



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
/вид практики/

Преддипломная практика
/тип практики/

Направление подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) программы
Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Уровень высшего образования
Бакалавриат

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ	3
1.1. Вид и типы, способы и формы проведения практики.....	3
1.2. Цели, задачи и нормативно-правовая база практики.....	3
1.3. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотносенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО	4
1.4. Место практики в структуре образовательной программы.....	6
1.5. Объем практики в зачетных единицах и ее продолжительность в неделях.....	6
2. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ	6
2.1. Организация практики и ее этапы.....	6
2.2. Индивидуальное задание на практику.....	7
2.3. Особенности прохождения практики инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ).....	7
3. ФОРМЫ ОТЧЕТНОСТИ ПО ПРАКТИКЕ.....	8
4. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРАКТИКЕ.....	9
5. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И РЕСУРСОВ СЕТИ ИНТЕРНЕТ, НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ	9
6. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ПРАКТИКИ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ	10
7. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ.....	11
8. СВЕДЕНИЯ ОБ УТВЕРЖДЕНИИ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ И ВНЕСЕНИИ ИЗМЕНЕНИЙ	11
ПРИЛОЖЕНИЯ	12

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Вид и типы, способы и формы проведения практики

При реализации ОПОП ВО по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере, предусматривается в рамках обязательной части, вид практики – производственная практика.

Производственная практика непосредственно ориентирована на практическую подготовку обучающихся.

В соответствии с видами деятельности, на которые ориентирована данная программа бакалавриата, одним из типов производственной практики является:

- *преддипломная практика*

Способы проведения практики – *стационарная и выездная.*

1.2. Цели, задачи и нормативно-правовая база практики

Программа практики по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере разработана в соответствии с положениями и требованиями:

–Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ;

–Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденный приказом Минобрнауки России от 08 июня 2017 г. № 512;

–Приказ Минобрнауки России от 26.11.2020 г. № 1456 «О внесении изменений в федеральные государственные образовательные стандарты высшего образования»;

–Приказ Минобрнауки России от 08.02.2021 г. № 83 «О внесении изменений в федеральные государственные образовательные стандарты высшего образования – бакалавриат по направлениям подготовки»;

–Приказ Минобрнауки России от 27.02.2023 г. № 208 «О внесении изменений в федеральные государственные образовательные стандарты высшего образования»;

–Указ Президента РФ от 21.07.2020 г. № 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года»;

–Постановление Правительства РФ от 16.11.2020 г. № 1836 «О государственной информационной системе «Современная цифровая образовательная среда»;

–Федеральный проект «Молодые профессионалы (Повышение конкурентоспособности профессионального образования)» в рамках Национального проекта «Образование» (утв. президиумом Совета при Президенте РФ по стратегическому развитию и национальным проектам, протокол от 24.12.2018 г. № 16);

–Федеральный проект «Кадры для цифровой экономики» в рамках Национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации» (утв. президиумом Совета при Президенте РФ по стратегическому развитию и национальным проектам, протокол от 04.06.2019 г. № 7);

–Постановление Правительства Российской Федерации от 18.04.2016 г. № 317 «О реализации национальной технологической инициативы»;

–Ведомственные программы цифровой трансформации, утвержденные Постановлением Правительства РФ от 10.10.2020 г. № 1646 «О мерах по обеспечению эффективности мероприятий по использованию информационно-коммуникационных технологий в деятельности федеральных органов исполнительной власти и органов управления государственными внебюджетными фондами»;

–Приказ Минобрнауки России от 06.04.2021 г. № 245 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным

программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;

– Приказ Минобрнауки России № 885, Минпросвещения России № 390 от 05.08.2020 г. «О практической подготовке обучающихся» (вместе с «Положением о практической подготовке обучающихся»);

– Приказ Минобрнауки России от 29.06.2015 г. № 636 «Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры»;

– Приказ Минобрнауки России от 31.07.2020 г. № 860 «Об утверждении показателей, характеризующих общие критерии оценки качества условий осуществления образовательной деятельности организациями, осуществляющими образовательную деятельность по образовательным программам высшего образования»;

