

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И
ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ»**

Алтайский филиал

УТВЕРЖДЕНО

Решением Ученого совета
Алтайского филиала РАНХиГС

Протокол от «29» апреля 2021 г. № 8

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

42.03.05 «Медиакоммуникации»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

Б2.О.03(Пд) Преддипломная практика

Уровень образования: бакалавриат

Профиль: «Медиакоммуникации и продвижение в цифровой среде»

Формы обучения: очная, заочная

Год набора – 2022

Барнаул, 2021 г.

Автор(ы)-составитель(и):

к.фил.н., и.о. заведующего кафедрой медиакоммуникаций, русского языка и риторики Шмаков Артем Алексеевич

Заведующий кафедрой:

к.фил.н., и.о. заведующего кафедрой медиакоммуникаций, русского языка и риторики Шмаков Артем Алексеевич

СОДЕРЖАНИЕ

1. Вид, типы практики и способы ее проведения	4
2. Перечень планируемых результатов обучения по практике, соотнесенные с планируемыми результатами освоения программы.....	4
3. Объем и место практики в структуре образовательной программы	7
4. Содержание практики	8
5. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и оценочные материалы промежуточной аттестации по практике	9

1. Вид, типы практики и способы ее проведения

Вид практики – производственная.

Тип практики – преддипломная творческая.

2. Перечень планируемых результатов обучения по практике, соотнесенные с планируемыми результатами освоения программы

2.1. Практика Б2.О.03(Пд) «Преддипломная практика» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента (этапа) освоения компетенции	Наименование компонента (этапа) освоения компетенции	Индикатор достижения компетенции (этапа компетенции)
УК-1	Способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.5	Способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, обобщать результаты работы.	Осуществляет поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.
ОПК-6	Способность использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6.6	Способность применять современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии для создания и управления интернет-проектами.	Владение навыками применения современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий для создания и управления ин-тернет-проектами.
ПК-2	Обладает базовыми представлениями в области визуализации информации, ее технического воплощения и способностью в сотрудничестве с дизайнерами и программистами создавать инфографические изображения, виртуальные миры, компьютерные	ПК-2.4	Способность в сотрудничестве с дизайнерами и программистами создавать инфографические изображения, виртуальные миры, компьютерные игры, шоу-румы и презентации	Владеет основными навыками технического воплощения информации и социального взаимодействия в профессиональной сфере.

	игры, шоу-румы и презентации			
ПК-4	Способность воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	ПК-4.4	Способность участвовать в проектировке информационных и программных продуктов, разработке их концепций, используя знания в области архитектуры программных продуктов, алгоритмов и принципов их создания	Владеет исчерпывающими знаниями архитектуры информационных и программных продуктов, алгоритмах и принципах их создания, теоретического содержания понятий информационных и программных продуктов
ПК-5	Способность управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	ПК-5.3	Формирование навыков осуществления распространения (размещения) информации посредством использования соответствующих технических средств в различных средах и на различных носителях и платформах.	Владеет основами осуществления распространения (размещения) информации посредством использования соответствующих технических средств в различных средах и на различных носителях и платформах.

2.2. В результате прохождения практики у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ профессиональные действия	Код компонента (этапа) освоения компетенции	Индикатор достижения компетенции (этапа компетенции)	Планируемые результаты обучения при прохождении практик
	УК-1.5	Осуществляет поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.	на уровне знаний: знает основные релевантные источники информации на уровне умений: обладает умениями поиска и верификации информации из различных источников на уровне навыков: владеет навыками систематической работы по поиску и систематизации информации из различных релевантных источников на уровне опыта практической деятельности: обладает опытом

			практической деятельности по поиску, критическому анализу и синтезу информации для решения поставленных задач.
	ОПК-6.6	Владение навыками применения современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий для создания и управления ин-тернет-проектами.	<p>на уровне знаний: обладает знаниями о передовых технологиях создания и управления интернет-проектами</p> <p>на уровне умений: владеет умениями планирования и управления интернет-проектами</p> <p>на уровне навыков: владеет навыками применения технических средств и программного обеспечения для создания и управления интернет-проектами</p> <p>на уровне опыта практической деятельности: обладает практическим опытом использования технических средств и программного обеспечения для создания и управления интернет-проектами</p>
	ПК-2.4	Владеет основными навыками технического воплощения информации и социального взаимодействия в профессиональной сфере.	<p>на уровне знаний: знает содержание и специфику различных видов деятельности в рамках репутационного становления; задачи, содержание и особенности проведения различных мероприятий в реализации технологий репутационного менеджмента;</p> <p>на уровне умений: умеет использовать понятия и подходы проведения анализа состояния, перспективных направлений и проблем профессионального и карьерного роста; разбираться в антикризисных коммуникациях как инструментах защиты репутации;</p> <p>на уровне навыков: владеет основами подходов планирования и управления в сфере репутационного менеджмента; методами</p>

