных источниках;			
	УК-1.5. Владеет навыками научного поиска и практической работы с информационными источниками; владеет методами принятия решений. УК-1.6. Владеет методами аналитико-синтетической обработки информации из различных информационно-поисковых систем	4		3,4
УК-3	Способностью осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде. УК-3.1. Знает основные приемы и нормы социального взаимодействия	4		3,4

	УК-3.2. Умеет устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе.	4		3,4
	УК-3.3. Применяет основные методы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли и взаимодействия внутри команды.	4		3,4
УК-4	<b>Способностью осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке(ах).</b> УК-4.1. Знает общеупотребительную лексику и систему современного иностранного языка; нормы словоупотребления; основы грамматики; орфографические нормы и нормы пунктуации изучаемого иностранного языка.	4		3,4
	УК-4.2. Умеет логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь на иностранном языке.	4		3,4
	УК-4.3. Умеет использовать государственный язык Российской Федерации и иностранный язык, как эффективное средство общения.	4		3,4
УК-5	<b>Способностью воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.</b> УК-5.1. Знает основные категории философии, законы исторического развития, основы межкультурной коммуникации. УК-5.2. Знает, как воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	4		3,4
	УК-5.3. Умеет вести коммуникацию в мире культурного многообразия и демонстрировать взаимопонимание между обучающимися – представителями различных культур с соблюдением этических и межкультурных норм. УК-5.4. Умеет воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	4		3,4
	УК-5.5. Владеет практическими навыками анализа философских и исторических фактов, оценки явлений культуры; способами анализа и пересмотра своих взглядов в случае разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации. УК-5.6. Использует информацию о межкультурном разнообразии общества социально-историческом, этическом и философском контекстах в профессиональной деятельности.	4		3,4
	<b>Способностью управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.</b>	4		3,4
УК-6				

	УК-6.1. Знает основные приемы эффективного управления собственным временем; знает основные принципы саморазвития и самообразования.			
	УК-6.1. Знает основные приемы эффективного управления собственным временем; знает основные принципы саморазвития и самообразования.	4		3,4
	УК-6.3. Владеет методами управления собственным временем; планирует и реализует траекторию своего профессионального и личностного роста на основе принципов образования в течение всей жизни.	4		3,4
УК-7	<b>Способностью поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.</b> УК-7.1. Знает основы контроля и самооценки уровня физической подготовленности; УК-7.2. Знает правила эксплуатации спортивного инвентаря; УК-7.3. Знает требования профессиональной деятельности к уровню физической подготовленности работников; УК-7.4. Обладает знаниями о технике двигательных действий базовых видов спорта; УК-7.5. Знает правила безопасности при выполнении физических упражнений.	4		3,4
	УК-7.6. Умеет самостоятельно оценивать уровень физической подготовленности; УК-7.7. Умеет пользоваться спортивным инвентарем и оборудованием и обнаруживать их неисправности; УК-7.8. Соблюдает правила техники безопасности при выполнении физических упражнений.	4		3,4
	УК-7.9. Способен на самоконтроль и анализ своего физического состояния, физической подготовленности; УК-7.10. Владеет техникой основных двигательных действий базовых видов спорта на уровне выполнения контрольных нормативов.	4		3,4
	<b>Способен создавать и поддерживать повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природой среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций военных конфликтов.</b> УК-8.1. Знает классификацию и источники чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения.	4		3,4
УК-8.2. Умеет оценивать вероятность возникновения потенциальной опасности в	4		3,4	

	повседневной жизни и в профессиональной деятельности принимать меры по ее предупреждению.			
	<p>УК-8.3. Владеет методами прогнозирования возникновения опасных или чрезвычайных ситуаций в повседневной жизни и в профессиональной деятельности для сохранения природой среды, обеспечения устойчивого развития общества.</p> <p>УК-8.4. Владеет навыками по применению основных методов защиты в условиях чрезвычайных ситуаций военных конфликтов.</p>	4		3,4
<b>ПК-1</b>	<p><b>способностью применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций.</b></p> <p>ПК-1.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде</p> <p>ПК-1.2. При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде.</p> <p>ПК-1.3. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами</p> <p>ПК-1.4. Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций</p> <p>ПК-1.5. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта</p>	4		3,4
<b>ПК-2</b>	<p><b>способностью строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</b></p> <p>ПК-2.1. Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы</p> <p>ПК-2.2. При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности</p> <p>ПК-2.3. Применяет инструменты трансляции</p>	4		3,4

	социально ответственной миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде			
<b>ПК-3</b>	<p><b>способностью реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.</b></p> <p>ПК-3.1. Осуществляет разработку концепции рекламной и PR-кампании.</p> <p>ПК-3.2. Умеет разрабатывать планы рекламных и PR-кампаний с учетом особенностей маркетинговых целей организации и специфики ее сферы деятельности.</p> <p>ПК-3.3. Владеет инструментами медиапланирования.</p> <p>ПК-3.4. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью</p> <p>ПК-3.5. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии</p> <p>ПК-3.6. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p>	4		3,4
<b>ПК-4</b>	<p><b>способностью готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью.</b></p> <p>ПК-4.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта</p> <p>ПК-4.2. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании</p> <p>ПК-4.3. Создает объявления, пресс-релизы, пресс-киты и другие документы, необходимые для реализации рекламной или PR- кампании.</p> <p>ПК-4.4. Разрабатывает концепции, предложения и другие базовые документы для достижения целей рекламной и PR-деятельности организации.</p>	4		3,4
<b>ПК-5</b>	<p><b>способностью использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта.</b></p> <p>ПК-5.1. Использует основные маркетинговые</p>	4		3,4

инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта			
ПК-5.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта			
ПК-5.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами			

#### 4. Объем, продолжительность и содержание практики, формы отчетности

Общий объем практики составляет 9 **зачетных единиц**. Продолжительность обучения 6 **недель, академических часов** (в соответствии с учебным планом) 324 часа.

Форма отчетности: Дифференцированный зачет

##### Содержание практики

##### Очная форма

	Раздел практики	Семестр	Виды работ, осуществляемые при прохождении практики, включая самостоятельную работу обучающихся	Количество академических часов (в соответствии с учебным планом и видами работ)	Форма отчетности по практике (по семестрам)
1.	<b>Подготовительный этап. Введение в практику и постановка задач:</b> - объяснить цели практики, ее содержание, - сформулировать основные задачи практики, - уточнить права и обязанности практиканта, - ознакомить с программой практики, требованиями к отчету и защите, предлагаемыми методическими справочными материалами	4 очная	<b>Организационное собрание</b> - инструктаж по прохождению практики; - инструктаж по охране труда и техники безопасности; - составление плана прохождения практики в соответствии с индивидуальным заданием; - инструктаж по использованию научно-методических материалов; - инструктаж по использованию интернет-ресурсов; - инструктаж по соблюдению норм корпоративной этики, конфиденциальности информации	20	



			<p>организации;  - инструктаж по правилам поведения в коллективе и имиджмейкинга  -инструктаж по тайм-менеджменту.</p>		
2.	<p><b>Основной этап. Прохождение практики</b></p> <p><i>Инструктаж</i> руководителя практики от организации; знакомство со всеми правилами работы и этики профессионального общения, необходимыми для исполнения практикантом своих обязанностей</p> <p><i>Производственный этап</i>  Основная часть практики (работа на местах практики, сбор материалов, подготовка аналитических документов, подготовка информационных материалов, работа обучающихся по индивидуальным заданиям)</p>	4 очная	<p><i>Самостоятельная работа обучающегося и заполнение дневника практики</i></p> <p>- знакомство с базисными концепциями, системами и технологиями осуществления рекламной и PR-деятельности организации;  - знакомство и построение деловых коммуникаций с коллективом баз практики;  - знакомство с содержанием разрабатываемых и используемых рекламных и PR-проектов организации;  - анализ внешней и внутренней среды организации, выявление ее ключевых элементов и оценка их влияния на рекламную и PR-деятельность организации;  - сегментирование целевых аудиторий спортивной организации и позиционирование продукта и услуг организации  - разработка УТП проектов и организации;  - сметирование деятельности;  - разработка планов медиастратегии, инструментов продвижения информации;  - осуществление реализации PR-задач согласно индивидуальным планам</p>	200	