– Приказ Минобрнауки России от 26.03.2021 г. № 209 «Об утверждении Общих требований к определению нормативных затрат на оказание государственных (муниципальных) услуг в сфере высшего образования и дополнительного профессионального образования для лиц, имеющих или получающих высшее образование, молодежной политики, применяемых при расчете объема субсидии на финансовое обеспечение выполнения государственного (муниципального) задания на оказание государственных (муниципальных) услуг (выполнение работ) государственным (муниципальным) учреждением»;

– Профессиональный стандарт "Специалист по продвижению и распространению продукции массовой информации", утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04.08.2014 № 535н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 04 сентября 2014 г., регистрационный № 33973);

– Профессиональный стандарт "Специалист по информационным ресурсам", утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты от 19.07.2022 № 420н;

– Устав ЧОУВО «МУ им. С.Ю. Витте»;

– Локальные нормативные акты Университета.

Целью Практики является овладение необходимыми компетенциями, систематизация, обобщение и углубление теоретических знаний, а также сбор эмпирического материала для подготовки и написания выпускной квалификационной работы бакалавра по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Задачи Практики:

– формирование навыков решения конкретных производственных и социальных задач, определяющих специфику направления;

– формирование навыков обучения профессиональным знаниям и умениям;

– развитие навыков самостоятельной работы и овладение способностью творческого подхода к решению практических задач;

– интегрирование знаний, полученных в рамках разных дисциплин, использование их для решения аналитических и управленческих задач с использованием современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий;

– проверка готовности к самостоятельной профессиональной деятельности;

– сбор и систематизация эмпирических данных для подготовки выпускной квалификационной работы бакалавра.

1.3. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

В ходе обучения у обучающихся должны быть сформированы компетенции в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки (специальности) и с учетом обобщенных трудовых функций и трудовых функций профессиональных стандартов, на

которые ориентирована ОПОП. Соотношение обобщённых трудовых функций (ОТФ) и трудовых функций, имеющих отношение к будущей профессиональной деятельности обучающегося (ТФ):

Перечень обобщённых трудовых функций и трудовых функций, имеющих отношение к профессиональной деятельности выпускника программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленности (профилю) реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере.

Код и наименование профессионального стандарта	Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции		
	наименование	код	Уровень компетенции	Наименование	код	уровень (подуровень) квалификации
06.009 Профессиональный стандарт "Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации"	Организация продвижения продукции СМИ	В	6	Организация маркетинговых исследований в области СМИ	В/01.6	6
				Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ	В/02.6	6
06.013 Профессиональный стандарт "Специалист по информационным ресурсам"	Управление информационными ресурсами	С	6	Организация работ по созданию и редактированию контента сайтов	С/01.6	6
				Управление информацией из различных источников	С/02.6	6
				Контроль за наполнением сайта	С/03.6	6
				Анализ информационных потребностей посетителей сайта	С/05.6	6
				Поддержка процессов модернизации и продвижения сайта	С/07.6	6

Таблица 1- Планируемые результаты обучения при прохождении практики, соотнесенные с планируемыми результатами освоения программы бакалавриата

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения
Проектная деятельность	ПК-1 Способен к проектной деятельности в сфере рекламы и связи с общественностью	ПК-1.1 Знает основы проектной деятельности, основные принципы организации рекламной кампании
		ПК-1.2 Умеет применять знания и навыки

		проектирования в области рекламы и связей с общественностью, а также методов по реализации проектов, участию в организации работы проектных команд ПК-1.3 Владеет навыками организацией проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия
Организационная деятельность	ПК-2 Способен к организационной деятельности в сфере рекламы и связи с общественностью	ПК-2.1 Знает основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации ПК-2.2 Способен принимать участие в управлении и организации рекламной деятельности и связях с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей со общественностью ПК-2.3 Владеет навыками проведения анализа на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ
Маркетинговая деятельность	ПК-3 Способен к маркетинговой деятельности в сфере рекламы и связи с общественностью	ПК-3.1 Знает маркетинговые технологии, корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность ПК-3.2 Умеет находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа ПК-3.3 Владеет навыками анализа определения целевой аудитории потребителей продукции СМИ, организации представления продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях

1.4. Место практики в структуре образовательной программы

Производственная практика – преддипломная практика входит в Блок 2 «Практики», преддипломная практика относится к вариативной части ОПОП ВО. Индекс практики в учебном плане – Б2.В.01.02(Пд). Преддипломная практика является завершающим этапом подготовки по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере.

