



Федеральное агентство по рыболовству
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Астраханский государственный технический университет»
Система менеджмента качества в области образования, воспитания, науки и инноваций сертифицирована DQS
по международному стандарту ISO 9001:2015

Институт экономики

УТВЕРЖДАЮ:

Директор Института экономики
к.э.н., доц. Котова Т.В. *Котова*
Рассмотрено на Учебно-методическом
совете, протокол № 5 от «27» 06 2018 г.

**Программа
научно-исследовательской работы**

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки

«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника

бакалавр

Форма обучения

Очная, заочная

Автор: доцент, к.э.н.

Шендо М.В.

Программа рекомендована кафедрой
«Производственный менеджмент»
протокол № 6 от «22» 06 2018 г.

Зав. кафедрой «Производственный менеджмент»
к.э.н., доцент,

Шендо М.В.

Астрахань – 2018

1. Планируемые результаты обучения при выполнении научно-исследовательской работы

Код	Определение	Планируемые результаты обучения по НИР, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы		
		Знать	Уметь	Владеть навыками и (или) иметь опыт
ПК-8	способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	<ul style="list-style-type: none"> • принципы организации рекламной кампании и этапы ее проведения, разновидности рекламы, специфику каналов распространения рекламы, основы медиапланирования, специфику методов традиционной и современной рекламы 	<ul style="list-style-type: none"> • организовывать процесс производства рекламной продукции, контролировать процесс распространения рекламы, оценивать качество рекламной продукции, оценивать эффективность канала распространения рекламы 	<ul style="list-style-type: none"> • технологиями производства рекламы, организовать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции
ПК-9	способностью проводить маркетинговые исследования	<ul style="list-style-type: none"> • сущность методов сбора первичной маркетинговой информации • общие виды исследовательской деятельности; основные способы проведения исследований в области рекламы и PR; способы проверки научных теорий 	<ul style="list-style-type: none"> • проводить исследования в области рекламы и PR; применять полученные знания для проверки научных теорий; анализировать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных знаний 	<ul style="list-style-type: none"> • использования методики и техники проведения маркетинговых кабинетных и внекабинетных исследований рынка, организации опросов потребителей с целью выявления их лояльности к товару и фирме, с целью выявления конкурентных преимуществ и недостатков фирмы и организации
ПК-10	способностью организовывать и проводить социологические исследования	<ul style="list-style-type: none"> • способы сбора эмпирических данных (наблюдение, интервью, анкетный опрос); программы и приемы исследования • методы проведения анкетирования и опросов мнения потребителей и общественного мнения; • основные виды аналитического исследования; формы представления результатов 	<ul style="list-style-type: none"> • формировать программы, направленные на повышение имиджа организации; задавать параметры наблюдения, опроса и анкетирования; четко определять проблему, формировать цели и задачи маркетингового эксперимента, его объект и предмет • правильно оформлять документы, содержащие информацию о полученных результатах исследований; 	<ul style="list-style-type: none"> • исследования и статистической обработки данных, позволяющих не только описать элементы изучаемого явления или процесса, но и выяснить причины, лежащие в его основе; техниками обработки данных при формировании выводов и составлении отчета • техникой подготовки, организации и

		<p>исследований</p> <ul style="list-style-type: none"> • особенности соответствия тех или иных форм представления результатов анализа конкретным практическим мероприятиям 		<p>проведения опросов общественного мнения</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыками подбора материала; навыками грамотного изложения результатов; способностью аргументированно защищать и обосновывать полученные результаты исследований
ПК-11	<p>способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов</p>	<ul style="list-style-type: none"> • основные виды аналитического исследования; формы представления результатов исследований; особенности соответствия тех или иных форм представления результатов анализа конкретным практическим мероприятиям • сущность научной проблемы и научной задачи; формы представления результатов 	<ul style="list-style-type: none"> • анализировать специфику потребительского рынка; подготавливать данные для анализа • правильно оформлять документы, содержащие информацию о полученных результатах; ставить и решать задачи в рамках профессионального задания, проводить подбор материала; излагать полученные результаты; структурировать информацию о полученных результатах, излагать её логически последовательно 	<ul style="list-style-type: none"> • проведения конкретных исследований; навыками грамотного изложения результатов анализа; способностью аргументированно обосновывать полученные результаты исследований при написании аналитических справок, обзоров и прогнозов

2. Место НИР в структуре ОП

Цикл (раздел) ОП, к которому относится данная НИР:	Практики ОП направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
Описание логической и содержательно-методической взаимосвязи с другими частям ОП (дисциплинами (модулями) НИРми):	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ. Брендинг. Реклама и связи с общественностью в деятельности государственных структур. Реклама и связи с общественностью в бизнесе. Планирование и проведение рекламных и PR кампаний. Организация и проведение мероприятий в сфере рекламы и связей с общественностью. Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности. Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности. Преддипломная практика.
Компетенции, сформированные у обучающихся до начала прохождения практики:	ОК-1, ОК-2, ОК-3, ОК-4, ОК-5, ОК-6, ОК-7.
Теоретические дисциплины и практики,	Преддипломная практика. Государственная итоговая аттестация.

для которых результаты обучения по практике необходимы как предшествующее:

3. Структура, содержание, объем (трудоемкость) НИР:

3.1. Для очной формы обучения

Общая трудоемкость научно-исследовательской работы составляет: **432 часа, 12 з.е., 25-32 недели 8 семестр**

Научно-исследовательская работа

№ п/п	Раздел практики	Семестр	Неделя	Формы текущего контроля успеваемости
1.	Подготовительный этап: Ознакомление с целями, задачами, содержанием и сроками выполнения НИР. Инструктаж по технике безопасности	8	25	Проверка усвоения обучающимися правил техники безопасности и охраны труда Заполнение журнала по технике безопасности
2	Экспериментальный этап: прохождение практики: - изучение справочно-библиографических систем; работа с электронными базами данных отечественных и зарубежных библиотечных фондов; - обзор научной литературы, раскрывающей теоретические аспекты выбранного научного направления; систематизация и обработка информации по теме выпускной бакалаврской работы с целью подготовки раздела ВБР в части индивидуального задания	8	25-31	Подготовка раздела отчета
3	Подготовка отчета по НИР 1. Исследование теоретических и методических основ рекламно-коммуникационной деятельности выбранного объекта исследования 2. Исследование методического инструментария оценки рекламно-коммуникационной деятельности выбранного объекта исследования.	8	32	Доработанный и оформленный отчет
4	Получение отзыва у руководителя НИР и защита отчета по НИР	8	32	Защита отчета
5	Форма промежуточной аттестации			Зачет с оценкой