			<p>проведения репутационного аудита в организации;</p> <p>на уровне опыта практической деятельности: владеет технологиями организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами</p>
	ПК-4.4	Владеет исчерпывающими знаниями архитектуры информационных и программных продуктов, алгоритмах и принципах их создания, теоретического содержания понятий информационных и программных продуктов	<p>на уровне знаний: знает подходы, принципы и закономерности создания информационного продукта;</p> <p>на уровне умений: умеет разрабатывать концепции и алгоритмы создания информационного продукта;</p> <p>на уровне навыков: владеет методами и подходами к разработке информационного продукта;</p> <p>на уровне опыта практической деятельности: имеет опыт работы с информацией в глобальных компьютерных сетях и корпоративных информационных системах;</p>
	ПК-5.3	Владеет основами осуществления распространения (размещения) информации посредством использования соответствующих технических средств в различных средах и на различных носителях и платформах.	<p>на уровне знаний: основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде;</p> <p>на уровне умений: применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций</p> <p>на уровне навыков: технологиями организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами</p> <p>на уровне опыта практической деятельности: способностью работать в группах и коллективах в качестве исполнителя или руководителя младшего звена.</p>

3. Объем и место практики в структуре образовательной программы

Объем практики – 6 зачетных единиц, 216 академических часов (162 астрономических часов).

Преддипломная практика реализуется в рамках обязательной части Блока 2 «Практики». Практика вырабатывает умения и практические навыки, приобретаемые обучающимися в результате освоения теоретических дисциплин Блока 1, прохождения предшествующих практик. Способствует комплексному формированию компетенций.

4. Содержание практики

№ п/п	Этапы (периоды) практики	Виды работ
1	Инструктаж по технике безопасности	Инструктаж по технике безопасности. Получение индивидуального задания по прохождению учебной практики и составление плана выполнения работ и пр.
2	Выполнение заданий. Выполнение анализа собранного материала.	<p>Студент анализирует организацию службы маркетинга на предприятии как подразделения, обеспечивающего координацию и оптимизацию деятельности всех его структур.</p> <p>В период прохождения практики на 4 курсе студент обязан провести комплексное исследование деятельности предприятия:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) проведение SWOT -, PEST – анализа 2) проведение анализа финансово-хозяйственной деятельности 3) анализ маркетинговой деятельности предприятия по всем элементам комплекса маркетинга (в динамике) 4) провести сегментирование потребителей, определить целевые сегменты 5) рассмотреть основных конкурентов, провести позиционирование предприятия; 6) провести анализ маркетинговых стратегий с помощью матричных методов (матрица БКГ, матрица И. Ансоффа и т. д.) 7) провести опрос лояльности потребителей к товарам или услугам организации, рассчитав минимальный размер выборки в зависимости от размера сегмента, допустимых дисперсии признака и предела ошибки выборки и пр. обеспечение управления инвестициями и рисками. <p>На основе проведенных исследований необходимо сделать вывод об устойчивости предприятия, эффективности его хозяйственной и сбытовой деятельности. Предложить свое видение развития маркетинговой деятельности на предприятии, обосновать и рассчитать эффективность от предложенных мероприятий.</p> <p>Изучить:</p> <ul style="list-style-type: none"> - организацию и проведение комплексных исследований национальных и международных товарных рынков с целью получения информации для принятия управленческих решений; - конъюнктуру рынка; - ранжировать рынки по определенным критериям и выбрать наиболее перспективные целевые рынки. <p>Необходимо:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проведение сегментации рынков и выбор целевых сегментов; - изучение поведения потребителей и способов воздействия на него;