1.5. Объем практики в зачетных единицах и ее продолжительность в неделях

Объем практики установлен ОПОП ВО и составляет 12 зачетных единиц.

Таблица 2. Трудоемкость практики в академических часах и ее продолжительность в неделях

Вид и тип практики	Трудоемкость в часах	Трудоемкость в зачетных единицах	Продолжительность в неделях
Производственная практика – преддипломная практика	216	6	4

2. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

2.1. Организация практики и ее этапы

Практика является обязательным разделом ОПОП ВО и представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на практическую подготовку обучающихся в соответствии с видами деятельности, на которые направлена программа бакалавриата.

Производственная практика осуществляется на основе договоров с организациями,

осуществляющих деятельность по профилю по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Обучающиеся, совмещающие обучение с трудовой деятельностью, вправе проходить производственную практику по месту трудовой деятельности в случаях, если профессиональная деятельность, осуществляемая ими, соответствует требованиям образовательной программы к проведению практики.

Профильными организациями, осуществляющими профессиональную деятельность по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью:

– предприятия (подразделения) любой организационно-правовой формы различных форм собственности, осуществляющих медиакоммуникационную деятельность. Также преддипломная практика может проводиться в структурных подразделениях ЧОУ ВО «МУ им. С.Ю. Витте».

Обучающиеся направляются на практику на основании заявления (Приложение 1).

Обучающиеся в период прохождения практики:

- выполняют индивидуальные задания, предусмотренные программой практики;
- соблюдают правила внутреннего трудового распорядка;
- соблюдают требования охраны труда и пожарной безопасности

Практика осуществляется в три этапа:

– *Подготовительный этап*: ознакомление обучающихся с содержанием и спецификой профессионально-творческой практики, доведение до сведения обучающегося содержания индивидуального задания на практику, видов отчетности по практике.

– *Организационно-аналитический этап* реализуется как *практическая подготовка* (участие обучающихся в различных видах профессиональной деятельности в соответствии с индивидуальным заданием).

– *Результативно-аналитический этап*: анализ проделанной работы и подведение итогов, оформление отчета о практике и представление его руководителю.

2.2. Индивидуальное задание на практику

В процессе прохождения практики обучающийся должен руководствоваться индивидуальным заданием, которое получает от руководителя практики от Университета. При прохождении практики в профильной организации, индивидуальное задание должно быть согласовано с руководителем практики от профильной организации.

Индивидуальное задание представляет собой планирование работы обучающихся во время практики, направленной на формирование указанных компетенций, выполняемой во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя (Приложение 2).

2.3. Особенности прохождения практики инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ)

Практика для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов проводится с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов, создаются специально оборудованные рабочие места с учетом их особенностей, физиологии, а также психофизического развития, индивидуальных возможностей, состояния здоровья, профессионального вида деятельности, характера труда, выполняемых трудовых функций.

Материально-технические условия прохождения практики обеспечивают возможность беспрепятственного доступа практикантов из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов к специально оборудованным рабочим местам, а также в туалетные комнаты и другие помещения, а также их пребывания в указанных помещениях организации – базы практики (в том числе наличие пандусов, подъемников, поручней, расширенных дверных проемов, лифтов; при отсутствии лифтов рабочее место

располагается на первом этаже здания).

Не допускается использование практиканта на должностях и работах, противопоказанных лицам с ограниченными возможностями здоровья и инвалидам.

3. ФОРМЫ ОТЧЕТНОСТИ ПО ПРАКТИКЕ

Полный пакет документов по практике на каждого обучающегося включает:

- заявление на практику;
- договор на практику (если практика проводится на базе профильной организации);
- индивидуальное задание на практику;
- отчет о прохождении практики.

Объем заимствований и порядок использования для составления отчетной документации технологии искусственной генерации текста определяются «Положением об использовании системы «Антиплагиат» в образовательной и научной деятельности» Университета.

По результатам прохождения практики, в течение пяти дней после ее окончания, обучающийся обязан загрузить в личный кабинет вышеуказанные документы, свидетельствующие о сформированности компетенций.