3.2. Для заочной формы обучения

Общая трудоемкость научно-исследовательской работы составляет: **432 часа, 12 з.е.,**

25-32 неделя 5 курс

№ п/п	Раздел практики	Курс	Неделя	Формы текущего контроля успеваемости
1.	Подготовительный этап: Ознакомление с целями, задачами, содержанием и сроками выполнения НИР. Инструктаж по технике безопасности	5	25	Проверка усвоения обучающимися правил техники безопасности и охраны труда Заполнение журнала по технике безопасности
2	Экспериментальный этап: прохождение практики: - изучение справочно-библиографических систем; работа с электронными базами данных отечественных и зарубежных библиотечных фондов; - обзор научной литературы, раскрывающей теоретические аспекты выбранного научного направления; систематизация и обработка информации по теме выпускной бакалаврской работы с целью подготовки раздела ВБР в части индивидуального задания	5	25-31	Подготовка раздела отчета
3	Подготовка отчета по НИР 3. Исследование теоретических и методических основ рекламно-коммуникационной деятельности выбранного объекта исследования 4. Исследование методического инструментария оценки рекламно-коммуникационной деятельности выбранного объекта исследования.	5	32	Доработанный и оформленный отчет
4	Получение отзыва у руководителя НИР и защита отчета по НИР	5	32	Защита отчета
	Форма промежуточной аттестации			Зачет с оценкой

4. Способы и форма проведения научно-исследовательской работы

Научно-исследовательская работа по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» в зависимости от выбранной темы исследования, может проводиться на базе кафедры «Производственный менеджмент», в структурных подразделениях АГТУ, а так же на базе профильных предприятий и организаций.

Форма проведения практики - дискретно, по видам практики.

Научно-исследовательская работа по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» может проводиться следующими способами: стационарным и

выездным.

Стационарная практика проводится в структурных подразделениях ФГБОУ ВО «АГТУ» (кафедры, управления и отделы) или ее филиале, в котором обучающиеся осваивают образовательную программу, или в профильных организациях, расположенных на территории Астраханской области.

Выездная практика проводится по заявлению студента в том случае, если место ее проведения расположено вне Астраханской области.

В организациях, где проходит сбор материалов для выполнения научно-исследовательской работы, обучающимся выделяются рабочие места для выполнения индивидуальных заданий. В период нахождения в организации обучающиеся подчиняются всем правилам внутреннего распорядка и техники безопасности, установленным в данной организации и на рабочих местах.

Для руководства НИР, проводимой в профильной организации, назначаются руководитель (руководители) практики из числа лиц, относящихся к профессорско-преподавательскому составу Университета, и руководитель (руководители) практики из числа работников профильной организации (далее - руководитель практики от профильной организации).

Если НИР проходит на базе кафедры «Производственный менеджмент» или структурных подразделениях АГТУ, для руководства НИР назначаются руководитель практики из числа лиц, относящихся к профессорско-преподавательскому составу Университета.

Руководитель НИР от Университета:

- составляет рабочий график (план) проведения НИР;
- разрабатывает индивидуальные задания для обучающихся, выполняемые в период практики;

- участвует в распределении обучающихся по рабочим местам и видам работ в организации;

- осуществляет контроль за соблюдением сроков проведения практики и соответствием ее содержания требованиям, установленным образовательной программой высшего образования;

- оказывает методическую помощь обучающимся при выполнении ими индивидуальных заданий, а также при сборе материалов к выпускной квалификационной работе в ходе преддипломной практики;

- оценивает результаты прохождения практики обучающимися.

Руководитель НИР от профильной организации:

- согласовывает индивидуальные задания и рабочий график (план) проведения практики, содержание и планируемые результаты практики;

- предоставляет рабочие места обучающимся;

- обеспечивает безопасные условия прохождения практики обучающимся, отвечающие санитарным правилам и требованиям охраны труда;

- проводит инструктаж обучающихся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка.

При проведении практики в профильной организации руководителем практики от организации и руководителем практики от профильной организации составляется совместный рабочий график (план) проведения практики.

Содержание НИР обучающегося указывается в индивидуальном плане\задании.

Индивидуальное план\задание по НИР разрабатывается научным руководителем обучающегося, и согласовывается с руководителем профильной организации.

Результатом научно-исследовательской работы бакалавров очной и заочной формы обучения является отчет по НИР.

5. Рекомендации по организации практики обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья:

5.1. Наличие соответствующих условий реализации практики

Для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья на основании письменного заявления НИР реализуется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья (далее - индивидуальных особенностей); обеспечивается соблюдение следующих общих требований: использование специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего такому обучающемуся необходимую техническую помощь, обеспечение доступа в здания и помещения, где проходит учебный процесс, другие условия, без которых невозможно или затруднено прохождение практики по письменному заявлению обучающегося.

5.2. Обеспечение соблюдения общих требований

При реализации НИР на основании письменного заявления обеспечивается обучающегося соблюдение следующих общих требований: проведение занятий для студентов- инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в одной аудитории совместно с обучающимися, не имеющими ограниченных возможностей здоровья, если это не создает трудностей для обучающихся; присутствие в аудитории ассистента (ассистентов), оказывающего (их) обучающимся необходимую техническую помощь с учетом их индивидуальных особенностей на основании письменного заявления; пользование необходимыми обучающимся техническими средствами с учетом их индивидуальных особенностей).

5.3. Доведение до сведения обучающихся с ограниченными возможностями здоровья в доступной для них форме

Все локальные нормативные акты АГТУ по вопросам реализации научно-исследовательской работы доводятся до сведения обучающихся с ограниченными возможностями здоровья в доступной для них форме.

5.4. Реализация увеличения продолжительности прохождения промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности для обучающегося с ограниченными возможностями здоровья

Продолжительность прохождения промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности увеличивается по письменному заявлению обучающегося с ограниченными возможностями здоровья; продолжительность отчета по НИР, проводимого в письменной форме увеличивается не менее чем на 0,5 часа; продолжительность подготовки обучающегося к ответу на отчете по НИР, проводимом в устной форме, – не менее чем на 0,5 часа; продолжительность ответа обучающегося при устном ответе увеличивается не более чем на 0,5 часа.

6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по научно-исследовательской работе

Представлен в Приложении к данной программе по научно-исследовательской работе.