<b>3.</b>	<b>Заключительный этап</b>  Содержание работы: обобщение собранного материала в соответствии с программой практики, определение достаточности и достоверности материала, подготовка к составлению отчета о прохождении практики	4 <b>очная</b>	- мониторинг качества деятельности и предоставление данных об эффективности реализованных проектов; - анализ, обработка и систематизация собранного эмпирического материала с целью выявления конкурентных преимуществ и недостатков организации по изучаемой проблеме; - формулировка рекламных и PR-предложений на уровне отдельных проектных групп организации - составление портрета основных целевых аудиторий спортивной организации и разработка мер по поддержанию (повышению) имиджа спортивной организации	70	
<b>4.</b>	<b>Подготовка отчета практики</b> Анализ и обобщение знаний, умений и навыков, полученных в процессе практики. Написание отчета по практике, оформление пакета документов отчетности по практике	4 <b>очная</b>	Составление отчета практики и его согласование с руководителем (-ями) практики.  Подготовка и оформление дополнительных материалов	34	
<b>5.</b>	<b>Защита отчета</b>	4 <b>очная</b>	Защита отчета по практике на кафедре – собеседование		Дифференцированный зачет
<b>6.</b>	<b>ИТОГО:</b>			<b>324</b>	

### Заочная форма

Раздел практики	Семестр	Виды работ, осуществляемые при прохождении практики, включая самостоятельную работу обучающихся	Количество академических часов (в соответствии с учебным планом и видами работ)	Форма отчетности по практике (по семестрам)

1.	<p><b>Подготовительный этап. Введение в практику и постановка задач:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- объяснить цели практики, ее содержание,</li> <li>- сформулировать основные задачи практики, - уточнить права и обязанности практиканта,</li> <li>- ознакомить с программой практики, требованиями к отчету и защите, предлагаемыми методическими справочными материалами</li> </ul>	3 заочная	<p><b>Организационное собрание</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- инструктаж по прохождению практики;</li> <li>- инструктаж по охране труда и техники безопасности;</li> <li>- составление плана прохождения практики в соответствии с индивидуальным заданием;</li> <li>- инструктаж по использованию научно-методических материалов</li> <li>- инструктаж по использованию интернет-ресурсов;</li> <li>- инструктаж по соблюдению норм корпоративной этики, конфиденциальности информации организации;</li> <li>- инструктаж по правилам поведения в коллективе и имиджмейкинга</li> <li>-инструктаж по тайм-менеджменту.</li> </ul>	20	
2.	<p><b>Основной этап. Прохождение практики</b></p> <p><i>Инструктаж</i> руководителя практики от организации; знакомство со всеми правилами работы и этики профессионального общения, необходимыми для исполнения практикантом своих обязанностей</p> <p><i>Производственный этап</i> Основная часть практики (работа на местах практики, сбор материалов, подготовка аналитических документов, подготовка информационных материалов, работа</p>	3 заочная	<p><b>Самостоятельная работа обучающегося и заполнение дневника практики</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- знакомство с базисными концепциями, системами и технологиями осуществления рекламной и PR-деятельности организации;</li> <li>- знакомство и построение деловых коммуникаций с коллективом баз практики;</li> <li>- знакомство с содержанием разрабатываемых и используемых рекламных и PR-проектов организации;</li> <li>- анализ внешней и внутренней среды организации, выявление ее ключевых элементов и оценка их влияния на рекламную и PR-деятельность организации;</li> </ul>	160	

	обучающихся по индивидуальным заданиям)		<ul style="list-style-type: none"> <li>- сегментирование целевых аудиторий спортивной организации и позиционирование продукта и услуг организации</li> <li>- разработка УТП проектов и организации;</li> <li>- сметирование деятельности;</li> <li>- разработка планов медиастратегии, инструментов продвижения информации;</li> <li>- осуществление реализации PR-задач согласно индивидуальным планам.</li> </ul>		
<b>3.</b>	<b>Итого по семестру</b>			<b>180</b>	
<b>4.</b>	<p><b>Основной этап. Прохождение практики</b></p> <p><i>Инструктаж</i> руководителя практики от организации; знакомство со всеми правилами работы и этики профессионального общения, необходимыми для исполнения практикантом своих обязанностей</p> <p><i>Производственный этап</i></p> <p>Основная часть практики (работа на местах практики, сбор материалов, подготовка аналитических документов, подготовка информационных материалов, работа обучающихся по индивидуальным заданиям)</p>	4 заочная	<p><i>Самостоятельная работа обучающегося и заполнение дневника практики</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- знакомство с базисными концепциями, системами и технологиями осуществления рекламной и PR-деятельности организации;</li> <li>- знакомство и построение деловых коммуникаций с коллективом баз практики;</li> <li>- знакомство с содержанием разрабатываемых и используемых рекламных и PR-проектов организации;</li> <li>- анализ внешней и внутренней среды организации, выявление ее ключевых элементов и оценка их влияния на рекламную и PR-деятельность организации;</li> <li>- сегментирование целевых аудиторий спортивной организации и позиционирование продукта и услуг организации</li> <li>- разработка УТП проектов и организации;</li> </ul>	100	

			<ul style="list-style-type: none"> <li>- сметирование деятельности;</li> <li>- разработка планов медиастратегии, инструментов продвижения информации;</li> <li>- осуществление реализации PR-задач согласно индивидуальным планам;</li> </ul>		
<b>5.</b>	<p><b>Заключительный этап</b></p> <p>Содержание работы: обобщение собранного материала в соответствии с программой практики, определение достаточности и достоверности материала, подготовка к составлению отчета о прохождении практики</p>	4 <b>заочная</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- мониторинг качества деятельности и предоставление данных об эффективности реализованных проектов</li> <li>- анализ, обработка и систематизация собранного эмпирического материала с целью выявления конкурентных преимуществ и недостатков организации по изучаемой проблеме</li> <li>- формулировка рекламных и PR-предложений на уровне отдельных проектных групп организации</li> <li>- составление портрета основных целевых аудиторий спортивной организации и разработка мер по поддержанию (повышению) имиджа спортивной организации</li> </ul>	24	
<b>6.</b>	<p><b>Подготовка отчета практики</b></p> <p>Анализ и обобщение знаний, умений и навыков, полученных в процессе практики. Написание отчета по практике, оформление пакета документов отчетности по практике</p>	4 <b>заочная</b>	<p>Составление отчета практики и его согласование с руководителем (-ями) практики.</p> <p>Подготовка и оформление дополнительных материалов.</p>	20	
<b>7.</b>	<b>Защита отчета</b>	4 <b>заочная</b>	Защита отчета по практике на кафедре – собеседование		Дифференцированный зачет
<b>8.</b>	<b>Итого по семестру</b>			<b>144</b>	
<b>9.</b>	<b>ИТОГО:</b>			<b>324</b>	

## **5. Оценочные средства (фонд оценочных средств) для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по практике**

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по практике (Приложение 1 к программе практики).

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по практике

№	Контролируемые этапы практики (результаты по этапам)	Код контролируемой компетенции (или её части)	Наименование оценочного средства
1.	Ознакомительный этап (инструктаж по технике безопасности, подготовка индивидуального задания, ознакомление с деятельностью организации-места прохождения практики)	УК-1; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; УК-7; УК-8; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5	--
2.	Этап непосредственно практики (прохождение практики, ведение дневника и календарного плана прохождения практики, информирование руководителя практики от выпускающей кафедры о ходе прохождения практики)	УК-1; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; УК-7; УК-8; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5	--
3.	Завершающий этап (подготовка отчёта о достигнутых в ходе практики результатах, включающего себя комплект документов, необходимых для аттестации о прохождении практики, визирование всех необходимых документов)	УК-1; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; УК-7; УК-8; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5	Дифференцированный зачет с оценкой

**Дифференцированный зачет** по практике проводится в форме защиты представляемого обучающимся отчёта о проведенных мероприятиях и сформированных материалах (дневник и дополнительные материалы) по

итогах пройденной практики путём личного собеседования с руководителем (-ями) практики от РГУФКСМиТ.

