

ГОУ ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кафедра журналистики

УТВЕРЖДАЮ:

проректор по научно-методической
и учебной работе

Е.И. Скафа

«23» апреля 2020 г.

МП



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

**«Преддипломная практика (научно-исследовательская работа,
подготовка дипломной работы)»**

Направление подготовки:	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Образовательная программа:	бакалавриат
Квалификация:	академический бакалавр
Форма обучения:	очная, заочная

Донецк 2020

УТВЕРЖДАЮ:

И.о. декана филологического факультета

Квашина Л. П.

«22» апреля 2020 г.

МП

Программа учебной дисциплины «Преддипломная практика (научно-исследовательская работа, подготовка дипломной работы)» составлена на основании Государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования (ГОС ВПО) Донецкой Народной Республики (ДНР) по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённого приказом Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики № 383 от 19.04.2016 г., Порядка организации учебного процесса в образовательных организациях высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики, утверждённого приказом Министерством образования и науки ДНР № 1171 от «10» ноября 2017 г.; учебных планов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (формы обучения: очная и заочная), разработанных в ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет».

Разработчик:

ст.препод.

 Т.В. Гудова

Программа учебной дисциплины утверждена на заседании кафедры журналистики
Протокол № 9 от «16» апреля 2020 г.

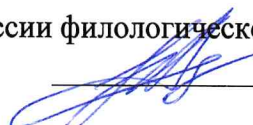
Заведующий кафедрой.

 И.М. Артамонова

Программа учебной дисциплины одобрена учебно-методической комиссией
филологического факультета

Протокол № 9 от «20» апреля 2020 г.

Председатель учебно-методической комиссии филологического факультета

 Н. А. Шокотко

1. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ И МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ

Курс «Преддипломная практика (в т.ч. научно-исследовательская работа, подготовка дипломной работы)» является вариативной частью практического блока дисциплин подготовки бакалавров по направлению подготовки» 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой журналистики. Основывается на базе дисциплин: «Современные теории массовой коммуникации», «Коммуникативные основы рекламной и PR-деятельности», «Современный рекламный и PR-текст», «Новые медиа и коммуникационные технологии», «Организация деятельности рекламных агентств и служб связей с общественностью».

Является основой для подготовки материалов для написания дипломной работы.

2. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

<i>Характеристика учебной дисциплины</i>		
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью	
Профиль		
Образовательная программа	бакалавриат	
Квалификация	Академический бакалавр	
Количество содержательных модулей (тем)	1 содержательный модуль (4 темы)	
Дисциплина базовой / вариативной части образовательной программы	Дисциплина блока ПРАКТИКИ	
Формы контроля	Промежуточная аттестация (зачет)	
Показатели	очная форма обучения	заочная форма обучения
Количество зачетных единиц (кредитов)	6	6
Количество часов	216	216
Год подготовки	4	4
Семестр	8	8
Количество часов	216	216
- лекционных		
- практических, семинарских		
- лабораторных		
- самостоятельной работы	216	216
в т.ч. индивидуальное задание		
Недельное количество часов, т.ч.	54	-
аудиторных		-
самостоятельной работы	54	-

3. ОПИСАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели и задачи преддипломной практики: формирование и закрепление умений и навыков применения теоретических знаний, полученных в процессе обучения для решения практических и прикладных задач, систематизация и обобщение материалов, необходимых для написания дипломной работы.

Требования к результатам освоения дисциплины: Процесс изучения дисциплины

направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ГОС ВПО по данному направлению подготовки (профилю):

а) общекультурных (ОК):

- способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);
- способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);
- способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);
- способность использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4);
- способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);
- способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
- способность к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);
- способность использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-8);
- готовность пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-9).