Если обучающийся без уважительной причины своевременно не загрузил в личный кабинет материалы по итогам практики, то у него возникает академическая задолженность. Обучающиеся, имеющие академическую задолженность по практике, вправе предоставить отчетные документы по практике в пределах одного года с момента образования академической задолженности, в сроки, устанавливаемые Приказом ректора Университета о дополнительной зачетно-экзаменационной сессии.

Обучающиеся, не ликвидировавшие в установленные сроки академической задолженности, отчисляются из Университета как не выполнившие обязанностей по добросовестному освоению образовательной программы.

Отчет о прохождении практики, имеет следующую структуру:

1. Введение;
2. Три раздела;
3. Заключение;
4. Список использованных источников;
5. Приложения.

Основными требованиями, предъявляемыми к содержанию отчета по практике, являются следующие:

- во введении указываются: цель, место, дата начала и продолжительность практики, краткий перечень основных работ и заданий, выполненных в процессе практики;

- в основной части отчета дается описание основных результатов в период прохождения практики в соответствии с индивидуальным заданием и программой практики. В случае невыполнения индивидуального задания в отчете по практике отразить причины невыполнения.

- в заключении необходимо описать навыки и умения, приобретенные за время практики; сделать индивидуальные выводы о практической значимости для себя пройденной практики.

Основными требованиями, предъявляемыми к оформлению отчета по практике, являются следующие:

- отчет должен быть отпечатан на компьютере через 1,5 интервала, номер шрифта - 14 Times New Roman, объемом 30-35 страниц машинописного текста;

- в отчет могут входить приложения (таблицы, графики, заполненные бланки, прайс-листы и т.п.) объемом не более 20 страниц (приложения (иллюстрационный материал) в общее количество страниц отчета не входят);

- качество напечатанного текста и оформление иллюстраций, таблиц должно

удовлетворять требованию их четкого воспроизведения;

- фамилии, названия учреждений, организаций, фирм и другие имена собственные приводят на языке оригинала;

- страницы отчета нумеруют арабскими цифрами с соблюдением сквозной нумерации по всему тексту, номер проставляется по центру нижней части листа без точки в конце номера;

- схемы, рисунки, таблицы и другой иллюстративный материал, расположенный на отдельных листах, включаются в общую нумерацию страниц, но не засчитываются в объем работы;

- титульный лист (см. Приложение 3) включается в общую нумерацию страниц, однако номер страницы на титульном листе не проставляется;

Расчетный материал должен оформляться в виде таблиц, таблицу следует располагать в отчете непосредственно после текста, в котором она упоминается впервые, или на следующей странице, на все приводимые таблицы должны быть ссылки в тексте отчета, каждая таблица должна иметь заголовок. Рисунки (графики, схемы, диаграммы и т.п.) следует располагать в работе непосредственно после текста, в котором они упоминаются впервые, или на следующей странице, иллюстрации могут быть в компьютерном исполнении, в том числе и цветные, на все рисунки должны быть даны ссылки в работе. Иллюстрации следует нумеровать арабскими цифрами порядковой нумерацией в пределах всего отчета. Если в отчете только одна иллюстрация, то ее обозначают - «Рисунок» (без номера). Допускается нумеровать иллюстрации в пределах раздела. В этом случае номер иллюстрации состоит из номера раздела и порядкового номера рисунка, разделенных точкой. Например, Рисунок 1.1 – Название рисунка;

Наиболее общими недостатками при прохождении практики и составлении отчета по ней являются:

- нарушение правил оформления отчетных документов (отчета о практике);
- отсутствие вспомогательных документальных материалов, подтверждающих проведение (выполнение) в ходе практики различных задач;
- отсутствие приложений (аналитических и вспомогательных таблиц);
- невыполнение выданного индивидуального задания;
- расплывчатость заключений обучающегося о прохождении практики;
- отсутствие списка литературы и указание в нем новых нормативных актов, учебников и учебных пособий, а также статей из специализированных журналов.

4. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРАКТИКЕ

Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации обучающихся по итогам прохождения практики представлены в Приложении 4 и являются неотъемлемой частью настоящей программы.

5. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И РЕСУРСОВ СЕТИ ИНТЕРНЕТ, НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Основная литература:

1. Милюкова, А. Г. Теория и практика связей с общественностью и рекламы (внутрикорпоративный PR): учебное пособие / А. Г. Милюкова; Алтайский государственный университет. – Барнаул: Алтайский государственный университет, 2020. – 196 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=610849/>

2. Литвиненко, О. В. Правовое обеспечение связей с общественностью: учебное пособие: [16+] / О. В. Литвиненко. – Новосибирск: Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2021. – 112 с.: табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=694771/>

3. Шевченко, Д. А. Управление брендом: учебник: [16+] / Д. А. Шевченко, Е. В. Пономарева. – Москва: Директ-Медиа, 2022. – 344 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=694021/>

Дополнительная литература:

1. Анашкина, Н. А. Практическая подготовка студентов направления «Реклама и связи с общественностью»: учебное пособие: [16+] / Н. А. Анашкина, О. Н. Ткаченко, М. В. Шматко; Омский государственный технический университет. – Омск: Омский государственный технический университет (ОмГТУ), 2020. – 156 с.: ил., табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=683179>

2. Марочкина, С. С. Медиарилейшнз и медиапланирование: учебное пособие для студентов направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»: [16+] / С. С. Марочкина, И. Б. Шуванов, Е. В. Щетинина; Сочинский государственный университет. – Сочи: Сочинский государственный университет, 2020. – 46 с.: схем., ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=618216>

3. Шевченко, Д. А. Исследования коммуникации: ATL BTL PR: учебник: [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва: Директ-Медиа, 2023. – 243 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=701345/>

4. Шевченко, Д. А. Коммуникационная политика в некоммерческой сфере: учебник: [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва: Директ-Медиа, 2022. – 204 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686475/>

5. Шевченко, Д. А. Цифровой маркетинг: учебник: [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва: Директ-Медиа, 2022. – 185 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686507>

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. НАУЧНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ БИБЛИОТЕКА «КИБЕРЛЕНИНКА» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/>

2. Журнал «Вестник университета имени С.Ю. Витте. Серия 1: Экономика и управление». (Электронный научный журнал). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.muiv.ru/vestnik/eu/>

3. Консультант Плюс: справочно-правовая система [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>

4. Научная электронная библиотека eLIBRARY [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elibrary.ru>

5. Федеральная служба государственной статистики - <http://www.gks.ru/>.

6. Медиалогия - <https://www.mlg.ru/>

7. Ассоциация коммуникационных агентств России - <https://www.akarussia.ru/>

8. Национальная премия в области развития общественных связей «Серебряный лучник» - <https://Luchnik.Ru/>

6. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ПРАКТИКИ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ

В целях формирования навыков использования современных информационных технологий, при прохождении практики, обучающиеся обеспечиваются:

- мультимедийными технологиями (проекторы, ноутбуки, персональные компьютеры, комплекты презентаций, учебные фильмы);

- дистанционной формой консультаций во время прохождения конкретных этапов учебной практики и подготовки отчета, которая обеспечивается: выходом в глобальную сеть Интернет, поисковыми системами Яндекс, Мейл, Гугл, системами электронной почты;

- лицензионными программными продуктами, являющимися частью электронной информационно-образовательной среды Университета и базирующимися на телекоммуникационных технологиях, которые представлены:

- Информационной справочной правовой системой: КонсультантПлюс;
- Электронной библиотечной системой МУ им. С.Ю. Витте.

Кроме того, при прохождении практики в профильных организациях, обучающиеся обеспечиваются доступом к пользованию программными продуктами, имеющимися в распоряжении организации.

7. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

В соответствии с содержанием договора, каждая организация обеспечивает студентов-практикантов автоматизированным рабочим местом, доступом к необходимой информации для решения задач практики.

Перечень материально-технического обеспечения прохождения практики в профильной организации может меняться, в зависимости от особенностей деятельности.

При прохождении Практики в вузе студенты обеспечиваются материально-техническим оборудованием и библиотечными фондами вуза. Каждый практикант имеет доступ компьютерными технологиями, мультимедийному оборудованию.

8. СВЕДЕНИЯ ОБ УТВЕРЖДЕНИИ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ И ВНЕСЕНИИ ИЗМЕНЕНИЙ

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО, рассмотрена и одобрена решением Ученого совета протокол № 6 от 21.03.2024 г.