Предварительно, по результатам практики, руководителями практики от организации, на базе которой она осуществлялась, и от РГУФКСМиТ обязательно формируется аттестационный лист, содержащий сведения об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, а также характеристику на обучающегося по освоению профессиональных компетенций в период прохождения практики.

Отчет, который утверждается на базе практики, и прилагаемые к нему дополнительные материалы представляются на проверку в электронном и печатном виде.

В перечень дополнительных материалов могут входить: графические, аудио-, фото-, видео-, материалы; скриншоты и оригиналы публикаций в СМИ, наглядные образцы рекламных / сувенирных изделий и продукция; пресс-киты, распечатанные на принтеры тексты новостей, статей, пресс-релизов, архивы деловых документов; презентационно-рекламные раздаточные материалы (буклеты, брошюры, флаеры, листовки); другие материалы, подтверждающие практический опыт, полученный на практике.

Для получения положительной оценки дифференцированного зачета обучающийся должен:

- полностью выполнить программу практики, своевременно оформить все виды необходимых документов:
- предоставить аттестационный лист по практике от руководителей практики от организации, на базе которой она осуществлялась, и РГУФКСМиТ об уровне освоения профессиональных компетенций;
- предоставить положительную характеристику организации на обучающегося по освоению общих компетенций в период прохождения практики;
- своевременности представить заполненный дневник практики;
- предоставить полный отчет о практике и дополнительные материалы в соответствии с заданием на практику.

## **6. Перечень учебной литературы и ресурсов сети «Интернет», необходимых для проведения практики.**

### *а) Основная литература:*

1. Алексеев С. В. Правовые основы профессиональной деятельности в спорте: учебник. Рекомендовано для высшего профессионального образования Физическая культура.- Москва: Спорт, 2017.- 668 стр.  
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=471212>
2. Алтухов С. Ивент - менеджмент в спорте: Управление спортивными мероприятиями: [учеб.-метод пособие] / Сергей Алтухов. - М.: Сов. спорт, 2013. - 206 с.: ил.
3. Анашкина Н. А., Ткаченко О. Н., Шматко М. В. Практическая подготовка студентов направления «Реклама и связи с общественностью»: учебное пособие.- Омск: Омский государственный технический университет (ОмГТУ), 2020. - 156 стр.  
[https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_view\\_red&book\\_id=683179](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=683179)
4. Андреев Т. Н. , Маслова Ю. В. , Усачева Е. А. Организация и проведение практик: учебно-методическое пособие. -Липецк: Липецкий государственный педагогический университет имени П.П. Семенова-Тян-Шанского, 2019.-67 с.  
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=577058>
5. Быкова М.Б. Выполнение и оформление выпускных квалификационных работ, научно-исследовательских работ, курсовых работ и отчетов по практикам [Электронный ресурс] : методические указания— Электрон. текстовые данные. — М. : Издательский Дом МИСиС, 2017. — 76 с. <http://www.iprbookshop.ru/72577.html>
6. Заграй Н. П. , Климин В. С. Методики профессионально-ориентированного обучения: учебное пособие. Учебники и учебные пособия для вузов.- Ростов-на-Дону, Таганрог: Южный федеральный университет, 2018. - 150 с.  
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=561256>
7. Иссерс О. С. Речевое воздействие: учебное пособие. Рекомендовано для студентов вузов, обучающихся по направлению (специальности) «Связи с общественностью».- Москва: ФЛИНТА, 2020.- 240 стр.  
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=83443>
8. Карпова С.В. Рекламное дело: учеб. и практикум для приклад. бакалавриата, для студентов вузов, обучающихся по эконом. направлениям и специальностям: рек. УМО высш. образования / С.В. Карпова; Финансовый ун-т при правительстве РФ. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Юрайт, 2016. - 431 с.
9. Ковалевский В., Калиева О., Организация рекламной деятельности: учебное пособие. - Оренбург: Оренбургский государственный университет, 2012.- 122 стр.  
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=259222>
10. Мандель Б. Р. Основы проектной деятельности: учебное пособие. - Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2018.- 294 стр.  
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=485308>



11. Медведев П. В. , Федотов В. А. , Сидоренко Г. А. Научные исследования: учебное пособие.-Оренбург: ОГУ, 2017.-100 с.  
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481778>
12. Набокова Л. С., Ноздренко Е. А., Теория и практика массовой информации: учебное пособие для вузов.- Красноярск: Сибирский федеральный университет (СФУ), 2016.- 242 стр.  
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=497361>
13. Осипова Е.А. Ориентированный подход к PR-практике: монография. - Москва: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 128 с. -: [https://znanium.com/catalog/product/523515\\_2](https://znanium.com/catalog/product/523515_2).
14. Передельский А. А. Физическая культура и спорт в отражении философских и социологических наук. Социология спорта : учебник для высших учебных заведений физической культуры. - Москва: Спорт, 2016.- 417 стр.  
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=461353>
15. Сушкова И. В. Методические рекомендации к практикам и практикуму для студентов: методическое пособие.-Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2016.-75 с.  
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436757>
16. Теория и практика креативной деятельности: учебное пособие. для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению «Реклама и связи с общественностью» - Красноярск: Сибирский федеральный университет (СФУ), 2012.- 372 стр.  
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364091>
17. Ханнанова-Фахрутдинова Л. Р. Учебная, производственная и преддипломная практики: учебно-методическое пособие.- Казань: Казанский научно-исследовательский технологический университет (КНИТУ), 2017.-Объем: 104 стр.  
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=500939>
18. Чумиков А.Н. Связи с общественностью: теория и практика: учеб. для студентов вузов, обучающихся по специальности 350400 "Связи с общественностью": доп. Минобрнауки РФ / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров; Моск. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова. - 6-е изд. - М.: Дело АНХ, 2010. - 557 с.
19. Шарков Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: учебное пособие. Рекомендовано для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью». -Москва: Дашков и К°, 2022.- 323 стр.  
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684408>
20. Шарков Ф. И., Бузин В. Н. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование: учебник. Рекомендовано для студентов бакалавриата, обучающихся по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью». -Москва: Дашков и К°, 2018. - 486 стр.  
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112200>
21. Шарков Ф. И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике: учебное пособие. Рекомендовано для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки “Реклама и связи с общественностью”. - Москва: Дашков и К°, 2016. - 334 стр.  
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453930>

22. Шишкин В. Г. , Никитенко Е. В. Научно-исследовательская и практическая работа студентов: учебное пособие. Методика научно-исследовательской работы Основы научных исследований. - Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2019.- 111 стр.

<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=576523>

23. Шпаковский В. О., Егорова Е. С. PR-дизайн и PR-продвижение: учебное пособие. Рекомендовано для студентов вузов, обучающихся по направлению Реклама Связи с общественностью. - Москва, Вологда: Инфра-Инженерия, 2018.- 453 стр.

<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493884>

24. Мандель Б. Р. Основы проектной деятельности: учебное пособие. - Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2018.- 294 стр.

<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=485308>

### *б) Дополнительная литература:*

1. Алексеев С. В. Спортивный маркетинг: правовое регулирование: учебник. Рекомендовано для студентов высших учебных заведений, обучающихся по «Физическая культура и спорт». - Москва: Юнити-Дана, Закон и право, 2017.- 647 стр.

<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=682238>

2. Бойко А. И. Спонсоринг: учебное пособие.- Москва: Московский государственный университет экономики, статистики и информатики, 2004.- 57 стр.

<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=93216>

3. Борисов Б.Л. Технологии рекламы и PR: учеб. пособие. - М.: Гранд-фаир, 2001. - 618 с.

4. Кирия И. В., Новикова А. А. История и теория медиа : учебник для вузов - Москва: Издательский дом Высшей школы экономики, 2020.- 424 стр.

<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=471753>

5. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, К.Л. Келлер; [пер.с англ. С. Жильцов, М. Жильцов, Д. Раевская]; Рос. ассоц. маркетинга, Б-ка Рос. ассоц. маркетинга. - 12-е изд. - М.; СПб.: Питер, 2008. - 814 с.: ил.