Рейтинг студента по результатам прохождения практики (Б_{пр}) - баллы, полученные обучающимся по результатам проверки показателей ФОС в рамках прохождения практики.

При итоговой аттестации по практике в форме зачета с оценкой результирующей оценкой по практике (оценкой) является оценка, полученная студентом за выполнение индивидуального задания по практике, которая находится в интервале от 60 до 100 баллов, или от 60 до 100% усвоения содержания программы практики, где результат:

- 85-100% - демонстрирует усвоение содержания программы практики на «отлично»;
- 84 – 71% - демонстрирует усвоение содержания программы практики на «хорошо»;
- 70 – 60% - демонстрирует усвоение содержания программы практики на «удовлетворительно»;
- менее 60% - демонстрирует усвоение содержания программы практики на «неудовлетворительно».

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение

а) основная литература:

1. Богданов, В.В. Теория и практика связей с общественностью: медиарилейшнз [Электронный ресурс]: учебное пособие / В.В. Богданов, И.М. Комарова. - Новосибирск: НГТУ, 2011. - 59 с. - URL: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228824](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228824)
2. Булатова, С.Н. Теория и НИР связей с общественностью [Электронный ресурс]: учебное пособие / С.Н. Булатова. - Кемерово : КемГУКИ, 2012. - 80 с. - URL: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=227790](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=227790)
3. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность [Электронный ресурс]: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 233 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). - URL: <https://biblio-online.ru/book/47AF62A3-0EAE-4871-83A8-2C1DCEBF9036>
4. Карпова, С. В. Рекламное дело [Электронный ресурс]: учебник и практикум для прикладного бакалавриата / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 431 с. — (Серия : Бакалавр. Прикладной курс). - URL: <https://biblio-online.ru/book/AF1D3150-2B42-42AB-B8BB-B2DF0E9BB7B3>
5. Маркетинг PR и рекламы [Электронный ресурс]: учебник / И.М. Синяева, В.М. Маслова, О.Н. Романенкова, В.В. Синяев ; под ред. И.М. Синяевой. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 495 с. - URL: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114709](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114709)
6. Поляков, В.А. Основы рекламы [Электронный ресурс]: учебное пособие / В.А. Поляков, Г.А. Васильев. - М.: Юнити-Дана, 2015. - 718 с. - URL: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114432](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114432)
7. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике [Электронный ресурс]: учебное пособие / Ф.И. Шарков. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 334 с. - URL: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453930](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453930)

б) дополнительная литература:

1. Алашкин, П. Все о рекламе и продвижении в Интернете [Электронный ресурс]/ П. Алашкин. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2016. - 220 с. - URL: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=229721](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=229721)
2. Демешин, Л.В. Нестандартные формы и методы рекламы, оценка коммуникативной и экономической эффективности [Электронный ресурс]/ Л.В. Демешин. - М.: Лаборатория книги, 2012. - 145 с. - URL: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=141479](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=141479)
3. Дорофеев, Н.П. Реклама в сфере торговли [Электронный ресурс]/ Н.П. Дорофеев. - М.: Лаборатория книги, 2010. - 74 с. - URL: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=88659](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=88659)
4. Квят, А.Г. Методологические основы связей с общественностью [Электронный ресурс]: курс лекций / А.Г. Квят. - Омск : Омский государственный университет, 2012. - 175 с. - URL: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=237508](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=237508)
5. Квят, А.Г. Методологические основы связей с общественностью [Электронный ресурс]: практикум / А.Г. Квят. - Омск : Омский государственный университет, 2012. - 52 с. - URL: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=237507](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=237507)

6. Ковалевский, В. Организация рекламной деятельности [Электронный ресурс]: учебное пособие / В. Ковалевский, О. Калиева, Н. Лужнова. - Оренбург : ОГУ, 2012. - 122 с. - URL: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=259222](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=259222)
7. Козлова, В.А. Реклама в туризме [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие / В.А. Козлова. - Орел: МАБИВ, 2014. - 126 с. - URL: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428609](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428609)
8. Кузнецов, П.А. Современные технологии коммерческой рекламы [Электронный ресурс]: практическое пособие / П.А. Кузнецов. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 296 с. - URL: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=345403](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=345403)
9. Кузьмин, А.В. Позиционирование торговых брендов средствами рекламы, роль имиджевой и информационной рекламы [Электронный ресурс]/ А.В. Кузьмин. - М. : Лаборатория книги, 2012. - 100 с. - URL: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=140464](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=140464)
10. Лаптев, А.В. Реклама и PR-технологии в управлении предприятием [Электронный ресурс]/ А.В. Лаптев. - М.: Лаборатория книги, 2011. - 112 с. - URL: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=142346](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=142346)
11. Маркетинговые коммуникации [Электронный ресурс]: учебник и практикум для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общ. ред. О. Н. Жильцовой. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 458 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). - URL: <https://biblio-online.ru/book/D5496F40-1F86-4930-A689-B975D3E248D2>
12. Марусева, И.В. Дипломное проектирование в области PR и рекламы [Электронный ресурс]: учебное пособие / И.В. Марусева. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2014. - Ч. 1. Теоретические основы дипломного проектирования: рынок, PR и реклама. - 363 с. - URL: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=253699](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=253699)
13. Марусева, И.В. Дипломное проектирование в области PR и рекламы [Электронный ресурс]: учебное пособие / И.В. Марусева. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - Ч. 2. Практикум. - 751 с. - URL: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=271838](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=271838)
14. Морган, Н. Реклама в туризме и отдыхе [Электронный ресурс]: учебное пособие / Н. Морган, А. Причард. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 495 с. - (Зарубежный учебник). - URL: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117326](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117326)
15. Мухина, А.Ю. Роль рекламы и PR-компаний в туристическом бизнесе [Электронный ресурс]/ А.Ю. Мухина. - М.: Лаборатория книги, 2012. - 97 с. - URL: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=142441](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=142441)
16. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта [Электронный ресурс]: учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Поляков, А. А. Романов. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 502 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). - URL: <https://biblio-online.ru/book/1BF53170-0D1A-43E0-A621-D5AD21B3C08E>
17. Савруцкая, Е.П. Связи с общественностью [Электронный ресурс]: Вводный курс : учебное пособие / Е.П. Савруцкая. - 2-е изд., доп. и перераб. - М. : Директ-Медиа, 2014. - 239 с. - URL: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=236119](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=236119)
18. Связи с общественностью и реклама [Электронный ресурс]: учебно-методический комплекс. - Кемерово: Кемеровский государственный университет культуры и искусств, 2012. - Ч. 1. Рекламоведение. - 40 с. - URL: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=274255](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=274255)
19. Социальная реклама [Электронный ресурс]: учебное пособие / Л.М. Дмитриева, Ю.С. Вернадская, Т.А. Костылева и др. ; под ред. Л.М. Дмитриевой. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 271 с. - URL: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=1181](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=1181)
20. Сулейманова, Г.В. Реклама в туризме [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие / Г.В. Сулейманова. - Казань : Издательство КНИТУ, 2013. - 151 с. - URL: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=258594](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=258594)