		<ul style="list-style-type: none"> - выявление требований потребителей к качественным характеристикам товаров и услуг, формирование потребительского спроса и прогнозирование объемов продаж; - изучение внутренней среды предприятия, оценка его интеллектуального, технологического и производственного потенциалов, определение слабых и сильных сторон, реальных и потенциальных возможностей, конкурентоспособности предприятия, состояние жизненного цикла выпускаемой и реализуемой продукции, ее конкурентоспособность; - совершенствование информационного обеспечения маркетинговой деятельности; - разработка программ по формированию спроса и стимулированию сбыта, рекомендаций по выбору рынка в соответствии с имеющимися ресурсами; <p>Проанализировать конкурентную среду с учетом изменений налоговой, ценовой и таможенной политики государства, объема оборота, прибыли от продажи, конкурентоспособности, скорости реализации, факторов, влияющих на сбыт.</p> <p>Подготовить предложения по формированию товарного ассортимента, стратегии сбыта; выбор каналов распределения, организацию системы товародвижения и продаж; создать системы маркетинговых коммуникаций по формированию спроса и стимулированию сбыта (продаж).</p> <p>Разработать и экономически обосновать оперативные и стратегические планы маркетинговой деятельности предприятия на национальном и международных рынках;</p> <p>Провести финансово-экономический анализа функционирования предприятия.</p>
3	Подготовка и защита отчёта по практике	составление отчета, защита практики.

5. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и оценочные материалы промежуточной аттестации по практике

В ходе реализации дисциплины Б2.О.03(Пд) «Преддипломная практика» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Этапы (периоды) практики	Методы текущего контроля успеваемости
1. Инструктаж по технике безопасности	—
2. Выполнение заданий. Выполнение анализа собранного материала.	Отчет по практике.
3. Подготовка и защита отчёта по практике	Отчет по практике.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета с оценкой.

Оценочные материалы промежуточной аттестации (формы отчетности по практике)

К защите отчета по практике допускаются обучающиеся, предоставившие полный комплект закрывающих практику документов.

Защита отчета проходит в последний день практики (с учетом календарного учебного графика по образовательной программе).

Отчеты по практике, выполненные на русском языке, подлежат проверке на объем неправомерных заимствований. Итоговая оценка оригинальности текста отчета по практике определяется в системе «Антиплагиат. ВУЗ» и закрепляется на уровне согласно стандартам, принятым в Алтайском филиале РАНХиГС.

Структура отчета по практике должна включать следующие разделы:

Титульный лист.

Содержание (с обозначением номеров страниц).

Введение, в котором дается обоснование актуальности выбранной темы, цель, задачи, объект и предмет практики, анализ источников и использованной литературы, а также фактических материалов, полученных в процессе прохождения практики. Сформулированные цель и задачи, которые автор ставит в введении, решаются в ходе выполнения практики.

Основная текстовая часть. В ней дается краткая характеристика обследуемого предприятия; краткий анализ его основной деятельности и определяется роль, значение и сущность его маркетинговой деятельности. Исследуются конкуренты предприятия, потребители и структура. Изложение в ней материала должно быть последовательным.

Аналитическая часть. В ней анализируются все собранные в ходе обследования материалы с приложением таблиц, схем, графиков, диаграмм, вопросников и пр..

Заключение, в котором подводятся основные итоги проделанной практикантом работы, делаются выводы.

Список информационных источников и литературы. Включает издания, использованные при написании отчета. Список источников формируется по отдельным группам изданий: законодательные акты, нормативно-правовые документы, сборники документов, периодическая печать, монографии. Внутри выбранных групп источники, как правило, располагаются по хронологическому принципу. Список исследований составляется в алфавитном порядке фамилий авторов.

Приложения, включающие в себя основные и промежуточные материалы обследования (разработанные документы, структуры, графики, диаграммы).

Объем отчета о прохождении практики - 1 печатный лист (24 машинописных страницы по 1800 знаков). Отчет должен быть напечатан на писчей бумаге формата А4 с одной стороны листа 14 шрифтом Times New Roman через 1,5 интервала.

Вместе с отчетом студент представляет характеристику с места прохождения практики (характеристика должна быть заверена печатью организации, в которой студент проходил практику).

Характеристика оформляется на бланке учреждения (организации), где осуществлялась практика, подписывается руководителем организации по месту прохождения практики, заверяется печатью и является обязательным приложением к отчету.