6. Кочеткова, А.В. Современная пресс-служба: учеб. для студентов вузов, обучающихся по направлению подгот. (специальности) "Связи с общественностью": доп. УМО вузов РФ по образованию обл. международных отношений / А.В. Кочеткова, А.С. Тарасов. - М.: Эксмо, 2009. - 270 с.: табл.

7. Мандель Б. Р. Психология рекламы : иллюстрированное учебное пособие для студентов высших учебных заведений.- Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2019.- 382 стр.

<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=270327>

8. Москалев С. М. Связи с общественностью в органах власти: учебное пособие.-Санкт-Петербург: СПбГАУ, 2021.-163 стр.

<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621134>

9. Постатейный комментарий к Федеральному закону «О рекламе»: комментарий. Официальные документы.-Москва: Статут, 2012.- 462 стр.

<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=448881>

10. Милюкова А. Г. Теория и практика связей с общественностью и рекламы (внутрикорпоративный PR): учебное пособие. - Рекомендовано по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью».- Барнаул: Алтайский государственный университет, 2020.-196 стр.  
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=610849>
11. Шарков Ф. И. Коммуникология : основы теории коммуникации: учебник для студентов «Связи с общественностью». -Москва: Дашков и К°, 2021.- 488 стр.  
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621689>
12. Связи с общественностью. Составление документов: теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности "Связи с общественностью": рек. Учеб.-метод. Советом УМО МГИМО (У) МИД РФ по связям с общественностью / В.В. Данилина [и др.]; под ред. Л.В Минаевой. - М.: Аспект пресс, 2006. - 287 с.
13. Трофимова О. В., Купчик Е. В. Основы делового письма: учебное пособие.- Москва: ФЛИНТА, 2019. - 305 стр.  
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=57968>  
Шевченко Д. А. Цифровой маркетинг: учебник. -Москва: Директ-Медиа, 2022.- 185 стр.  
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686507>
14. Чумиков А.Н., Бочаров М. П. Актуальные связи с общественностью: сфера, генезис, технологии, область применения, структуры Москва: Юрайт: Высш. образование, 2009. – 721с
15. Шарков Ф.И., Родионов А.А. Рекламный рынок: методика изучения. М., 2005 г.
16. Шишкин Д.П., Гавра Д.П., Бровко С.Л. PR-кампании: методология и технология. СПб., 2004 г.
17. Чумиков, А.Н. Коммуникационные кампании: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подгот. (специальности) "Реклама и связи с общественностью": доп. Умо вузов РФ по образованию в обл. междунар. отношений / А.Н. Чумиков. - М.: Аспект пресс, 2014. - 157 с.: рис.

*в) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:*

1. Медиалогия. - <http://www.mlg.ru/>
2. Интерфакс. - <http://www.interfax.ru/>
3. Эксперт (деловой еженедельник). - <http://expert.ru/>
4. МОК <http://www.olympic.org/>
5. Профессиональный PR-портал <http://www.sovetnik.ru/>
6. Портал Реклама, маркетинг, PR <http://www.pr-life.ru/>
7. Информационный портал <http://pr-info.ru/>

8. Российская ассоциация специалистов связей в общественностью специализированный <http://www.raso.ru/>
9. Репутациология – российский журнал о репутации. - <http://www.intereconom.com/reputiology.html>
10. Всероссийский специализированный журнал «Пресс-служба» <http://www.press-service.ru/about/>
11. Блог о пиар <http://www.press-service.ru/about/>
12. Наука о рекламе <http://www.btpr.ru/>
13. Блог о пиар и рекламе <http://www.adme.ru/>
14. RWR. Реклама в России. [www.rwr.ru](http://www.rwr.ru)
15. allBranding. Технологии брендинга. [www.allbranding.ru](http://www.allbranding.ru)
16. Технология продажи ТВ рекламы по GRP. [www.grp.ru](http://www.grp.ru)
17. Mediaplan. <http://www.mediaplan.ru/>
18. Outdoor.ru. Наружная реклама. <http://www.outdoor.ru>
19. Ресурсы социальной рекламы. <http://www.1soc.ru/>
20. Время рекламы. Теория и практика рекламы. СМИ. РА <http://advtime.ru/>
21. Рекламные идеи. О брендинге и креативе <http://www.advi.ru/>
22. Состав. Портал о рекламе. [www.sostav.ru](http://www.sostav.ru)
23. Adindex. Сайт о рекламе и маркетинге. <http://www.adindex.ru/>
24. Advertology Наука о рекламе. [www.advertology.ru](http://www.advertology.ru)
25. AdVesti. Сайт, посвященный рекламодателям. [www.advesti.ru](http://www.advesti.ru)
26. Media-online. Все о рекламе. <http://www.media-online.ru>
27. Сайты спортивных федераций, клубов, персональные сайты спортсменов.
28. Сайты СМИ о спорте (<http://www.sport.ru/>, <http://news.sportbox.ru/sport>, <http://www.topsport.ru/ts/index.asp>, <http://www.championat.com/>, телеканал <https://matchtv.ru>).
29. <http://school-collection.edu.ru/> - Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов.

30. <http://fcior.edu.ru/> - Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов.

**7. Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:**

– *программное обеспечение практики:*

1. Операционная система – Microsoft Windows
2. Офисный пакет приложений – Microsoft Office Standard, Microsoft Office Pro (Microsoft Word, Microsoft Excel, Microsoft Power Point, Microsoft Outlook)
3. Локальная антивирусная программа – Dr.Web
4. Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа – Adobe Acrobat DC
5. Информационно-правовое обеспечение – Гарант

– *современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:*

1. Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования <http://fgosvo.ru>
2. Реестр примерных основных программ Министерства образования и науки Российской Федерации <http://fgosreestr.ru>
3. Реестр профстандартов Минтруда РФ <http://profstandart.rosmintrud.ru>
4. Федеральный портал «Российское образование» <http://www.edu.ru/>.
5. Информационно-правовой портал «Гарант», интернет-версия <http://www.garant.ru>
6. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС. - [www.biblioclub.ru](http://www.biblioclub.ru)
7. Национальный цифровой ресурс «Рукопт» ЭБС. - [www.rucont.ru](http://www.rucont.ru)
8. Электронная библиотека диссертаций и авторефератов РГБ. - [www.rsl.ru](http://www.rsl.ru)

***Зарубежные базы данных:***

1. «Health Research Premium Collection» компании ProQuest [www.proquest.com](http://www.proquest.com)

## **8. Описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики**

Для проведения производственно-ознакомительной практики используются:

- мультимедийный класс, включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональные компьютеры с выходом в сеть Internet;

- учебные аудитории для проведения самостоятельной работы обучающихся суказанным выше специализированным оборудованием, комплектом аудиторной мебели, ученической доской;

- залы: библиотека, читальный зал с выходом в сеть Интернет;

- видео-, аудиовизуальные средства обучения;

- специально оборудованные помещения и места организаций-баз практики: офисные помещения организаций; места проведения мероприятий, рекламных акций и реализации проектов.

## **9. Методические материалы для обучающихся по проведению практики (Приложение 2 к программе практики).**

## **10. Особенности проведения практики для лиц с ограниченными возможностями здоровья**

Профессионально-ознакомительная практика для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов проводится с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

Содержание профессионально-ознакомительной практики не создаёт препятствий для её прохождения обучающимся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидам, которым не противопоказано получение высшего образования уровня профессионального образования - бакалавриат.

При этом, в структурных подразделениях РГУФКСМиТ созданы материально-технические условия, обеспечивающие возможность

беспрепятственного доступа обучающихся с ограниченными возможностями здоровья в аудитории, туалетные и другие помещения, а также их пребывания в указанных помещениях.

При получении высшего образования по ООП (ОПОП) обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются бесплатно учебная литература, указанная в пункте 7 настоящей программы практики и адаптированная в соответствии с особенностями обучающегося, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Продолжительность выполнения отдельных заданий для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья увеличивается по их заявлению на количество времени, согласованное с руководителем практики от РГУФКСМиТ.

