

**Министерство науки и высшего образования РФ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Национальный исследовательский университет «МЭИ»**

---

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Наименование образовательной программы: Реклама и управление в гостиничном бизнесе и туризме

Уровень образования: высшее образование - бакалавриат

Форма обучения: заочная

**Рабочая программа практики**

**Производственная практика: организационная практика**

<b>Блок:</b>	<b>Блок 2 «Практики»</b>
<b>Часть образовательной программы:</b>	<b>Часть, формируемая участниками образовательных отношений</b>
<b>Индекс практики по учебному плану:</b>	<b>Б2.Ч.01</b>
<b>Трудоемкость в зачетных единицах:</b>	<b>семестр 9 - 9</b>
<b>Часов (всего) по учебному плану:</b>	<b>324</b>
<b>Контактная работа по практике</b>	<b>семестр 9 - 162 часа</b>
<b>Иные формы работы по практике</b>	<b>семестр 9 - 161,5 часа</b>
<b>Промежуточная аттестация <i>Зачет с оценкой</i></b>	<b>семестр 9 - 0,5 часа</b>

**ПРОГРАММУ СОСТАВИЛ:**

Разработчик

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Кислицын К.Н.
	Идентификатор	Rc424aed7-KislitsynKN-69da3f0e

К.Н. Кислицын

**СОГЛАСОВАНО:**

Руководитель  
образовательной  
программы

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Жохова П.Е.
	Идентификатор	R5c95669a-ZhokhovaPY-06a87af4

П.Е. Жохова

Заведующий  
выпускающей кафедрой

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Гаврилова Ю.В.
	Идентификатор	R87aa858f-GavrilovaYV-cb2050d5

Ю.В.  
Гаврилова

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПРАКТИКИ

**Цель практики** – Закрепление, расширение, углубление и систематизация знаний, приобретение опыта практической работы, навыков и компетенций в сфере профессиональной деятельности..

### **Задачи практики:**

- - сбор, обработка и анализ информации о факторах внешней и внутренней среды организации для принятия решений в области управления рекламной деятельностью, а также деятельностью в сфере связей с общественностью;;
- - способность выбора основных коммуникационных каналов, технологий и направлений рекламной и PR работы применительно к конкретной сфере;;
- - поиск, анализ и оценка информации для подготовки и принятия решений в области рекламы и связей с общественностью;;
- - анализ существующих форм организации маркетинговых коммуникаций;;
- - участие в разработке и реализации рекламной и PR стратегии организации..

Формируемые у обучающегося **компетенции** и запланированные **результаты обучения** по практике, соотнесенные с **индикаторами достижения компетенций**:

<b>Код и наименование компетенции</b>	<b>Код и наименование индикатора достижения компетенции</b>	<b>Запланированные результаты обучения</b>
ПК-1 Способен разрабатывать и выбирать оптимальную маркетинговую стратегию продвижения туристического продукта и организовывать управление рекламными коммуникациями в процессе ее реализации	ИД-1 <sub>ПК-1</sub> Разрабатывает оптимальную маркетинговую стратегию продвижения туристического продукта	знать: - - способы применения современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов;; - - требования охраны труда и техники безопасности;; - - способы и методы сбора необходимой информации, её критического анализа и обобщения результатов анализа для решения поставленной задачи;.  уметь: - - использовать системный подход для решения поставленных задач;;

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- - определять стратегию сотрудничества для достижения поставленной цели;;</li> <li>- - отбирать для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение;.</li> </ul>
	ИД-2пк-1 Выбирает оптимальную маркетинговую стратегию продвижения туристического продукта	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- - отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ;;</li> <li>- - цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности;;</li> <li>- - функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и(или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью;.</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- - соблюдать требования охраны труда и техники безопасности;</li> <li>- - осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом;;</li> <li>- - выполнять функционал линейного менеджера в</li> </ul>

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения
		<p>рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью;;</p> <p>- - осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии;.</p>
	ИД-3пк-1 Организует управление рекламными коммуникациями	<p>знать:</p> <p>- - методологию и способы применения инструментов трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде.;</p> <p>- - технологию создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта методологию создания основ сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR кампании;.</p> <p>уметь:</p> <p>- - создавать основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании.;</p> <p>- - создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта;;</p> <p>- - создавать тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов</p>

<b>Код и наименование компетенции</b>	<b>Код и наименование индикатора достижения компетенции</b>	<b>Запланированные результаты обучения</b>
		коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта;.