Характеристика должна содержать оценку руководителем практики работы студента в организации, проявленных им деловых качеств, его навыков и умений, отношения к работе. Обучающиеся, не выполнившие программу практики без уважительной причины или получившие отрицательную оценку считаются имеющими академическую задолженность и обязаны ликвидировать академическую задолженность в порядке, установленном в локальных документах.

Вместе с отчетом студент представляет характеристику с места прохождения практики (характеристика должна быть заверена печатью организации, в которой студент проходил практику).

Характеристика оформляется на бланке учреждения (организации), где осуществлялась практика, подписывается руководителем организации по месту прохождения практики, заверяется печатью и является обязательным приложением к отчету.

Характеристика должна содержать оценку руководителем практики работы студента в организации, проявленных им деловых качеств, его навыков и умений, отношения к работе. Содержание включает в себя введение, содержание основных разделов, заключение, список информационных источников и литературы и наименование приложений с указанием номеров страниц, с которых начинаются эти элементы отчета.

Во введении к отчету дается оценка современного состояния изучаемой проблемы (актуальность) и взаимосвязь исследования с другими научно-исследовательскими работами (например, курсовыми). Также приводятся цели и задачи данного этапа исследования, их место в общем объеме исследовательской работы студента.

Содержание основной части определяется студентом совместно с руководителем практики от кафедры, исходя из специфики объекта исследования и стоящих задач по написанию выпускной квалификационной работы.

Собранную информацию можно представить в следующих разделах:

1. Предприятие как хозяйствующий субъект.

Устав и паспорт предприятия, его организационно-правовая форма, цели и масштаб деятельности. Оценка и анализ экономической деятельности предприятия за ряд лет. Организационная структура предприятия, функции и задачи структурных подразделений. Взаимоотношения предприятия с элементами рыночной инфраструктуры, с государственными органами власти различных уровней, с другими хозяйствующими субъектами.

2. Анализ деятельности коммуникационных служб, методологические и организационные особенности выработки коммуникационных стратегий предприятия.

Организация маркетинговой деятельности на предприятии. Структура службы маркетинга на предприятии. Методы проведения маркетинговых исследований.

Номенклатура выпускаемой продукции. Проведение анализа ассортиментной политики предприятия и применяемых товарно-ассортиментных стратегий. Определение снабженческо-сбытовой политики. Производственно-технологическая и инновационная политика предприятия. Ценовая политика. Разработка программы мер по снижению издержек. Анализ существующих сбытовых сетей и системы снабжения. Выработка оптимальной маркетинговой стратегии предприятия.

3. Анализ положения предприятия на рынке и конкурентоспособности продукции предприятия.

Внешняя среда маркетинга. Размер рынка, масштабы конкуренции. Анализ сильных и слабых сторон предприятия относительно своих конкурентов. Анализ конкурентоспособности продукции предприятия и эффективности маркетинговой деятельности. Оценка конкурентоспособности предприятия в целом. Факторы риска.

Анализ тенденций развития рынков выпускаемой продукции. Изучение стратегии поведения предприятия на рынке предложения по ее совершенствованию.

4. Маркетинговый аудит предприятия.

Проведение первоначального анализа закрепления и выполнения функций маркетинга структурными подразделениями предприятия. Распределение функций маркетинга по структурным подразделениям организации заполнить в форме таблицы в разрезе структурных подразделений предприятия и выполняемых маркетинговых функций.

При проведении маркетингового аудита предприятия (организации) студенту необходимо ответить на следующие вопросы:

Существует ли служба маркетинга на предприятии?

Выделена ли служба маркетинга в самостоятельное подразделение?

Каков вид организации службы маркетинга (функциональная, товарная, товарнофункциональная, рыночная, рыночно-функциональная, товарно-рыночная)?

Есть ли связь управления маркетинга с управлением финансами, производством, НИОКР, кадрами?

Выполняются ли такие функции маркетинга, как:

- исследование рынка;
- изучение потребителя;
- планирование ассортимента;
- анализ каналов сбыта продукта;
- формирование ценовой стратегии и определение ценовой политики;
- исследование конкурентов;
- разработка коммуникационной политики предприятия.

Составляются ли планы маркетинга:

- стратегический план
- годовой план
- текущий план.

Как часто предприятие проводит исследования рынка, изучает заказчиков, каналы сбыта и конкурентов? В какой степени руководство осведомлено о потенциале и прибыльности различных сегментов?