21. Ткаченко, Н.В. Креативная реклама: технологии проектирования [Электронный ресурс]: учебное пособие / Н.В. Ткаченко, О.Н. Ткаченко ; под ред. Л.М. Дмитриевой. - М.: Юнити-Дана, 2015. - 336 с. - URL: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114422](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114422)
22. Фадеева, Е. Н. Связи с общественностью [Электронный ресурс]: учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. — М.: Издательство Юрайт, 2016. — 263 с. — (Бакалавр. Академический курс).- URL: <http://biblio-online.ru/book/7D1B232D-29AF-4F6C-B937-F1E53D6A50AD>
23. Чернышева, Т.Л. Связи с общественностью (PR) [Электронный ресурс]: учебное пособие / Т.Л. Чернышева. - Новосибирск : НГТУ, 2012. - 140 с. - URL: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228940](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228940)
24. Чумиков, А. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции[Электронный ресурс] : учебное пособие / А. Чумиков, М. Бочаров, С. Самойленко. - М.: Издательский дом «Дело», 2016. - 521 с. - URL: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=442983](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=442983)
25. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике [Электронный ресурс]: учебное пособие / Ф.И. Шарков. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 334 с. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453930>
26. Шпаковский, В.О. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством ВТЛ-коммуникаций [Электронный ресурс]: учебное пособие / В.О. Шпаковский, Н.М. Чугунова, И.В. Кирильчук. - 3-е изд. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 128 с. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452651>

в) методические указания для обучающихся по освоению практики

Шендо М.В. Методические указания по организации и проведению практики «Научно-исследовательская работа» для бакалавров направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» дневной и заочной форм обучения – Астрахань: АГТУ, 2017. – 23с. <http://portal.astu.org/>

г) ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. 4p.ru Маркетинг портал <http://www.4p.ru>
2. Adindex Сайт о рекламе и маркетинге <http://www.adindex.ru/>
3. Research&trends сайт о маркетинговых исследованиях в России <https://www.r-trends.ru/>
4. Высшая школа маркетинга и развития бизнеса <http://marketing.hse.ru/>
5. Гильдия Маркетологов <http://www.marketologi.ru>
6. Рекламные идеи о брендинге и креативе <http://www.advi.ru/>
7. Сайт Министерства экономического развития РФ <http://economy.gov.ru/minec/about/structure/depinvest/index>
8. Сайт Системы межрегиональных маркетинговых центров www.marketcenter.ru
9. Состав портал о рекламе www.sostav.ru
10. Энциклопедия маркетинга <http://www.marketing.spb.ru/>

д) перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень лицензионного программного обеспечения и информационных справочных систем

Перечень информационных технологий, используемых в учебном процессе

Наименование программного обеспечения	Назначение
Образовательный портал Moodle	Образовательный портал АГТУ построен на обучающей виртуальной среде Moodle и доступен по адресу

	www.portal.astu.org из любой точки, имеющей подключение к сети Интернет, в том числе из локальной сети АГТУ. Образовательный портал АГТУ подходит как для организации online- классов, так и для традиционного обучения. Портал разделен на «открытую» (общедоступную) и «закрытую» части. Доступ к закрытой части осуществляется после предъявления персональной пары «логин-пароль» преподавателем или студентом.
Электронно-библиотечная система ФГБОУ ВО «АГТУ»	Обеспечивает доступ к электронно-библиотечным системам издательств; доступ к электронному каталогу книг, трудам преподавателей, учебно-методическим разработкам АГТУ, периодическим изданиям. Позволяет принимать участие в виртуальных выставках.
Базы данных	Полнотекстовая база данных ScienceDirect; Реферативная и наукометрическая база данных Scopus; Межрегиональная аналитическая роспись статей (МАРС).

Перечень лицензионного учебного программного обеспечения

Наименование программного обеспечения	Назначение
Adobe Reader	Программа для просмотра электронных документов
Foxit Reader	Программа для просмотра электронных документов
Google Chrome	Браузер
Mozilla FireFox	Браузер
Kaspersky Antivirus	Средство антивирусной защиты
Microsoft Open License Academic	Операционные системы
Moodle	Образовательный портал ФГБОУ ВО «АГТУ»
OpenOffice	Программное обеспечение для работы с электронными документами
7-zip	Архиватор

Перечень информационно-справочных систем

Наименование программного обеспечения	Назначение
Консультант+	Содержит российское и региональное законодательство, судебная практика, финансовые и кадровые консультации, консультации для бюджетных организаций, комментарии законодательства, формы документов, проекты нормативных правовых актов, международные правовые акты, правовые акты по здравоохранению, технические нормы и правила.

Сведения об обновлении программного обеспечения представлены в локальной сети АГТУ по адресу \\172.20.20.20\Soft\Список Лицензий.pdf

8. Материально-техническое обеспечение научно-исследовательской работы

Практика проводится в специальных помещениях, укомплектованных специализированной мебелью и техническими средствами обучения, а также оснащенных компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет и обеспеченных доступом в электронную информационно-образовательную среду университета.

Для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и

промежуточной аттестации, университетом и кафедрой «Производственный менеджмент» предусмотрена аудитория, укомплектованная специализированной мебелью и техническими средствами обучения, а также оснащенная компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет и обеспеченная доступом в электронную информационно-образовательную среду университета.

Реализация программы бакалавриата обеспечивается наличием в организации библиотеки:

- залы научной библиотеки ФГБОУ ВО «АГТУ» (г.104, 2.230, 4.201), оборудованные компьютерами с выходом в сеть Интернет и обеспечивающие обучающихся доступом к электронно-библиотечным системам, электронной информационно-образовательной среде университета, профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам, а так же иными информационными ресурсами. Библиотечный фонд укомплектован изданиями учебной, учебно-методической, научной и иной литературы, включая периодические издания, соответствующими программам практик.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

ПРИЛОЖЕНИЕ
к программе практики
«НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА»
Рассмотрено на Учебно-методическом совете,
протокол № 5 от «27» 06. 2018 г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1. Перечень компетенций, формируемых в ходе выполнения научно-исследовательской работы с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы:

ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-11

Этапы формирования данных компетенций в процессе освоения ОП по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» представлены в Паспорте компетенций

2. Показатели и критерии оценивания компетенций, формируемых в ходе прохождения производственной практики, описание шкал оценивания представлены в Паспорте компетенций, а также в Таблице 1.