Обучающиеся с ограниченными возможностями здоровья могут в процессе прохождения практики и выполнении отдельных заданий пользоваться техническими средствами, необходимыми им в связи с их индивидуальными особенностями.

При прохождении практики и выполнении отдельных заданий обеспечивается выполнение следующих дополнительных требований в зависимости от индивидуальных особенностей обучающихся с ограниченными возможностями здоровья:

1) для слепых:

– задания для выполнения оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера с созданием специализированных условий для слепых, либо зачитываются руководителем практики;

– письменные задания выполняются на компьютере с созданием специализированных условий для слепых;

– обучающимся, при необходимости, предоставляется компьютер с созданием специализированных условий для слепых;

– присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь;

2) для слабовидящих:

– обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;

– обучающимся для выполнения заданий, при необходимости, предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;

– задания для выполнения, а также инструкция по выполнению заданий оформляются увеличенным шрифтом;

– присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь;

3) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

– обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающимся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

– задания предоставляются в печатном и (или) электронном виде;

– дублирование звуковой справочной информации проводимых в процессе практики мероприятий визуально;

– присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь;

4) для лиц с тяжелыми нарушениями речи, глухих, слабослышащих личное собеседование по итогам прохождения практики может быть заменено вместо устной формы - на письменную;

5) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата, нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей:

– письменные задания выполняются на компьютере с созданием специализированных условий;

– задания, выполняемые при организации практики в письменной форме, проводятся в устной форме.



Указанные выше условия предоставляются обучающимся на основании письменного заявления, содержащего сведения о необходимости создания соответствующих специальных условий.

## ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

**По «Профессионально-ознакомительной практике» для обучающихся Гуманитарного института 2 курса направления подготовки/специальности 42.03.01–«Реклама и связи с общественностью» направленности (профилю) –«Спортивная реклама и PR» очной формы обучения**

### I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: *рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем*

Сроки прохождения практики: *4 семестр*

Форма промежуточной аттестации: *дифференцированный зачет*

### II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

№	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях)	Максимальное кол-во баллов
	<b>4 семестр</b>		
1.	<i>Выполнение индивидуальных заданий</i>	<i>1-6</i>	<i>50 баллов</i>
2.	<i>Оформление итогового отчета (качество оформления, включая грамотность изложения, наличие сносок и библиографии, наличие приложений к отчету)</i>	<i>5-6</i>	<i>20 баллов</i>
3.	<i>Поведение обучающегося в период прохождения практики</i>	<i>1-6</i>	<i>10 баллов</i>
4.	<i>Защита отчета. Сдача дифференцированного зачета</i>	<i>6</i>	<i>20 баллов</i>
	<b>ИТОГО</b>		<b>100 баллов</b>

*Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия*

№	Виды текущего контроля успеваемости	Максимальное кол-во баллов
1.	<i>Подготовка доклада-презентации, по теме руководителя практики</i>	<i>10</i>
2.	<i>Подготовка и защита кейса по теме руководителя практики</i>	<i>10</i>
3.	<i>Подготовка и защита PR-проекта по теме руководителя практики</i>	<i>10</i>

### III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной

образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)»

– Необходимо предусмотреть дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

## V. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

### Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающихся дифференцированным зачётом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	2 Неудовлетворительно		3 Удовлетворительно	4 Хорошо	5 Отлично	
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

### Шкала успеваемости по практике при проведении текущего контроля успеваемости

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

## ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

*по практике «Профессионально-ознакомительной практике» для обучающихся Гуманитарного института 2 курса направления подготовки/специальности 42.03.01–«Реклама и связи с общественностью» направленности (профилю) – «Спортивная реклама и PR» заочной формы обучения*

### IV. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: *рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем*

Сроки прохождения практики: *3-4 семестр*

Форма промежуточной аттестации: *дифференцированный зачет*

### V. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

№	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях)	Максимальное кол-во баллов
	<b>3 семестр</b>		
1.	<i>Выполнение индивидуальных заданий</i>		<i>30 баллов</i>
	<b>4 семестр</b>		
2.	<i>Выполнение индивидуальных заданий</i>		<i>30 баллов</i>
3.	<i>Оформление итогового отчета (качество оформления, включая грамотность изложения, наличие сносок и библиографии, наличие приложений к отчету)</i>		<i>10 баллов</i>
4.	<i>Поведение обучающегося в период прохождения практики</i>		<i>10 баллов</i>
5.	<i>Защита отчета. Сдача дифференцированного зачета</i>		<i>20 баллов</i>
	<b>ИТОГО</b>		<b>100 баллов</b>

*Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия*

№	Виды текущего контроля успеваемости	Максимальное кол-во баллов
1.	<i>Подготовка доклада-презентации, по теме руководителя практики</i>	<i>10</i>
2.	<i>Подготовка и защита кейса по теме руководителя практики</i>	<i>10</i>
3.	<i>Подготовка и защита PR-проекта по теме руководителя практики</i>	<i>10</i>

### VI. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)»

– Необходимо предусмотреть дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

## V. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

### Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающихся дифференцированным зачётом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	2 Неудовлетворительно		3 Удовлетворительно	4 Хорошо	5 Отлично	
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

### Шкала успеваемости по практике при проведении текущего контроля успеваемости

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Оценка по шкале ECTS	<i>F</i>	<i>E</i>	<i>D</i>	<i>C</i>	<i>B</i>	<i>A</i>

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и  
туризма (ГЦОЛИФК)»



**Институт Гуманитарный**

**Кафедра рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных  
проблем**

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ**

**Б2.В.01 (У) Учебная практика**

(вид практики)

**Профессионально-ознакомительная практика**

(тип практики)

Направление подготовки/специальность:

**42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью»**

(код и наименование)

Направленность (профиль): **«Спортивная реклама и PR»**

(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная и заочная*

Год набора 2022, 2023 г.

Москва – 2021г.

## **1. Цель и задачи прохождения практики**

Цель профессионально-ознакомительной практики соотнесена с общими целями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Целью прохождения профессионально-ознакомительной практики являются:

- приобретение обучающимися первого практического опыта на базе проектов / мероприятий организаций спортивной индустрии, также в рамках проектах, реализуемых кафедрой совместно с организациями базами-практики;

- закрепление теоретических знаний и практических навыков, полученных бакалаврами направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» в процессе обучения;

- предоставление обучающимся возможности осуществлять функциональные обязанности в рамках должностей работников организаций, сотрудников проектов и сотрудников оргкомитетов мероприятий по профилю получаемого образования.

Для достижения цели профессионально-ознакомительной практики служат следующие **задачи**:

- изучение алгоритмов функционирования отделов по PR и рекламе организаций;

- общее знакомство с практическими технологиями PR-деятельности, рекламы и журналистики;

- общее знакомство с процессами и методами осуществления PR-деятельности;

- знакомство и формирование навыков работы с нормативно-правовыми документами по регулированию PR-деятельности;

- повышение навыков коммуникаций;

- овладение методиками проведения научных и маркетинговых исследований в рамках практической деятельности, в рамках реализаций PR-проектов;

– самостоятельный сбор, обработка, классификация и систематизация информации, относящаяся к области профессиональной деятельности;

– самостоятельное проведение маркетинговых исследований в конкретной предметной области (анализ конкретных бизнес-задач организаций, рекламных и PR-задач, способов их решения и оценка ожидаемых результатов);

– участие в планировании и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (рекламной или PR-кампании; планирование и организация BTL-акций; организация деловой коммуникации с коллегами, клиентами, с широкой общественностью и органами власти и т.п.) в соответствии с целями и задачами организации;

– участие в управлении и организации работы рекламных и PR-служб фирмы и организации (организация работы со СМИ; составление базы данных, работа по поиску заказчиков, рекламодателей);

– осуществление оперативного планирования и оперативного контроля за рекламной работой (разработка рекламной и PR-продукции, ее размещение), направлениями PR-деятельности (формулировка, обоснование и реализация собственных проектов по решению поставленных задач).