б) общепрофессиональных (ОПК):

- способность осуществлять профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);
- владение знаниями и навыками работы в организациях и подразделениях рекламы и связей с общественностью (ОПК-2);
- обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);
- умение планировать и готовить коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);
- умение осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5);
- способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6);

в) профессиональных (ПК): (соотнесенных с видами деятельности и их коды);

в области организационно-управленческой деятельности:

- способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);
- владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации (ПК-2);
- владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);

в области проектной деятельности:

- владение навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);
- способность реализовывать проекты и владение методами их реализации (ПК-5);

в области коммуникационной деятельности:

- способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечение внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);

- способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);

в области рекламно-аналитической деятельности:

- способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8);

в области рыночно-исследовательской и прогнозно-аналитической деятельности:

- владение компетенциями организации и проведения маркетинговых исследований (ПК-9);

- способность организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10);

- владением навыками медиамониторинга, написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11).

- способность реализовывать проекты и владение методами их реализации (ПК-5);

в области коммуникационной деятельности:

- способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечение внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);

- способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);

в области рекламно-аналитической деятельности:

- способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8);

в области рыночно-исследовательской и прогнозно-аналитической деятельности:

- владение компетенциями организации и проведения маркетинговых исследований (ПК-9);

- способность организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10);

- владением навыками медиамониторинга, написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11).

В результате прохождения преддипломной практики обучающийся должен:

знать специфику работы в области рекламы конкретной организации, мероприятия в конкретной сфере; методы (методики) накопления и обработки материала, необходимого для подготовки дипломного проекта

уметь оценивать структуру, функции и задачи организации (подразделения) по «связям с общественностью», писать PR-материалы, анализировать достоинства и недостатки организации и проведения мероприятия, сформулировать рекомендации, собирать теоретический и эмпирический материал, необходимый для написания дипломной работы,

владеть навыками по организации деловой коммуникации с коллегами, клиентами, с широкой общественностью и органами власти, организации работы со СМИ, планирования и организации рекламных, пропагандистские и информационных кампаний, обобщения полученных в ходе практики эмпирических данные.

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ И ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Тема	Краткое содержание темы
1. Содержание практики	<ul style="list-style-type: none"> - задания, направленные на формирование системных представлений о реальных рекламных структурах; - задания, связанные с практической реализацией теоретических положений, почерпнутых в процессе изучения базовых и специальных дисциплин; - углубленное знакомство с профессией; - задания, направленные на анализ конкретных рекламных задач, способов их решения и оценку ожидаемых результатов, редактирование, реферирование, рецензирование текстов, использование различных методов анализа информации в сфере своей профессиональной деятельности; - развитие и закрепление навыков работы со средствами массовой информации, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами, агентствами по связям с общественностью, издательствами, заинтересованными фирмами, государственными и общественными структурами, партиями и движениями; - развитие полученных ранее навыков работы по направлению подготовки; - составление отчета о практике; - защиту отчета по практике.

Тема 2. Обязанности студента при прохождении практики	<p><i>В ходе преддипломной практики студенты должны решить следующие задачи:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - изучить структуру, функции и задачи организации (подразделения) по «связям с общественностью»; - принять участие (самостоятельно организовать) в организации и проведении конкретного рекламного мероприятия; - подготовить описание данного мероприятия, - проанализировать достоинства и недостатки его организации и проведения, сформулировать рекомендации; - собрать теоретический и эмпирический материал, необходимый для написания дипломной работы; - подготовить первый вариант плана дипломной работы; - изучить дополнительную литературу по теме дипломной работы в соответствии с ее планом; - в ходе практики студенты должны узнать: специфику работы в области рекламы конкретной организации, мероприятия в конкретной сфере; методы (методики) накопления и обработки материала, необходимого для подготовки дипломного проекта. <p><i>В ходе преддипломной практики студенты должны научиться:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать накопленные теоретические знания при реализации конкретных PR-проектов; - формулировать, обосновывать и реализовывать собственные проекты по решению поставленных задач; - организовывать деловую коммуникацию с коллегами, клиентами, с широкой общественностью и органами власти; организовывать работу со СМИ; - планировать и организовывать рекламные, пропагандистские и информационные кампании; - обобщать полученные в ходе практики эмпирические данные, делать теоретические выводы. <p>Полнота и степень детализации этих задач регламентируется в индивидуальном задании применительно к особенностям и возможностям конкретного места практики, а также с учетом интересов будущего трудоустройства студентов.</p>
--	---