## 2. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВО

Практика относится к части - "Часть, формируемая участниками образовательных отношений", блока - "Практики", основной профессиональной образовательной программы (далее – образовательной программы) бакалавриата «Реклама и управление в гостиничном бизнесе и туризме» направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

## 3. МЕСТО И ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Практика проводится в 9 семестре.

По способу проведения практика может относиться к стационарной и (или) выездной, что определяется местом ее прохождения.

Практика проводится в организации, осуществляющей деятельность по направленности (профилю) образовательной программы (далее – профильная организация), и (или) непосредственно в структурном подразделении ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ» (далее – МЭИ).

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов место прохождения практики учитывает особенности их психофизического развития, индивидуальные возможности, состояние здоровья и требования по доступности.

## 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Общая трудоемкость производственной практики составляет 9 зачетных единиц, 324 академических часов.

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Трудоемкость, ак. часов	
		Контактная работа	Иная форма работы
<b>Семестр 9</b>			
<b>1</b>	<b>Подготовительный этап</b>	<b>54</b>	<b>52</b>
1.1	Выдача задания по практике	27	26
1.2	Инструктаж по технике безопасности	27	26
<b>2</b>	<b>Основной этап</b>	<b>54</b>	<b>53</b>
2.1	Знакомство с базой производственной практики	27	26
2.2	Выполнение индивидуального задания	27	27
<b>3</b>	<b>Отчетный этап</b>	<b>54</b>	<b>54</b>
3.1	Сдача отчета и получение допуска к промежуточной аттестации	27	27
3.2	Промежуточная аттестация по практике	27	27
<b>4</b>	<b>Формы контроля</b>	<b>0,5</b>	<b>2,5</b>
4.1	Зачет с оценкой	0,5	2,5
<b>Итого за 9 семестр:</b>		<b>162,5</b>	<b>161,5</b>

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Трудоемкость, ак. часов	
		Контактная работа	Иная форма работы
	<b>Всего:</b>	<b>162,5</b>	<b>161,5</b>

## 5. ТИПОВОЕ ЗАДАНИЕ НА ПРАКТИКУ

1. – изучить действующих в подразделениях нормативно-правовых актов по его функциональному предназначению, режиму работы, структуре данной организации;
- участвовать в планировании, подготовке и реализации коммуникационных кампаний (рекламных/PR) в соответствии с полученными заданиями (поручениями) руководителя практики в организации и индивидуальным заданием, полученным от руководителя практики на кафедре в институте.
  - подготовить информационные/аналитические материалы о конкурентах;
  - разработать медиаплан;
  - представить на защите практике презентацию разработанного медиаплана и результаты, а также оценку эффективности по реализации коммуникационных кампаний (рекламных/PR):
- презентация слайд-шоу – минимум 10 слайдов;
  - видеопрезентация – минимум 1,5 минуты.

Отчет по практике оформляется в печатном и электронном виде

## 6. ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ПРАКТИКЕ

**Форма промежуточной аттестации в 9 семестре: зачет с оценкой**

По результатам практики выставляется:

– оценка 5 («отлично») - • студентом достигнуты все основные цели и задачи, поставленные перед ним в ходе практики; • студент выполнил индивидуальное задание, данное научным руководителем ВКР; • студент выполнил план практики и все общие задания по практике; • студент подошел творчески к выполнению заданий; • студент предоставил полную отчетную документацию по данным заданиям, не имеет замечаний в их выполнении; • руководитель практики от организации оценил практическую деятельность студента на «отлично»; • студент сдал вовремя дневник-отчет по практике.;

– оценка 4 («хорошо») - • студентом достигнуты основные цели и задачи, поставленные перед ним в ходе практики; • студент выполнил индивидуальное задание, данное научным руководителем ВКР, но имеет небольшие недоработки и замечания в его выполнении; • студент выполнил план и общие задания по практике, но имеет небольшие недоработки и замечания в их выполнении; • руководитель практики от организации оценил практическую деятельность студента на «хорошо»; • студент сдал не вовремя дневник-отчет по практике.;

– оценка 3 («удовлетворительно») - • студентом достигнуты не все основные цели и задачи, поставленные перед ним в ходе практики; • студент частично выполнил план; • студент выполнил частично (70 %) индивидуальное задание, данное научным руководителем ВКР, и имеет значительные недоработки и замечания в его выполнении; • студент выполнил не все общие задания (отчитался по 70 % заданий) и имеет значительные недоработки и замечания в их выполнении; • студент не вовремя вышел на практику (с задержкой на 1 неделю); • руководитель практики от организации оценил практическую деятельность студента на «удовлетворительно»; • студент сдал не вовремя дневник-отчет по практике.;