Насколько текущая стратегия маркетинга соответствует производственной программе организации? Насколько согласовано управление маркетингом с имеющимися ресурсами? Насколько эффективно управление реагирует на неожиданное изменение рыночной ситуации? Какое направление маркетингового исследования считаете необходимым для Вашего предприятия? Какой метод проведения маркетингового исследования Вы считаете наиболее эффективным?

5. Оценка эффективности коммуникационной деятельности на предприятии и разработка предложений по ее совершенствованию. Учитывая, что преддипломная практика является завершающим этапом обучения, следует иметь в виду, что на этом этапе идет сбор данных, осуществляются расчеты и проверяются возможные решения, излагаемые в выпускной квалификационной работе.

Заключение должно содержать:

- краткие выводы по результатам прохождения практики.
- оценку полноты решения поставленных задач.

В приложения рекомендуется включать материалы, которые по каким-либо причинам не могут быть отражены в основной части (формы бухгалтерской и статистической отчетности, прайс-листы, тексты договоров, положений о структурных подразделениях, анкеты и т. д.).

Обучающиеся, не выполнившие программу практики без уважительной причины или получившие отрицательную оценку считаются имеющими академическую задолженность и обязаны ликвидировать академическую задолженность в порядке, установленном в локальных документах

Промежуточная аттестация осуществляется в соответствии с учебным планом в форме зачета с оценкой, который выставляется по результатам проверки отчетной документации, собеседования и защиты отчета с представлением презентации.

Шкала оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценки результатов практики
«отлично»/ «зачтено»	Выставляется обучающемуся, если характеристика с места прохождения практики содержит высокую положительную оценку, отчет выполнен в полном соответствии с предъявляемыми требованиями, аналитическая часть отчета отличается комплексным подходом, креативностью и нестандартностью мышления студента, выводы обоснованы и подкреплены значительным объемом фактического материала.

	Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения. Компетенции, закреплённые за практикой, сформированы на уровне - «высокий».
«хорошо»/ «зачтено»	Выставляется обучающемуся, если характеристика с места прохождения практики содержит положительную оценку, отчет выполнен в целом в соответствии с предъявляемыми требованиями без существенных неточностей, включает фактический материал, собранный во время прохождения практики. Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне - «хороший».
«удовлетворительно»/ «зачтено»	Выставляется обучающемуся, если характеристика с места прохождения практики содержит положительную оценку, отчет по оформлению и содержанию частично соответствует существующим требованиям, но содержит неточности и отдельные фактические ошибки, отсутствует иллюстративный материал. Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне - «достаточный».
«неудовлетворительно»/ «не зачтено»	Выставляется обучающемуся, если характеристика с места прохождения практики не содержит положительной оценки. Отчет представлен не вовремя и не соответствует существующим требованиям. Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.

Типовые задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе прохождения практики

Примерные контрольные задания:

1. Разработка маркетинговой стратегии компании.
2. Некоммерческий (социальный) маркетинг: сущность и отличительные черты
3. Маркетинг в государственном управлении
4. Маркетинг территорий
5. Субъекты маркетинга территорий
6. Внутренняя среда территории
7. Внешняя среда территории
8. Совершенствование маркетинговой деятельности компании.
9. Маркетинговый аудит деятельности компании.
10. Разработка стратегии сегментирования рынка.
11. Исследование конъюнктуры рынка, как основа принятия маркетинговых решений.
12. Совершенствование структуры управления маркетингом на предприятии.
13. Разработка интегрированных маркетинговых коммуникаций по продвижению товара.

14. Исследование особенностей поведения потребителей на рынке потребительских товаров (товаров производственно-технического назначения).
15. Разработка плана маркетинга компании.
16. Управление ассортиментной политикой компании.
17. Каналы распределения товара как фактор повышения конкурентоспособности компании.
18. Управление потребительской лояльностью компании.
19. Ценовая политика компании и пути ее совершенствования.
20. Формирование и управление системой сбора маркетинговой информации.
21. Управление продуктовым портфелем предприятия.
22. Ценовая политика как фактор повышения конкурентоспособности компании.
23. Бенчмаркинг как инструмент повышения конкурентоспособности компании.
24. Контроль и контролинг плана маркетинга компании.
25. Разработка рекламной кампании и оценка ее эффективности.
26. Пиар как инструмент продвижения компании на рынок.