Таблица 1

Шкала оценивания уровня сформированности результата обучения (зачет с оценкой)	«Знать»	«Уметь»	«Владеть навыками и/или иметь опыт»	«Компетенция»
	Показатели			
	Показатель: освоение знаниевого компонента содержания образования по практике в виде представлений, понятий, суждений, теорий, выраженное в форме знаков	Показатель: возможность осуществлять действия, операции (компоненты деятельности) осознанно и с помощью навыков	Показатель: владение деятельностью	Показатель: реализация вида профессиональной деятельности (далее - ВПД)/ компетенции: ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-11
Продвинутый уровень («отлично») 100-85 % (или рейтинговых баллов)	четко и правильно дает определения, полно раскрывает содержание понятий, верно использует терминологию, при этом ответ самостоятельный, использованы ранее приобретенные знания	выполняет все операции, последовательность их выполнения достаточно хорошо продумана, действие в целом осознано	владеет всеми необходимыми навыками и/или имеет опыт	ПК-8 обучающийся способен организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы в типовых ситуациях и в ситуациях повышенной сложности, а также в нестандартных и непредвиденных ситуациях, создавая при этом новые правила и алгоритмы действий ПК-9 обучающийся способен проводить маркетинговые исследования в типовых ситуациях и в ситуациях повышенной сложности,

				<p>а также в нестандартных и непредвиденных ситуациях, создавая при этом новые правила и алгоритмы действий</p> <p>ПК-10 обучающийся способен организовывать и проводить социологические исследования в типовых ситуациях и в ситуациях повышенной сложности, а также в нестандартных и непредвиденных ситуациях, создавая при этом новые правила и алгоритмы действий</p> <p>ПК-11 обучающийся способен владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов в типовых ситуациях и в ситуациях повышенной сложности, а также в нестандартных и непредвиденных ситуациях, создавая при этом новые правила и алгоритмы действий</p>
<p>Углубленный уровень («хорошо») 84-71 % (или рейтинговых баллов)</p>	<p>определения понятий дает неполные, допускает незначительные нарушения в последовательности изложения, небольшие неточности при использовании научных категорий, формулировки выводов</p>	<p>выполняет все операции, последовательность их выполнения соответствует требованиям, но действие выполняется недостаточно осознанно</p>	<p>в целом владеет необходимыми навыками и/или имеет опыт</p>	<p>ПК-8 обучающийся способен организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы в типовых ситуациях и в ситуациях повышенной сложности</p> <p>ПК-9 обучающийся способен проводить маркетинговые исследования в типовых ситуациях и в ситуациях повышенной сложности</p> <p>ПК-10 обучающийся способен организовывать и проводить социологические исследования в типовых ситуациях и в ситуациях повышенной сложности</p>

				ПК-11 обучающийся способен владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов в типовых ситуациях и в ситуациях повышенной сложности
Базовый уровень («удовлетворительно») 70-60 % (или рейтинговых баллов)	усвоено основное содержание, но излагается фрагментарно, не всегда последовательно, определения понятий недостаточно четкие, не используются в качестве доказательства выводы и обобщения из наблюдений, допускаются ошибки в их изложении, неточности в использовании предметной терминологии	выполняет не все операции действия, допускает ошибки в последовательности их выполнения, действие выполняется недостаточно осознанно	владеет не всеми необходимыми навыками, имеющийся опыт фрагментарен	ПК-8 обучающийся способен организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы в типовых ситуациях ПК-9 обучающийся способен проводить маркетинговые исследования в типовых ситуациях ПК-10 обучающийся способен организовывать и проводить социологические исследования в типовых ситуациях ПК-11 обучающийся способен владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов в типовых ситуациях
Нулевой уровень («неудовлетворительно») менее 60% (или рейтинговых баллов)	основное содержание не раскрыто, не дает ответы на вспомогательные вопросы, допускает грубые ошибки в использовании терминологии	выполняет лишь отдельные операции, последовательность их хаотична, действие в целом неосознанно	не владеет всеми необходимыми навыками и/или не имеет опыт	ПК-8 обучающийся не способен организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы в типовых ситуациях ПК-9 обучающийся не способен проводить маркетинговые исследования в типовых ситуациях ПК-10 обучающийся не способен организовывать и проводить

				социологические исследования в типовых ситуациях ПК-11 обучающийся не способен владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов в типовых ситуациях
--	--	--	--	---

3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности и проведения промежуточной аттестации по практике, в том числе уровня освоения компетенции

Таблица 2

Планируемые результаты обучения по практике, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы			
Знать	Уметь	Владеть навыками и (или) иметь опыт	Компетенция
<ul style="list-style-type: none"> • принципы организации рекламной кампании и этапы ее проведения, разновидности рекламы, специфику каналов распространения рекламы, основы медиапланирования, специфику методов традиционной и современной рекламы 	<ul style="list-style-type: none"> • организовывать процесс производства рекламной продукции, контролировать процесс распространения рекламы, оценивать качество рекламной продукции, оценивать эффективность канала распространения рекламы 	<ul style="list-style-type: none"> • технологиями производства рекламы, организовать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции 	ПК-8 способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы
<ul style="list-style-type: none"> • сущность методов сбора первичной маркетинговой информации • общие виды исследовательской деятельности; основные способы проведения исследований в области рекламы и PR; способы проверки научных теорий 	<ul style="list-style-type: none"> • проводить исследования в области рекламы и PR; применять полученные знания для проверки научных теорий; анализировать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных знаний 	<ul style="list-style-type: none"> • использования методики и техники проведения маркетинговых кабинетных и внекабинетных исследований рынка, организации опросов потребителей с целью выявления их лояльности к товару и фирме, с целью выявления конкурентных преимуществ и недостатков фирмы и организации 	ПК-9 способностью проводить маркетинговые исследования
<ul style="list-style-type: none"> • способы сбора эмпирических данных (наблюдение, интервью, анкетный опрос); программы и приемы исследования • методы проведения анкетирования и опросов мнения потребителей и общественного мнения; • основные виды аналитического исследования; формы представления результатов исследований • особенности соответствия тех или иных форм представления результатов анализа конкретным практическим мероприятиям 	<ul style="list-style-type: none"> • формировать программы, направленные на повышение имиджа организации; задавать параметры наблюдения, опроса и анкетирования; четко определять проблему, формировать цели и задачи маркетингового эксперимента, его объект и предмет • правильно оформлять документы, содержащие информацию о полученных результатах исследований; 	<ul style="list-style-type: none"> • исследования и статистической обработки данных, позволяющих не только описать элементы изучаемого явления или процесса, но и выявить причины, лежащие в его основе; техниками обработки данных при формировании выводов и составлении отчета • техникой подготовки, организации и проведения опросов общественного мнения • навыками подбора материала; навыками грамотного изложения 	ПК-10 способностью организовывать и проводить социологические исследования