## **2. Вид практики, способ и формы (форма) ее проведения**

**Вид практики:** учебная практика.

**Тип практики:** профессионально - ознакомительная практика.

Профессионально-ознакомительная практика проводится следующим **способом:** стационарно.

**Форма проведения** практики: непрерывно, а также в форме практической подготовки.

## **3. Объем, продолжительность и содержание практики, формы отчетности**

Общий объем практики составляет 9 **зачетных единиц**. Продолжительность обучения 6 **недель, академических часов** (в соответствии с учебным планом) 324 часа.

Форма отчетности: **Дифференцированный зачет**



**1. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)**

Шифр компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	наименование	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
<b>1</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>
<b>УК-1</b>	<b>способностью осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач</b>	4		3,4
	УК-1.1. Знает принципы сбора, отбора и обобщения информации, методики системного подхода для решения профессиональных задач. УК 1.2. Знает информационно-поисковые системы и базы данных; технологию осуществления поиска информации.	4		3,4
	УК-1.3. Умеет анализировать и систематизировать разнородные данные, оценивать эффективность процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности. УК-1.4. Умеет синтезировать информацию, представленную в различных источниках;			
	УК-1.5. Владеет навыками научного поиска и практической работы с информационными источниками; владеет методами принятия решений. УК-1.6. Владеет методами аналитико-синтетической обработки информации из различных информационно-поисковых систем	4		3,4
<b>УК-3</b>	<b>Способностью осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде.</b> УК-3.1. Знает основные приемы и нормы социального взаимодействия	4		3,4
	УК-3.2. Умеет устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе.	4		3,4
	УК-3.3. Применяет основные методы и нормы	4		3,4

	социального взаимодействия для реализации своей роли и взаимодействия внутри команды.			
УК-4	<b>Способностью осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке(ах).</b> УК-4.1. Знает общепотребительную лексику и систему современного иностранного языка; нормы словоупотребления; основы грамматики; орфографические нормы и нормы пунктуации изучаемого иностранного языка.	4		3,4
	УК-4.2. Умеет логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь на иностранном языке.	4		3,4
	УК-4.3. Умеет использовать государственный язык Российской Федерации и иностранный язык, как эффективное средство общения.	4		3,4
УК-5	<b>Способностью воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.</b> УК-5.1. Знает основные категории философии, законы исторического развития, основы межкультурной коммуникации. УК-5.2. Знает, как воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	4		3,4
	УК-5.3. Умеет вести коммуникацию в мире культурного многообразия и демонстрировать взаимопонимание между обучающимися – представителями различных культур с соблюдением этических и межкультурных норм. УК-5.4. Умеет воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	4		3,4
	УК-5.5. Владеет практическими навыками анализа философских и исторических фактов, оценки явлений культуры; способами анализа и пересмотра своих взглядов в случае разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации. УК-5.6. Использует информацию о межкультурном разнообразии общества социально-историческом, этическом и философском контекстах в профессиональной деятельности.	4		3,4
	<b>Способностью управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.</b> УК-6.1. Знает основные приемы эффективного управления собственным временем; знает основные принципы саморазвития и самообразования.	4		3,4
УК-6.1. Знает основные приемы эффективного управления собственным временем; знает	4		3,4	

	основные принципы саморазвития и самообразования.			
	УК-6.3. Владеет методами управления собственным временем; планирует и реализует траекторию своего профессионального и личностного роста на основе принципов образования в течение всей жизни.	4		3,4
УК-7	<b>Способностью поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.</b> УК-7.1. Знает основы контроля и самооценки уровня физической подготовленности; УК-7.2. Знает правила эксплуатации спортивного инвентаря; УК-7.3. Знает требования профессиональной деятельности к уровню физической подготовленности работников; УК-7.4. Обладает знаниями о технике двигательных действий базовых видов спорта; УК-7.5. Знает правила безопасности при выполнении физических упражнений.	4		3,4
	УК-7.6. Умеет самостоятельно оценивать уровень физической подготовленности; УК-7.7. Умеет пользоваться спортивным инвентарем и оборудованием и обнаруживать их неисправности; УК-7.8. Соблюдает правила техники безопасности при выполнении физических упражнений.	4		3,4
	УК-7.9. Способен на самоконтроль и анализ своего физического состояния, физической подготовленности; УК-7.10. Владеет техникой основных двигательных действий базовых видов спорта на уровне выполнения контрольных нормативов.	4		3,4
	<b>Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природой среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций военных конфликтов.</b> УК-8.1. Знает классификацию и источники чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения.	4		3,4
УК-8	УК-8.2. Умеет оценивать вероятность возникновения потенциальной опасности в повседневной жизни и в профессиональной деятельности и принимать меры по ее предупреждению.	4		3,4
	УК-8.3. Владеет методами прогнозирования возникновения опасных или чрезвычайных ситуаций в повседневной жизни и в	4		3,4

	<p>профессиональной деятельности для сохранения природой среды, обеспечения устойчивого развития общества.</p> <p>УК-8.4. Владеет навыками по применению основных методов защиты в условиях чрезвычайных ситуаций военных конфликтов.</p>			
<b>ПК-1</b>	<p><b>способностью применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций.</b></p> <p>ПК-1.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде</p> <p>ПК-1.2. При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде.</p> <p>ПК-1.3. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами</p> <p>ПК-1.4. Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций</p> <p>ПК-1.5. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта</p>	4		3,4
<b>ПК-2</b>	<p><b>способностью строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</b></p> <p>ПК-2.1. Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы</p> <p>ПК-2.2. При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности</p> <p>ПК-2.3. Применяет инструменты трансляции социально ответственной миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде</p>	4		3,4
<b>ПК-3</b>	<p><b>способностью реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.</b></p>	4		3,4

	<p>ПК-3.1. Осуществляет разработку концепции рекламной и PR-кампании.</p> <p>ПК-3.2. Умеет разрабатывать планы рекламных и PR-кампаний с учетом особенностей маркетинговых целей организации и специфики ее сферы деятельности.</p> <p>ПК-3.3. Владеет инструментами медиапланирования.</p> <p>ПК-3.4. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью</p> <p>ПК-3.5. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии</p> <p>ПК-3.6. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p>			
<b>ПК-4</b>	<p><b>способностью готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью.</b></p> <p>ПК-4.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта</p> <p>ПК-4.2. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании</p> <p>ПК-4.3. Создает объявления, пресс-релизы, пресскиты и другие документы, необходимые для реализации рекламной или PR-кампании.</p> <p>ПК-4.4. Разрабатывает концепции, предложения и другие базовые документы для достижения целей рекламной и PR-деятельности организации.</p>	4		3,4
<b>ПК-5</b>	<p><b>способностью использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта.</b></p> <p>ПК-5.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта</p> <p>ПК-5.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию</p>	4		3,4

	коммуникационного продукта			
	ПК-5.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами			

## Содержание практики

### Очная форма

	Раздел практики	Семестр	Виды работ, осуществляемые при прохождении практики, включая самостоятельную работу обучающихся	Количество академических часов (в соответствии с учебным планом и видами работ)	Форма отчетности по практике (по семестрам)
7.	<b>Подготовительный этап. Введение в практику и постановка задач:</b> - объяснить цели практики, ее содержание, - сформулировать основные задачи практики, - уточнить права и обязанности практиканта, - ознакомить с программой практики, требованиями к отчету и защите, предлагаемыми методическими справочными материалами	4 очная	<b>Организационное собрание</b> - инструктаж по прохождению практики; - инструктаж по охране труда и техники безопасности; - составление плана прохождения практики в соответствии с индивидуальным заданием; - инструктаж по использованию научно-методических материалов; - инструктаж по использованию интернет-ресурсов; - инструктаж по соблюдению норм корпоративной этики, конфиденциальности информации организации; - инструктаж по правилам поведения в коллективе и имиджмейкинга -инструктаж по тайм-менеджменту.	20	
8.	<b>Основной этап. Прохождение практики</b>  <b>Инструктаж</b> руководителя практики от организации; знакомство со всеми правилами работы и	4 очная	<b>Самостоятельная работа обучающегося и заполнение дневника практики</b> - знакомство с базисными концепциями, системами и технологиями осуществления рекламной и PR-деятельности	200	