Тема 3. Виды индивидуальных заданий студентов	<p>Во время преддипломной практики студент может выполнять следующие виды индивидуальных заданий:</p> <ul style="list-style-type: none"> - планирование и проведение рекламной или PR-кампании; - составление медиаплана и организация взаимодействия со СМИ; - разработка рекламной и PR-продукции, ее размещение; - составление базы данных, работа по поиску заказчиков, рекламодателей; - планирование и организация BTL-акций; - разработка корпоративного сайта компании в сети Интернет и обновлении информации на сайте; - иные формы заданий, согласованные с руководителем практики от вуза. <p>Во время преддипломной практики студенту необходимо изучить теоретико-прикладные вопросы, связанные с темой дипломной работы. Круг этих вопросов определяет руководитель дипломной работы студента.</p> <p>Во время преддипломной практики студенту необходимо собрать материалы, необходимые для написания дипломной работы. Их перечень определяется руководителем дипломной работы студента. В числе собираемых материалов могут быть следующие:</p> <ul style="list-style-type: none"> - статистика и динамика исследуемого рынка; - сведения об истории организации, основных направлениях ее деятельности; - структура организации; - рекламные материалы организации и ее конкурентов; - информация о рекламных проектах организации, план рекламных мероприятий, медиаплан, бюджет; - первичные данные, собранные путем проведения маркетингового или
Тема 4. Содержание отчета о прохождении практики	<p><i>В отчете отражаются:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - место и время прохождения практики; - краткое изложение содержания и выполнения программы и индивидуального задания; - последовательность прохождения практики, перечень работ, выполненных в ходе практики; - описание практических задач, решаемых студентом за время прохождения практики; - указание на то, какие виды работ, выполненных в ходе практики, нашли свое отражение в дипломном проекте; - анализ наиболее сложных и характерных случаев, изученных студентом; - указания на затруднения, которые возникли при прохождении практики; - описание навыков, приобретенных за время практики; - предложения по организации труда на соответствующем участке работы. <p>Отчет по мере надобности может иллюстрироваться рисунками, схемами, фотографиями.</p> <p>Отчет по преддипломной практике оценивается руководителем по практике от университета. Оценка, полученная при сдаче зачета, выставляется в зачетную книжку студента.</p>

5. ОРГАНИЗАЦИЯ ПРАКТИКИ

Место и время прохождения практики

Местами прохождения практики могут быть:

- структурные подразделения университета;
- СМИ, рекламные агентства, иные субъекты рекламного рынка,

- коммерческие фирмы, функционирующие в различных сферах деятельности и различных отраслях народного хозяйства;
- негосударственные коммерческие учреждения и организации, общественные организации.

Основания для прохождения практики

Прохождение студентами практики осуществляется, как правило, на основе договоров, заключенных между университетом и предприятиями (организациями), в соответствии с которыми указанные предприятия (организации) обязаны предоставить места для прохождения студентами университета практики.

Базы практики для студентов должны отвечать следующим основным требованиям:

- соответствовать профилю подготовки бакалавра;
- располагать квалифицированными кадрами для руководства практикой студентов.

Определение баз практики возлагается на заведующего выпускающей кафедры, который готовит договоры с ведущими отраслевыми предприятиями (организациями) о приеме студентов университета на практику.

Самостоятельный выбор студентом базы практики разрешается. Целесообразность индивидуального прохождения практики студентом определяется заведующим выпускающей кафедры на основании личного заявления студента и гарантийного письма от предприятия (организации), предоставляющего место для прохождения практики.

Студент обязан не позднее, чем за 4 недели до начала практики, предоставить на выпускающую кафедру письменное заявление о прохождении практики по выбранному месту, а также гарантийное письмо, заверенное печатью, о согласии руководителя организации принять студента на практику.

Работа кафедры по организации практики

Все виды практик для студентов направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» организуются в несколько этапов.

За две недели до начала практики выпускающая кафедра журналистики подготавливает приказ о выходе студентов на практику. Приказ о направлении студентов на практику проходит обязательную процедуру согласования с сектором практик и подписывается проректором по учебной работе.