		результатов; способностью аргументированно защищать и обосновывать полученные результаты исследований	
<ul style="list-style-type: none"> • основные виды аналитического исследования; формы представления результатов исследований; особенности соответствия тех или иных форм представления результатов анализа конкретным практическим мероприятиям • сущность научной проблемы и научной задачи; формы представления результатов 	<ul style="list-style-type: none"> • анализировать специфику потребительского рынка; подготавливать данные для анализа • правильно оформлять документы, содержащие информацию о полученных результатах; ставить и решать задачи в рамках профессионального задания, проводить подбор материала; излагать полученные результаты; структурировать информацию о полученных результатах, излагать её логически последовательно 	<ul style="list-style-type: none"> • проведения конкретных исследований; навыками грамотного изложения результатов анализа; способностью аргументировано обосновывать полученные результаты исследований при написании аналитических справок, обзоров и прогнозов 	ПК-11 способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов
Процедура оценивания			
Защита отчета по практике			
Типовые контрольные задания			
<ul style="list-style-type: none"> • представить характеристику актуальности, сформулировать цель, задачи, объект и предмет исследования по выбранному объекту исследования, результаты проведенной работы представить во введении отчета по НИР; • изучение справочно-библиографических систем; работа с электронными базами данных отечественных и зарубежных библиотечных фондов; • обзор научной литературы, раскрывающей теоретические аспекты выбранного научного направления; систематизация и обработка информации по теме выпускной бакалаврской работы с целью подготовки раздела ВБР в части индивидуального задания; • исследовать теоретические и методические основы рекламно-коммуникационной деятельности выбранного объекта исследования; • исследовать методический инструментарий оценки рекламно-коммуникационной деятельности выбранного объекта исследования; • оформление результатов и их согласование с руководителем НИР; • оформление отчета о НИР; • получение отзыва у руководителя НИР и защита отчета. 			

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, формируемых в ходе прохождения практики

4.1. Формы контроля (процедуры оценивания)

Отчет по НИР – это исследовательская работа, которая выполняется студентом и является совокупностью полученных результатов самостоятельного исследования и практических навыков в период прохождения НИР.

Перед началом НИР студент должен получить индивидуальные задания и сформировать проект плана отчета. Практические аспекты в отчете по НИР должны рассматриваться в соответствии с выданными индивидуальными заданиями.

Если НИР не реализуется в структурных подразделениях университета, то перед началом практики студент должен оформить направление на практику (данный документ выдается на кафедре «Производственный менеджмент»).

Составление отчета осуществляется в период всей научно-исследовательской работы. Отчет должен включать текстовый, графический и другой иллюстративный материал.

После окончания НИР студент, в установленные учебным планом сроки, должен:

- представить руководителю от кафедры письменный отчет о выполнении всех заданий, оформленный в соответствии с установленными требованиями.
- доработать при необходимости отчет по НИР в соответствии с требованиями и пожеланиями руководителя от кафедры;
- пройти процедуру защиты отчета по НИР.

Общие требования к отчетам: логическая последовательность и четкость изложения материала; краткость и точность формулировок, исключающих возможность неоднозначного толкования; убедительность аргументации; конкретность изложения материала и результатов работы; информационная выразительность; достоверность; достаточность и обоснованность выводов, отсутствие пунктуационных, орфографических и синтаксических ошибок.

Оригинальность отчета - более 60 %.

Структура отчета по научно-исследовательской работе:

- 1. Титульный лист (Приложение 4)**
- 2. Содержание**
- 3. Отчет по практике:**

Введение

Основная часть (в которой подробно описываются все результаты (разработки, исследования и т.п.), полученные в ходе прохождения практики и выполнения индивидуального плана/задания практики)

Заключение

Список использованной литературы

Приложение

При подготовке отчета студенту следует использовать различные литературные, периодические, нормативные и другие источники и материалы, систематизируя и обобщая нужную для того или иного раздела отчета информацию.

Бакалавру необходимо не только раскрыть состояние дел по рассматриваемым вопросам, но и представить критический обзор различных научных позиций по исследуемой проблеме, а также показать свою точку зрения на неё.

В качестве индивидуального задания по научно - исследовательской работе студенту могут быть обозначены руководителем следующие направления сбора, обработки и анализа материала по выбранной теме выпускной квалификационной работы:

- оценить и структурировать мнения ученых и специалистов по теме исследования;
- определить направление исследуемой проблемы на основании сформированного о ней

авторского представления;

- выбрать методологические подходы и методы решения проблемы;
- предварительно разработать основные направления теоретической концепции научного исследования по выбранному объекту исследования;
- провести анализ современного состояния изучаемого объекта исследования;
- изучение справочно-библиографических систем, способов поиска информации; приобретение навыков работы с библиографическими справочниками, составления научно-библиографических списков, использования библиографического описания в научных работах; работа с электронными базами данных отечественных и зарубежных библиотечных фондов;
- обзор научной литературы, раскрывающей теоретические аспекты выбранного научного направления; систематизация и обработка информации;

Структура отчета по НИР каждого студента должна содержать следующие обязательные элементы.

Примерный план отчета по научно-исследовательской работе (НИР)

Введение

1. Исследование теоретических и методических основ рекламно-коммуникационной деятельности выбранного объекта исследования

2. Исследование методического инструментария оценки рекламно-коммуникационной деятельности выбранного объекта исследования

Заключение

Список литературы

Приложение

По желанию студент, может подготовить научный доклад по теме исследования или подготовить к публикации научную статью по исследуемой проблеме.