	<p>этики профессионального общения, необходимыми для исполнения практикантом своих обязанностей</p> <p><b>Производственный этап</b></p> <p>Основная часть практики (работа на местах практики, сбор материалов, подготовка аналитических документов, подготовка информационных материалов, работа обучающихся по индивидуальным заданиям)</p>		<p>организации;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- знакомство и построение деловых коммуникаций с коллективом баз практики;</li> <li>- знакомство с содержанием разрабатываемых и используемых рекламных и PR-проектов организации;</li> <li>- анализ внешней и внутренней среды организации, выявление ее ключевых элементов и оценка их влияния на рекламную и PR-деятельность организации;</li> <li>- сегментирование целевых аудиторий спортивной организации и позиционирование продукта и услуг организации</li> <li>- разработка УТП проектов и организации;</li> <li>- сметирование деятельности;</li> <li>- разработка планов медиастратегии, инструментов продвижения информации;</li> <li>- осуществление реализации PR-задач согласно индивидуальным планам</li> </ul>		
--	---	--	--	--	--

<b>9.</b>	<b>Заключительный этап</b>  Содержание работы: обобщение собранного материала в соответствии с программой практики, определение достаточности и достоверности материала, подготовка к составлению отчета о прохождении практики	4 <b>очная</b>	- мониторинг качества деятельности и предоставление данных об эффективности реализованных проектов; - анализ, обработка и систематизация собранного эмпирического материала с целью выявления конкурентных преимуществ и недостатков организации по изучаемой проблеме; - формулировка рекламных и PR-предложений на уровне отдельных проектных групп организации - составление портрета основных целевых аудиторий спортивной организации и разработка мер по поддержанию (повышению) имиджа спортивной организации	70	
<b>10.</b>	<b>Подготовка отчета практики</b> Анализ и обобщение знаний, умений и навыков, полученных в процессе практики. Написание отчета по практике, оформление пакета документов отчетности по практике	4 <b>очная</b>	Составление отчета практики и его согласование с руководителем (-ями) практики.  Подготовка и оформление дополнительных материалов	34	
<b>11.</b>	<b>Защита отчета</b>	4 <b>очная</b>	Защита отчета по практике на кафедре – собеседование		Дифференцированный зачет
<b>12.</b>	<b>ИТОГО:</b>			<b>324</b>	

### Заочная форма

Раздел практики	Семестр	Виды работ, осуществляемые при прохождении практики, включая самостоятельную работу обучающихся	Количество академических часов (в соответствии с учебным планом и видами работ)	Форма отчетности по практике (по семестрам)



10.	<p><b>Подготовительный этап. Введение в практику и постановка задач:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- объяснить цели практики, ее содержание,</li> <li>- сформулировать основные задачи практики, - уточнить права и обязанности практиканта,</li> <li>- ознакомить с программой практики, требованиями к отчету и защите, предлагаемыми методическими справочными материалами</li> </ul>	3 заочная	<p><b>Организационное собрание</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- инструктаж по прохождению практики;</li> <li>- инструктаж по охране труда и техники безопасности;</li> <li>- составление плана прохождения практики в соответствии с индивидуальным заданием;</li> <li>- инструктаж по использованию научно-методических материалов</li> <li>- инструктаж по использованию интернет-ресурсов;</li> <li>- инструктаж по соблюдению норм корпоративной этики, конфиденциальности информации организации;</li> <li>- инструктаж по правилам поведения в коллективе и имиджмейкинга</li> <li>-инструктаж по тайм-менеджменту.</li> </ul>	20	
11.	<p><b>Основной этап. Прохождение практики</b></p> <p><i>Инструктаж</i> руководителя практики от организации; знакомство со всеми правилами работы и этики профессионального общения, необходимыми для исполнения практикантом своих обязанностей</p> <p><i>Производственный этап</i> Основная часть практики (работа на местах практики, сбор материалов, подготовка аналитических документов, подготовка информационных материалов, работа</p>	3 заочная	<p><b>Самостоятельная работа обучающегося и заполнение дневника практики</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- знакомство с базисными концепциями, системами и технологиями осуществления рекламной и PR-деятельности организации;</li> <li>- знакомство и построение деловых коммуникаций с коллективом баз практики;</li> <li>- знакомство с содержанием разрабатываемых и используемых рекламных и PR-проектов организации;</li> <li>- анализ внешней и внутренней среды организации, выявление ее ключевых элементов и оценка их влияния на рекламную и PR-деятельность организации;</li> </ul>	160	

	обучающихся по индивидуальным заданиям)		<ul style="list-style-type: none"> <li>- сегментирование целевых аудиторий спортивной организации и позиционирование продукта и услуг организации</li> <li>- разработка УТП проектов и организации;</li> <li>- сметирование деятельности;</li> <li>- разработка планов медиастратегии, инструментов продвижения информации;</li> <li>- осуществление реализации PR-задач согласно индивидуальным планам.</li> </ul>		
<b>12.</b>	<b>Итого по семестру</b>			<b>180</b>	
<b>13.</b>	<p><b>Основной этап. Прохождение практики</b></p> <p><i>Инструктаж</i> руководителя практики от организации; знакомство со всеми правилами работы и этики профессионального общения, необходимыми для исполнения практикантом своих обязанностей</p> <p><i>Производственный этап</i></p> <p>Основная часть практики (работа на местах практики, сбор материалов, подготовка аналитических документов, подготовка информационных материалов, работа обучающихся по индивидуальным заданиям)</p>	4 заочная	<p><i>Самостоятельная работа обучающегося и заполнение дневника практики</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- знакомство с базисными концепциями, системами и технологиями осуществления рекламной и PR-деятельности организации;</li> <li>- знакомство и построение деловых коммуникаций с коллективом баз практики;</li> <li>- знакомство с содержанием разрабатываемых и используемых рекламных и PR-проектов организации;</li> <li>- анализ внешней и внутренней среды организации, выявление ее ключевых элементов и оценка их влияния на рекламную и PR-деятельность организации;</li> <li>- сегментирование целевых аудиторий спортивной организации и позиционирование продукта и услуг организации</li> <li>- разработка УТП проектов и организации;</li> </ul>	100	

			<ul style="list-style-type: none"> <li>- сметирование деятельности;</li> <li>- разработка планов медиастратегии, инструментов продвижения информации;</li> <li>- осуществление реализации PR-задач согласно индивидуальным планам;</li> </ul>		
<b>14.</b>	<p><b>Заключительный этап</b></p> <p>Содержание работы: обобщение собранного материала в соответствии с программой практики, определение достаточности и достоверности материала, подготовка к составлению отчета о прохождении практики</p>	4 <b>заочная</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- мониторинг качества деятельности и предоставление данных об эффективности реализованных проектов</li> <li>- анализ, обработка и систематизация собранного эмпирического материала с целью выявления конкурентных преимуществ и недостатков организации по изучаемой проблеме</li> <li>- формулировка рекламных и PR-предложений на уровне отдельных проектных групп организации</li> <li>- составление портрета основных целевых аудиторий спортивной организации и разработка мер по поддержанию (повышению) имиджа спортивной организации</li> </ul>	24	
<b>15.</b>	<p><b>Подготовка отчета практики</b></p> <p>Анализ и обобщение знаний, умений и навыков, полученных в процессе практики. Написание отчета по практике, оформление пакета документов отчетности по практике</p>	4 <b>заочная</b>	<p>Составление отчета практики и его согласование с руководителем (-ями) практики.</p> <p>Подготовка и оформление дополнительных материалов.</p>	20	
<b>16.</b>	<b>Защита отчета</b>	4 <b>заочная</b>	Защита отчета по практике на кафедре – собеседование		Дифференцированный зачет
<b>17.</b>	<b>Итого по семестру</b>			<b>144</b>	
<b>18.</b>	<b>ИТОГО:</b>			<b>324</b>	

**МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ  
ПО ПРОВЕДЕНИЮ ПРАКТИКИ**

**ОБРАЗЕЦ ТИТУЛЬНОГО ЛИСТА ОТЧЕТА**

**МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное образовательное учреждение высшего  
образования «Российский государственный университет физической  
культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»**