– оценка 2 («неудовлетворительно») - • студентом достигнуты не все цели и задачи, поставленные перед ним в ходе практики; • студент выполнил наполовину (меньше 70 %) индивидуальное задание, данное научным руководителем ВКР, и имеет значительные недоработки и замечания в его выполнении; • студент выполнил не все общие задания



(отчитался по 50 % заданий) и имеет значительные недоработки и замечания в их выполнении; • студент не вовремя вышел на практику (с задержкой на 1 неделю) или не выходил на практику вообще; • студент не вовремя сдал дневник-отчет по практике; • руководитель практики от организации оценил практическую деятельность студента на «неудовлетворительно»;

При выставлении оценки за производственную практику учитываются следующие факторы: 1. достижение основных целей и задач, поставленных перед прохождением практики; 2. качество выполнения индивидуального задания практики, на основе которого разрабатывается дипломный проект или практическая часть ВКР (главный критерий); 3. качество выполнения общих заданий практики: • творчество; • профессиональный анализ; • рефлексия. 4. качество отчетной документации; 5. выполнение обязанностей практиканта. При этом решающим является мнение руководителя практики студента от принимающей стороны..

В приложение к диплому выносятся оценка за 9 семестр.

**Примечание:** оценочные материалы по практике приведены в фонде оценочных материалов ОПОП.

## **7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ**

Архив и научно-техническая библиотека профильной организации.

Материалы, полученные во время прохождения практики.

При прохождении практики в МЭИ – НТБ МЭИ и электронные библиотечные системы.

### **7.1 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:**

1. СДО "Прометей"
2. Office / Российский пакет офисных программ
3. Windows / Операционная система семейства Linux
4. Майнд Видеоконференции

### **7.2 Интернет-ресурсы, включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:**

1. ЭБС "Университетская библиотека онлайн" - [http://biblioclub.ru/index.php?page=main\\_ub\\_red](http://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red)
2. База данных Web of Science - <http://webofscience.com/>
3. База данных Scopus - <http://www.scopus.com>
4. Электронная открытая база данных "Polpred.com Обзор СМИ" - <https://www.polpred.com>

## **8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ**

Профильная организация и (или) структурное подразделение МЭИ.

Плановые характеристики помещений указаны в таблице.

<b>Тип помещения</b>	<b>Номер аудитории, наименование</b>	<b>Оснащение</b>
Помещения для самостоятельной работы	НТБ-303, Компьютерный читальный зал	стол компьютерный, стол письменный, стул, принтер, кондиционер, вешалка для одежды, светильник потолочный с диодными лампами, компьютерная сеть с выходом в

		Интернет, компьютер персональный
Учебные аудитории для проведения промежуточной аттестации	М-907, Учебная аудитория	вешалка для одежды, доска интерактивная, доска маркерная, светильник потолочный с люминесцентными лампами, сетевая розетка, стул, парта, электрические розетки, компьютерная сеть с выходом в Интернет
Помещения для консультирования	М-909, Помещение кафедры «РСиЛ»	кресло рабочее, рабочее место сотрудника, шкаф для одежды, стенд информационный, компьютерная сеть с выходом в Интернет, светильник потолочный с люминесцентными лампами, электрические розетки, принтер, сетевая розетка, стол для работы с документами, стол, тумба, шкаф для документов, стул, шкаф, компьютер персональный
Помещения для хранения оборудования и учебного инвентаря	М-901а, Архивное помещение ГПИ	кресло рабочее, стул, светильник потолочный с люминесцентными лампами, электрические розетки, сетевая розетка, стеллаж для хранения книг, книги, учебники, пособия, инвентарь учебный, архивные документы

**БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СТРУКТУРА ПРАКТИКИ**  
**Производственная практика: организационная практика**

---

**9 семестр**

**Перечень контрольных мероприятий текущего контроля успеваемости:**

- КМ-1 Своевременность получения задания и начала его выполнения
- КМ-2 Равномерность работы в течение практики
- КМ-3 Выполнение задания на практику в полном объеме
- КМ-4 Качество оформления отчетной документации

**Вид промежуточной аттестации – зачет с оценкой**

Трудоемкость практики - 9 з.е.

Раздел дисциплины	Веса контрольных мероприятий, %				
	Индекс КМ:	КМ-1	КМ-2	КМ-3	КМ-4
	Срок КМ:	4	8	12	15
Текущий контроль прохождения практики		+	+	+	+
	Вес КМ:	15	25	25	35