К отчету должны прилагаться следующие сопроводительные документы:

- 1. Договор (при условии реализации практики в профильных организациях)**
- 2. Направление (при условии реализации практики в профильных организациях)**
- 3. Рабочий график (план) проведения практики (Приложение 1)**
- 4. Индивидуальный план/задание (Приложение 2)**
- 5. Отзыв руководителя практики (Приложение 3)**

Аттестация по итогам практики проводится в форме защиты отчета обучающихся на основании отчета о прохождении практики и выполнения плана практики. Защита отчета осуществляется в комиссии, назначенной заведующим кафедрой. В состав комиссии по защите обучающимися отчетов по практике входят: преподаватели предметной кафедры и\или преподаватели других кафедр и\или преподаватели выпускающей кафедры и\или представители профильных организаций и предприятий (не более трех человек, в том числе руководитель практики от Университета).

Результаты прохождения практики определяются путем проведения промежуточной аттестации - зачет с оценкой, с выставлением оценок «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно». Оценки по НИР приравниваются к оценкам по теоретическому курсу обучения и учитываются при подведении итогов успеваемости студентов.

Обучающиеся, не прошедшие практику по уважительной причине, проходят практику по индивидуальному плану.

Неудовлетворительные результаты промежуточной аттестации по практике или непрохождение промежуточной аттестации по практике при отсутствии уважительных причин признаются академической задолженностью.

Порядок ликвидации академической задолженности по практике, а так же отчисления обучающихся, не ликвидировавших такую задолженность в установленные сроки, регламентируется локальными актами Университета.

4.2 Шкала оценивания отчета по научно-исследовательской работе (зачет с оценкой)

<i>Продвинутый уровень («отлично») 100-85% (или рейтинговых баллов)</i>		
	Критерии, показатели выполнения типовых контрольных заданий	Оцениваемые компетенции
1. Введение	Четко сформулированы: цель исследования, задачи, объект, предмет, в строгом соответствии с индивидуальным заданием.	ПК-11
2. Основная часть (глав 1, 2)	Логично, структурировано и полно, на высоком уровне представлены: <ul style="list-style-type: none"> • обзор научной литературы, раскрывающей теоретические аспекты выбранного научного направления; • систематизация и обработка информации по теме выпускной бакалаврской работы с целью подготовки раздела ВБР в части индивидуального задания; • исследование теоретических и методических основ рекламно-коммуникационной деятельности выбранного объекта исследования; • исследование методического инструментария оценки рекламно-коммуникационной деятельности выбранного объекта исследования. 	ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-11
3. Заключение	Сделаны выводы, логично вытекающие из содержания основной части	ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-11
4. Список литературы	Представлен список литературы, отражающий все разделы отчёта по НИР	ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-11
5. Оформление отчета	Выполнено в соответствии с методическими рекомендациями	ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-11
6. Защита отчета по практике	<ul style="list-style-type: none"> • При их освещении обучающийся показывает глубокое и систематическое знание всего программного материала исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно излагает материал отчёта по НИР, умеет тесно увязывать теорию с практикой, не затрудняется с ответом при видоизменении вопросов, задаваемых членами комиссии по приему отчета, показывает в ответе знания нормативно-законодательной базы, правильно обосновывает принятые в представленном отчёте по НИР решения, демонстрирует свободное владение научным языком и терминологией соответствующей научной области • продемонстрировано умение реализовать компетенцию в типовых ситуациях и в ситуациях повышенной сложности, а также в нестандартных и непредвиденных ситуациях, создавая при этом новые правила и алгоритмы действий. 	ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-11

Углубленный уровень «хорошо» 84-71% (или рейтинговых баллов)

	Критерии, показатели выполнения типовых контрольных заданий	Оцениваемые компетенции
1. Введение	Цель исследования, задачи, объект, предмет сформулированы достаточно корректно, допущены незначительные отклонения от индивидуального задания	ПК-11
2. Основная часть (глав 1, 2)	<p>Достаточно логично, структурировано и полно представлены:</p> <ul style="list-style-type: none"> • обзор научной литературы, раскрывающей теоретические аспекты выбранного научного направления; • систематизация и обработка информации по теме выпускной бакалаврской работы с целью подготовки раздела ВБР в части индивидуального задания; • исследование теоретических и методических основ рекламно-коммуникационной деятельности выбранного объекта исследования; • исследование методического инструментария оценки рекламно-коммуникационной деятельности выбранного объекта исследования. <p>Допущены незначительные неточности, ошибки в содержании, логике изложения, неточности формулировок</p>	ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-11
3. Заключение	Содержит выводы, достаточно логично вытекающие из содержания основной части отчёта по НИР	ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-11
4. Список литературы	Представлен список литературы, отражающий все разделы отчёта по НИР, использована иностранная литература, присутствуют незначительные нарушения оформления и цитирования литературы	ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-11
5. Оформление отчета	В целом выполнено в соответствии с методическими рекомендациями, допущены незначительные отклонения	ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-11
6. Защита отчета по практике	<ul style="list-style-type: none"> • показывает знание всего программного материала, свободно излагает материал отчёта по НИР, умеет увязывать теорию с практикой, но испытывает затруднения с ответом при видоизмененные вопросы, задаваемые членами комиссии по приему отчета, принятые в представленном отчёте по НИР решения обоснованы, но присутствуют в проведенных расчетах неточности, демонстрирует владение научным языком и терминологией соответствующей научной области, но затрудняется с ответом при видоизменении заданий, при обосновании принятого решения возникают незначительные затруднения в использовании изученного материала. • продемонстрировано умение реализовать компетенцию в типовых ситуациях и в ситуациях повышенной сложности 	ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-11

Базовый уровень («удовлетворительно») 70 – 60% (или рейтинговых баллов)

	Критерии, показатели выполнения типовых контрольных заданий	Оцениваемые
--	--	-------------