Руководство практикой осуществляется руководителем от университета и руководителем от предприятия (места прохождения практики). Руководителем практики от университета является преподаватель, у которого этот вид учебной деятельности включен в нагрузку. Руководство практикой заключается в том, чтобы знакомить, инструктировать, контролировать и поддерживать практикантов в течение всего периода практики.

Руководитель практики от университета выполняет следующие обязанности:

- организует практику;
- разрабатывает задание на практику;
- контролирует сроки выхода всех студентов на практику, порядок ее прохождения и своевременность окончания;
- консультирует студентов по вопросам практики, по содержанию и оформлению отчета;
- контролирует выполнение программы практики и своевременную сдачу отчетов по практике.

Руководитель практики от университета должен учитывать специфические особенности функционирования организации, и в случае необходимости, вносить соответствующие коррективы в перечень вопросов практики.

В каждой организации, в которой проходят практику студенты, один из сотрудников организации назначается руководителем практики от организации. С этим руководителем обговариваются условия прохождения практики, а также особенности индивидуального задания студента.

Руководитель практики от предприятия знакомит студентов с организацией, коллективом,

копиями основных организационных документов, знакомит с организацией работ на конкретном рабочем месте, помогает выполнять задание на данном рабочем месте и консультирует по возникающим вопросам.

Перед началом практики руководитель практики от университета проводит организационное собрание со студентами, на котором знакомит студентов с целями и задачами практики, сроками ее прохождения, выдает задание на практику, направление на практику, методические указания по прохождению практики.

Обязанности студентов при прохождении практики:

- прибыть на практику и закончить ее точно в срок в соответствии с учебным планом, полностью выполнять задания, предусмотренные программой практики и индивидуальным заданием;
- подчиняться действующим на предприятии, в учреждении или организации правилам внутреннего распорядка;
- изучать и строго соблюдать правила охраны труда, техники безопасности и производственной санитарии;
- нести ответственность за выполняемую работу и ее результаты наравне со штатными работниками предприятия, учреждения или организации;
- предоставить руководителю практики письменный отчет о выполнении всех заданий и сдать зачет по практике.

Права студентов при прохождении практики:

- на период прохождения практики устроиться на работу, связанную с рекламной, btl, PR-деятельностью и т.п.;
- получить необходимую информацию в соответствии с программой практики и действующими в организации правилами.

С момента зачисления студентов в период практики в качестве практикантов на предприятие, на них распространяются правила охраны труда и правила внутреннего распорядка, действующие в организации.

По окончании практики студент сдает отчет (дифференцированный зачет). Защиту принимает руководитель практики от кафедры журналистики в установленные приказом сроки. Непредоставление студентами отчетов в установленные сроки рассматривается как нарушение учебной дисциплины со всеми следующими из этого факта административными санкциями в отношении студента.

Студенты, не выполнившие программу практики без уважительной причины или получившие отрицательную оценку, могут быть отчислены из учебного заведения как имеющие академическую задолженность в порядке, предусмотренном уставом вуза.

Студенты, не выполнившие программу практики по уважительной причине, направляются на практику вторично, в свободное от учебы время.

(пп. 6 – 14 являются необязательной формой и носят рекомендательный характер)

6. Темы семинарских занятий

7. Темы практических занятий

8. Темы лабораторных занятий

9. Самостоятельная работа

10. Индивидуальные задания

11. Контрольные вопросы к промежуточной аттестации

12. Образец экзаменационного билета

13. Образец тестового задания (при наличии)

14. Критерии оценивания (разрабатываются и утверждаются кафедрой)

Текущее тестирование и самостоятельная работа	Отчет о прохождении практики	Сумма
---	------------------------------	-------

T1	T3	T5	T6	20	100
20	20	20	20		

T1, T2 ... – темы содержательных модулей.