**ОТЧЕТ**

о прохождении \_\_\_\_\_ практики  
(вид практики)

\_\_\_\_\_  
(тип практики)

обучающегося группы \_\_\_\_\_ курса \_\_\_\_\_

направление подготовки и профиль \_\_\_\_\_

Фамилия \_\_\_\_\_

Имя \_\_\_\_\_

Отчество \_\_\_\_\_

Сроки прохождения практики \_\_\_\_\_

Руководитель практики от РГУФКСМиТ

\_\_\_\_\_  
(Фамилия, имя, отчество, должность)

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_

## ОБРАЗЕЦ ПРИМЕРНОГО СОДЕРЖАНИЯ ОТЧЕТА ПО ПРАКТИКЕ

### Содержание

Содержание .....	3
Введение.....	5
Основная часть .....	7
Заключение .....	11
Список используемых источников.....	12
Приложение .....	14

## ОБРАЗЕЦ ДНЕВНИКА ПРАКТИКИ

**МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение**  
**высшего образования**  
**«Российский государственный университет физической культуры, спорта,**  
**молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)» (РГУФКСМиТ)**

### ДНЕВНИК

**Практика** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
(наименование вида и типа практики)

\_\_\_\_\_  
(наименование профильной организации)

Руководитель от профильной организации:

\_\_\_\_\_  
(ФИО, должность)

Руководитель практикой от РГУФКСМиТ:

\_\_\_\_\_  
(ФИО, должность)

Обучающийся курса

\_\_\_\_\_  
(формы обучения)

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль Спортивная реклама и PR

Способ проведения практики \_\_\_\_\_  
(дискретно/ непрерывно)

Сроки практики: с «\_\_» \_\_\_\_\_ 201\_\_ г. по «\_\_» \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.

Гуманитарный институт

20\_\_ /20\_\_ учебный год

## ОБРАЗЕЦ РАБОЧЕГО ГРАФИКА ПРАКТИКИ

### Рабочий график проведения практики

Руководитель от профильной организации \_\_\_\_\_  
(ФИО)

Руководитель практикой от РГУФКСМиТ \_\_\_\_\_  
(ФИО)

Дата	Содержание работы обучающихся	Кол-во часов
___.__.____	1. Цель, задачи, содержание и организация практики. Инструктаж	
	2. Основные направления работы, распорядок дня практиканта. Требования, предъявляемые к студентам	
	3. Задачи, распределение обязанностей	
	4. Составление индивидуального плана прохождения практики	
	5. Содержание базисных концепций, систем и технологий осуществления рекламной и PR-деятельности организации и проведения сопутствующих исследований	
	6. Знакомство с целями и задачами разрабатываемых рекламных и PR-проектов организации	
	7. Анализ форматов деятельности организации. Анализ внешней и внутренней среды организации, выявление ее ключевых элементов и оценка их влияния на рекламную и PR-деятельность организации.	
	8. Разработка медиаплана. Сметирование деятельности. Согласование проектов деятельности с методистами и руководством базы-практики	
	9. Реализация проектов	
	10. Сбор, анализ и систематизация собранного эмпирического материала и хода практики. Мониторинг эффективности деятельности	
	11. Подготовка отчета по практике	
	12. Защита отчета по практике	

Руководитель от профильной организации \_\_\_\_\_  
(подпись) (ФИО)

Руководитель практикой от РГУФКСМиТ \_\_\_\_\_  
(подпись) (ФИО)

## ОБРАЗЕЦ ИНДИВИДУАЛЬНОГО ЗАДАНИЯ

### Индивидуальное задание

на \_\_\_\_\_  
(наименование типа практики)

обучающийся \_\_\_\_\_ курса, \_\_\_\_\_ формы обучения,  
направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
профиль Спортивная реклама и PR

\_\_\_\_\_ (ФИО обучающегося)

способ проведения практики: \_\_\_\_\_

Сроки практики: с « \_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. по « \_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

<i>Индивидуальное задание:</i>	<i>Содержание практики:</i>	<i>Планируемые результаты практики:</i>
1. Ознакомиться с программой практики (цель, задачи, содержание и организация практики)	Получить первичные профессиональные навыки и умения в области рекламной и PR-деятельности в сфере ФКиС, а также базовые навыки и умения научно-исследовательской деятельности	Овладеть знаниями в области рекламной и PR-деятельности в сфере ФКиС. Приобретение студентами практических навыков организации и проведения маркетинговых исследований внешней и внутренней среды спортивной организации, целевых аудиторий, рекламных и PR-стратегий на уровне отдельных проектных групп организации
2. Заполнить индивидуальный план	Заполнить индивидуальный план в соответствии с графиком прохождения практики	Сдать руководителю от РГУФКСМиТ индивидуальный план, подписанный руководителем базы практики
3. Проанализировать базисные концепции, системы и технологии осуществления рекламной и PR-деятельности организации; выяснить цели и задачи разрабатываемых рекламных и PR-проектов организации, используемые стратегии	Осуществить маркетинговые исследования с целью составления прогноза развития рынка спортивной индустрии, его емкости и динамики спроса и предпочтений потребителей на продукт и услуги организации	Овладеть навыками проведения маркетинговых исследований внешней и внутренней среды спортивной организации; выявления ее ключевых элементов и оценки их влияния на рекламную и PR-деятельность организации и отдельных проектных групп



4. Проанализировать целевые аудитории с целью выявления их лояльности к продукту, услугам и имиджу организации и определения конкурентных преимуществ и недостатков организации	Осуществить сегментирование, выбор целевых аудиторий спортивной организации и позиционирование продукта и услуг организации. Разработать УТП проектов и организации с учетом знаний о целевой аудитории	Характеристика основных целевых аудиторий спортивной организации и разработка мер по поддержанию (повышению) имиджа спортивной организации. Разработка УТП.
5. Познакомиться с принципами оценки эффективности рекламной и PR-деятельности организации и принципами принятия обоснованных управленческих решений по планированию перспективных рекламных и PR-кампаний организации	Изучить методы разработки и реализации инструментов рекламной и PR-деятельности, методы оценки их качества оценки, критерии принятия обоснованных управленческих решений по планированию перспективных рекламных и PR-кампаний организации	Овладеть навыками оценки эффективности рекламной и PR-деятельности и принятия обоснованных управленческих решений по планированию перспективных рекламных и PR-кампаний организации
6. Осуществить общее знакомство с деловой коммуникацией, связанной с подготовкой PR-проектов написанием аналитических справок, информационных материалов, обзоров и прогнозов; основными принципами анализа информации по спортивной тематике	Изучить технологии подготовки планов PR-мероприятий, информационных материалов, аналитических справок, обзоров и прогнозов в сфере деловой коммуникации организации	Приобретение практических навыков и умений разработки PR-проектов, написания и правки информационных материалов, аналитических справок, обзоров и прогнозов в спортивной индустрии; основными принципами, приемами и навыками анализа и использования информации в сфере ФКиС
7. Собрать информацию для составления отчета по практике	Сформировать отчет, включая дополнительные материалы	Согласовать с руководителем практики от базы  Согласовать с руководителем практики от РГУФКСМиТ
8. Подготовить отчет по практике	Оформить отчет	Сдать отчет руководителю практики от РГУФКСМиТ для проверки
9. Подготовиться к дифференцированному зачету по практике		Защита отчета по практике

Руководитель от профильной организации \_\_\_\_\_  
(подпись) (ФИО)

Руководитель практикой от РГУФКСМиТ \_\_\_\_\_  
(подпись) (ФИО)

### Рабочий график проведения практики

№ п/п	Ф.И.О. обучающегося	Даты проведения практики																													
1																															
2																															
3																															
4																															
5																															
6																															
7																															
8																															
9																															
10																															
11																															
12																															
13																															
14																															
15																															

Руководитель от профильной организации \_\_\_\_\_  
(подпись) (ФИО)

Руководитель практикой от РГУФКСМиТ \_\_\_\_\_  
(подпись) (ФИО)