		компетенции
1.Введение	Цель исследования, задачи, объект, предмет сформулированы нечетко или не вполне соответствуют индивидуальному заданию	ПК-11
2.Основная часть (глав1, 2)	<p>Недостаточно логично, структурировано и полно представлены:</p> <ul style="list-style-type: none"> • обзор научной литературы, раскрывающей теоретические аспекты выбранного научного направления; • систематизация и обработка информации по теме выпускной бакалаврской работы с целью подготовки раздела ВБР в части индивидуального задания; • исследование теоретических и методических основ рекламно-коммуникационной деятельности выбранного объекта исследования; • исследование методического инструментария оценки рекламно-коммуникационной деятельности выбранного объекта исследования. <p>Допущены неточности, ошибки в содержании, логике изложения, неточности формулировок</p>	ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-11
3.Заключение	Выводы и предложения не достаточно обоснованы.	ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-11
4.Список литературы	Представлен список литературы, отражающий не все разделы отчёта по НИР, использована иностранная литература, присутствует нарушения оформления и цитирования литературы	ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-11
5.Оформление отчета	В целом выполнено в соответствии с методическими рекомендациями, допущены отклонения	ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-11
6.Защита отчета по практике	<ul style="list-style-type: none"> • Обучающийся имеет фрагментарные знания материала, изложенного в отчёте по НИР, показывает знания важнейших разделов теоретического курса освоенных дисциплин и содержания лекционных курсов, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения в ответах на вопросы, задаваемые членами комиссии по приему отчета; • продемонстрировано умение реализовать компетенцию в типовых ситуациях. 	ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-11

Нулевой уровень («неудовлетворительно») менее 60 % (или рейтинговых баллов)

Критерии, показатели выполнения типовых контрольных заданий

		Оцениваемые компетенции
1.Введение	Отсутствует или не соответствует индивидуальному заданию цель, задачи, объект, предмет исследования	ПК-11

2.Основная часть (глав1, 2)	<p>Фрагментарно без логики представлены:</p> <ul style="list-style-type: none"> • обзор научной литературы, раскрывающей теоретические аспекты выбранного научного направления; • систематизация и обработка информации по теме выпускной бакалаврской работы с целью подготовки раздела ВБР в части индивидуального задания; • исследование теоретических и методических основ рекламно-коммуникационной деятельности выбранного объекта исследования; <p>исследование методического инструментария оценки рекламно-коммуникационной деятельности выбранного объекта исследования. Допущены значительные неточности, ошибки в содержании, логике изложения, неточности формулировок</p>	ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-11
3.Заключение	Выводы и предложения не обоснованы.	ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-11
4.Список литературы	Не представлен список литературы, или присутствуют значительные нарушения оформления и цитирования литературы	ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-11
5.Оформление отчета	Выполнено не в соответствии с методическими рекомендациями	ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-11
6.Защита отчета по практике	<ul style="list-style-type: none"> • Не владеет представленным материалом, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями поясняет представленные в отчете по практике материалы, демонстрирует неспособность отвечать на вопросы, задаваемые членами комиссии по приему отчета; • отсутствует умение реализовать компетенцию в типовых ситуациях. 	ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-11

**Рабочий график (план) проведения практики
(20 ____/20 ____ учебный год)**

Шифр 42.03.01 _____

Направление (профиль) Реклама и связи с общественностью (Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере) _____

Курс _____

Место прохождения практики (наименование организации) _____

Руководитель практики от Университета _____

Вид практики: производственная

Тип практики научно- исследовательская работа

Способ проведения практики: выездная/стационарная
нужное подчеркнуть

Срок прохождения практики: с _____ по _____.

Дата (сроки)	Планируемые формы работы (раздел практик)
	Ознакомление с целями, задачами, содержанием и сроками выполнения НИР.
	Изучение справочно-библиографических систем; работа с электронными базами данных отечественных и зарубежных библиотечных фондов
	Обзор научной литературы, раскрывающей теоретические аспекты выбранного научного направления; систематизация и обработка информации по теме выпускной бакалаврской работы с целью подготовки раздела ВБР в части индивидуального задания
	Исследование теоретических и методических основ рекламно-коммуникационной деятельности выбранного объекта исследования
	Исследование методического инструментария оценки рекламно-коммуникационной деятельности выбранного объекта исследования.
	Оформление отчета по НИР

Руководитель практики от университета (должность, ученое звание)

дата, подпись

Согласовано:

Руководитель от профильной организации

Должность ФИО

М.П. (при условии прохождения практики в профильной организации)

Индивидуальный план/задание

Вид практики: производственная

Тип практики научно- исследовательская работа

Способ проведения практики: выездная/стационарная
нужное подчеркнуть

Обучающийся _____

(ФИО полностью, группа)

Направление (профиль) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере)

Место проведения практики _____ **Объем**

и краткое содержание (виды работ) практики:

№ п/п	Раздел практики	Курс	Формы текущего контроля успеваемости
1	Подготовительный этап: Ознакомление с целями, задачами, содержанием и сроками выполнения НИР. Инструктаж по технике безопасности		Проверка усвоения обучающимися правил техники безопасности и охраны труда Заполнение журнала по технике безопасности
2	Экспериментальный этап: прохождение практики: - изучение справочно-библиографических систем; работа с электронными базами данных отечественных и зарубежных библиотечных фондов; - обзор научной литературы, раскрывающей теоретические аспекты выбранного научного направления; систематизация и обработка информации по теме выпускной бакалаврской работы с целью подготовки раздела ВБР в части индивидуального задания: _____ _____		Подготовка раздела отчета
3	Подготовка отчета по НИР 5. Исследование теоретических и методических основ рекламно-коммуникационной деятельности выбранного объекта исследования 6. Исследование методического инструментария оценки рекламно-коммуникационной деятельности выбранного объекта исследования.		Доработанный и оформленный отчет
4	Получение отзыва у руководителя НИР и защита отчета по НИР		Защита отчета
5	Форма отчетности по практике		Зачет с оценкой

Примечание: содержание разделов и пунктов плана определяется содержанием программы практики.

Руководитель практики от Университета:

Должность, звание Ф.И.О.

Дата _____

Задание получил: Ф.И.О. студента

Дата _____

Согласовано:

Руководитель от профильной организации

Должность ФИО

М.П. (при условии прохождения практики в профильной организации)

Отзыв о прохождении НИР

Обучающийся ФГБОУ ВПО «Астраханский государственный технический университет»

ФИО _____

Курс и группа _____

Институт экономики

Кафедра «Производственный менеджмент»

Направление (профиль) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере)

Тип практики научно-исследовательская работа

Способ проведения практики: _____

Период прохождения НИР с «___» _____ 20__ г. по «___» _____ 20__ г.

Наименование организации _____

а) активность, дисциплина, помощь производству и т. п.

б) краткая аннотация отчета по НИР, представленного обучающимся

Отчет заслуживает оценки _____

(отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно)

в) прочие замечания руководителя от университета

Руководитель НИР от университета (при условии прохождения практики в профильной организации отзыв подписывает руководитель практики от профильной организации) :

Подпись _____ ФИО (должность, звание, степень) _____

Дата «___» _____ 20__ г.