Шкала оценивания

Оценка по шкале ECTS	Оценка по 100-балльной шкале	Оценка по государственной шкале (экзамен, дифференцированный зачет)	
A	90-100	5 (отлично)	зачтено
B	80-89	4 (хорошо)	зачтено
C	75-79	4 (хорошо)	зачтено
D	70-74	3 (удовлетворительно)	зачтено
E	60-69	3 (удовлетворительно)	зачтено
FX	35-59	2 (неудовлетворительно) с возможностью повторной сдачи	не зачтено
F	0-34	2 (неудовлетворительно) с возможностью повторной сдачи при условии обязательного набора дополнительных баллов	не зачтено

Шкала оценивания знаний в ходе обучения и аттестации

Сумма баллов	Оценка	Объем знаний
Оценивание работы студента в течение семестра		
0 – 59	неудовлетворительно	<ul style="list-style-type: none"> - студент не предоставил все установленные формы отчетности (отзыв, отчет) в требуемые сроки; - отчет оформлен с нарушениями требований ГОСТ, документированной процедурой вуза, методических рекомендаций выпускающей кафедры; - имеются отметки о грубых нарушениях трудовой дисциплины или имеются серьезные замечания со стороны руководителя практики от организации; - отчет практически не соответствует выданному до начала практики заданию; - при составлении материалов отчета студент не показал удовлетворительный уровень подготовки по направлению подготовки в рамках прослушанных теоретических курсов; - навыки, полученные студентом в ходе прохождения практики, не отвечают требованиям осуществления профессиональной деятельности бакалавра рекламы и связей с общественностью; - на итоговом собеседовании по практике студент не продемонстрировал знание теоретико-прикладных вопросов, которые ему необходимо было изучить во время практики.
60– 69	удовлетворительно	<ul style="list-style-type: none"> - студент предоставил не все установленные формы отчетности (отзыв, отчет) в требуемые сроки; - отчет оформлен с нарушениями требований ГОСТ, документированной процедурой вуза, методических рекомендаций выпускающей кафедры; - имеются отметки о нарушениях трудовой дисциплины или имеются замечания со стороны руководителя практики от организации;

		<ul style="list-style-type: none"> - отчет практически в основном соответствует выданному до начала практики заданию; - при составлении материалов отчета студент показал удовлетворительный уровень подготовки по направлению подготовки в рамках прослушанных теоретических курсов; - навыки, полученные студентом в ходе прохождения практики, не в полной мере отвечают требованиям осуществления профессиональной деятельности бакалавра рекламы и связей с общественностью; - на итоговом собеседовании по практике студент продемонстрировал не полное знание теоретико-прикладных вопросов, которые ему необходимо было изучить во время практики.
70 - 74	удовлетворительно	<ul style="list-style-type: none"> - студент предоставил не все установленные формы отчетности (отзыв, отчет) в требуемые сроки; - отчет оформлен в основном в соответствии с требованиями ГОСТ, документированной процедурой вуза, методическими рекомендациями выпускающей кафедры; - имеются отметки о незначительных нарушениях трудовой дисциплины или имеются замечания со стороны руководителя практики от организации; - отчет практически в основном соответствует выданному до начала практики заданию; - при составлении материалов отчета студент показал удовлетворительный уровень подготовки по направлению подготовки в рамках прослушанных теоретических курсов; - навыки, полученные студентом в ходе прохождения практики, в основном отвечают требованиям осуществления профессиональной деятельности бакалавра рекламы и связей с общественностью; - на итоговом собеседовании по практике студент продемонстрировал в целом знание теоретико-прикладных вопросов, которые ему необходимо было изучить во время практики.
75 – 79	хорошо	<ul style="list-style-type: none"> - студент предоставил все установленные формы отчетности (отзыв, отчет) в требуемые сроки; - отчет оформлен в основном в соответствии с требованиями ГОСТ, документированной процедурой вуза, методическими рекомендациями выпускающей кафедры; - отсутствуют отметки о нарушении трудовой дисциплины или отрицательные отзывы о студенте со стороны руководителя практики от организации; - отчет практически соответствует выданному до начала практики заданию; - при составлении материалов отчета студент показал хороший уровень подготовки по направлению подготовки в рамках прослушанных теоретических курсов; - навыки, полученные студентом в ходе прохождения практики, в основном отвечают требованиям осуществления профессиональной деятельности бакалавра рекламы и связей с общественностью; - на итоговом собеседовании по практике студент продемонстрировал знание теоретико-прикладных вопросов, которые ему необходимо было изучить во время практики.
80 - 89	хорошо	<ul style="list-style-type: none"> - студент предоставил все установленные формы отчетности (отзыв, отчет) в требуемые сроки;

		<ul style="list-style-type: none"> - отчет оформлен в соответствии с требованиями ГОСТ, документированной процедурой вуза, методическими рекомендациями выпускающей кафедры; - отсутствуют отметки о нарушении трудовой дисциплины или отрицательные отзывы о студенте со стороны руководителя практики от организации; - отчет соответствует выданному до начала практики заданию; - при составлении материалов отчета студент показал хороший уровень подготовки по направлению подготовки в рамках прослушанных теоретических курсов; - навыки, полученные студентом в ходе прохождения практики, в основном отвечают требованиям осуществления профессиональной деятельности бакалавра рекламы и связей с общественностью; - на итоговом собеседовании по практике студент продемонстрировал знание теоретико-прикладных вопросов, которые ему необходимо было изучить во время практики.
90 - 100	отлично	<ul style="list-style-type: none"> - студент предоставил все установленные формы отчетности (отзыв, отчет) в требуемые сроки; - отчет оформлен в соответствии с требованиями ГОСТ, документированной процедурой вуза, методическими рекомендациями выпускающей кафедры; - отсутствуют отметки о нарушении трудовой дисциплины или отрицательные отзывы о студенте со стороны руководителя практики от организации; - отчет соответствует выданному до начала практики заданию; - при составлении материалов отчета студент показал высокий уровень подготовки по направлению подготовки в рамках прослушанных теоретических курсов; - навыки, полученные студентом в ходе прохождения практики, отвечают требованиям осуществления профессиональной деятельности бакалавра рекламы и связей с общественностью; - на итоговом собеседовании по практике студент продемонстрировал знание теоретико-прикладных вопросов, которые ему необходимо было изучить во время практики.

15. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Для проведения практики (полевое исследование) материально-техническое обеспечение характеризуется наличием оборудования для рекламной деятельности в местах прохождения практики, персональных компьютеров и др.

Для проведения практики (кабинетные исследования) соответствующие кабинеты вуза оснащаются техническими средствами в количестве, необходимом для выполнения целей и задач практики: портативными и стационарными компьютерами с необходимым программным обеспечением и выходом в Интернет, в том числе предоставляется возможность доступа к информации, размещенной в открытых и закрытых специализированных базах данных.

В библиотеке вуза студентам обеспечивается доступ к справочной, научной и учебной литературе, монографиям и периодическим научным изданиям по специальности.

16. РЕКОМЕНДОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

№	Наименование	Кол-во	Наличие
---	--------------	--------	---------

п/п		экземпляров в библиотеке ДонНУ	электронной версии в ЭБС
Основная литература			
1.	Головлева, Е. Л. Основы рекламы : Учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по спец. 350700 - Реклама / Е. Л. Головлева. - М. : Моск. гуманит. ин-т ; Ростов н/Д. : Феникс, 2004. - 314,[2] с.	1	+
2.	Голядкин, Н. А. Творческая телереклама : [учеб. пособие для студентов вузов] / Голядкин Н. А. - М. : Аспект Пресс, 2005. - 171, [1] с.	7	+
3.	Теория и практика связей с общественностью : учебник для вузов по специальности 030602 (350400) "Связи с общественностью" / А. В. Кочеткова, В. Н. Филиппов, Я. Л. Скворцов, А. С. Тарасов. - СПб. и др. : Питер, 2007. - 240 с.	1	+
4.	Борисов Б. Л. Технологии рекламы и PR [Текст]: уч. пособие / Б.Л. Борисов. - СПб., 2001. – 624 с.	-	+
5.	Веселов С.В. Маркетинг в рекламе [Текст] /С.В. Веселов. – М.: Международный институт рекламы, 2002. – В 3 т.	-	+
6.	Кузнецова М.В. Связи с общественностью. Паблик рилейшнз: Учебное пособие [Текст] /М.В. Кузнецова. - Издательство МГОУ, 2007. – 88 с.	-	+
7.	Музыкант, В. Л. Формирование брэнда средствами рекламы и PR : Учеб. пособие / В. Л. Музыкант. - М. : Экономистъ, 2004. - 606 с.	1	+
8.	Менеджмент [Текст] : учебник / под общ. ред. И. Н. Шапкина. - М. : Юрайт, 2011. - 690 с.	-	+
9.	Росситер, Д. Р. Реклама и продвижение товаров / Джон Р. Росситер, Ларри Перси ; Под общ. ред. Л.А. Волковой ; Пер. с англ. М. Бугаев, С.Жильцов, Т. Карасевич и др. - СПб. и др. : Питер, 2000. - 651 с.	1	+
10.	Ромат, Е. В. Реклама в системе маркетинга / Е. В. Ромат. - Киев : Студцентр, 2008. - 605 с.	1	+
11.	Шарков, Ф. И. Основы теории коммуникации : учеб. для вузов по спец. 350400 "Связи с общественностью" / Ф.И. Шарков ; Акад. труда и соц. отношений. - М. : Социал. отношения : Перспектива, 2005. - 246 с.	7	+
Дополнительная литература			
12.	Назайкин, А. Медиарилейшнз на 100% : искусство взаимодействия с прессой / Александр Назайкин. - Москва : Альпина Паблишерз, 2010. - 411 с.	1	+
13.	Уиллер, А. Индивидуальность бренда : рук. по созданию, продвижению и поддержке сильных брендов / Алина Уиллер ; пер. с англ. [А. Лисовского]. - М. : Альпина Бизнес Букс, 2004. - 226 с.	1	+
14.	Мокшанцев, Р. И. Психология коммуникаций на переговорах : Учеб. пособие / Р. И. Мокшанцев. - М. : ИНФРА-М ; Новосибирск : Сиб. соглашение, 2004. - 368 с.	1	+
15.	Киселев, А. Г. Теория и практика массовой	1	+

	информации: общество - СМИ - власть : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности "Связи с общественностью" / А. Г. Киселев. - Москва : ЮНИТИ, 2010. - 431 с.		
16.	Назайкин, А. Н. Эффективная продажа рекламы : Технология получения заказа на покупку реклам. площадей, эфира, пространства / А. Н. Назайкин ; Акад. нар. х-ва при Правительстве РФ. - М. : Дело, 1999. - 200 с.	1	+
17.	Браун, Д. А. Эффективный менеджмент на радио и телевидении : в 2 т. Т. 1 / Дж. Браун, У. Куол ; пер. с англ. Ю.Б. Езерского. - М. : Мир, 2001. - 509 с.	1	+
18.	Смирнов, В. В. Реклама на радио / В. В. Смирнов. - М. : РИП-холдинг, 2004. - 129 с.	1	+

17. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. www.adme.ru – Портал о рекламе и дизайне.
2. www.kak.ru – Журнал о графическом дизайне.
3. www.rastudent.ru – Портал для юных специалистов в области маркетинговых коммуникаций.
4. www.rosdesign.com – Дизайн: история, теория, практика.
5. www.sostav.ru – Портал о рекламе и маркетинге.

18. ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

1. Windows 7 PRO (корпоративная лицензия ДОННУ № 46484614);
2. Microsoft Office (корпоративная лицензия ДОННУ лицензия № 46472919);
3. Microsoft Visual Studio (лицензия программы DreamSpark для высших учебных заведений);
4. Лицензии GPL, Apache, BSD для свободного программного обеспечения: FreeLab, Scilab, R Studio, Python, Eclipse, Free Pascal, Tries Mode, Prolog, Антивирус Касперского, Linux Fedora, Libre Office, Adobe Acrobat Reader, xPDF, Blender, КОМПАС-3D LT, Paint.NET, Gimp.

Рабочая программа рассмотрена и переутверждена на заседании кафедры журналистики с изменениями (без изменений) на 20____ год.

Протокол № ____ от « ____ » _____ 20 ____ г.

Заведующий кафедрой

_____ И.М. Артамонова