Разработчик: заместитель заведующего кафедрой рекламы и человеческих ресурсов, к.пол.н. В. В. Юдаев

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1

Руководителю центра карьеры, практики и
трудоустройства

(фамилия, инициалы)

от обучающегося _____ курса

форма обучения _____

направление подготовки (специальность) _____

профиль (специализация, направленность)*

фамилия

имя

отчество

№ договора/студ.

билета _____

контактный телефон (обучающегося) _____

e.mail: _____

Заявление

Прошу разрешить мне прохождение практики

(вид и тип)

В _____,

(наименование организации)

расположенной по адресу: г. _____, ул. _____ Д. _____ К. _____ В
период с «_____» 202_____ г. по «_____» _____ 202_____ г.

Прошу назначить ответственным лицом от организации

/ФИО ответственного лица, указывается обучающимся/

В оплате расходов, связанных с проездом к месту проведения практической подготовки и обратно, а также расходов по проживанию в период практической подготовки не нуждаюсь, так как практическая подготовка проводится по месту моего жительства.

Приложение: Договор о практике обучающихся Частного образовательного учреждения высшего образования «Московский университет имени С.Ю. Витте».

Дата _____

Подпись _____

*указывается при наличии



Руководитель практики
от Профильной организации

Руководитель практики от Университета
(филиала Университета)

«_» _____ 20__ г.

«_» _____ 20__ г.

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ

Студенту _____

Направление подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*

Направленность (профиль) *Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере*

Вид практики *производственная практика*

Тип практики *преддипломная практика*

Срок прохождения практики _____

Место прохождения практики _____

С требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка в Организации ознакомлен.

«_» _____ г.

_____/...../

Подпись

ФИО обучающегося

* для практики на базе Университета не вносится

Период	Содержание задания	Формируемые компетенции	Отметка о выполнении
Виды проделанной работы, результаты которой необходимо отразить в отчете:			
1-я неделя (с_ по_)	1 этап (подготовительный)	ПК-1	сделать отметку о выполнении заданий
	<ul style="list-style-type: none"> - знакомство с местом прохождения практики, изучение направлений деятельности организации / структурного подразделения; - ознакомление со спецификой профессиональной деятельности в соответствии с должностными обязанностями; - планирование работы в ходе прохождения практики; 		
2-я-3я неделя (с_ по_)	2 этап (организационно-аналитический)	ПК-1, ПК-2, ПК-3	сделать отметку о выполнении заданий
	<ul style="list-style-type: none"> - участие в разработке рекламных, интегрированных маркетингово-коммуникационных кампаний с использованием интерактивных и мультимедийных средств; - участие в разработке, управлении, оценке эффективности индивидуальных и групповых медиапроектов; - решение творческо-производственных задач; - взаимодействие с целевыми аудиториями; - создание и распространение медиаконтента; - анализ и прогнозирование медиапредпочтений аудитории. - участие в управленческой деятельности и принятии решений в сфере своей ответственности; - взаимодействие с заинтересованными сторонами по вопросам медиакоммуникационной деятельности организации (структурного подразделения). - участие в разработке проектных решений в области рекламы и связей с общественностью, подготовке предложений и мероприятий по реализации разработанных проектов и программ. 		
4-я неделя (с_ по_)	3 этап (результативно-аналитический)	ПК-1, ПК-2, ПК-3	сделать отметку о выполнении заданий
	<ul style="list-style-type: none"> - обработка массивов эмпирических данных в соответствии с поставленными задачами ВКР, анализ, оценка, интерпретация полученных результатов и обоснование выводов. - анализ и систематизация собранного материала; - подготовка отчета; - представление руководителю практики 		



Факультет Управления

Кафедра Кафедра рекламы и человеческих ресурсов

Направление подготовки/Специальность Реклама и связи с общественностью

ОТЧЕТ

о прохождении

Производственная практика

/вид практики/

Преддипломная практика

/тип практики/

Студента _____
(фамилия, имя, отчество)

Место прохождения практики _____

Период прохождения практики с _____ по _____

202_ г.

Титульный лист формируется студентом в личном кабинете обучающегося в формате pdf, затем добавляется «изображением» в отчет.

Отчет должен быть напечатан на компьютере с использованием MS Word через 1,5 интервала, размер шрифта - 14 Times New Roman, объем отчета 25-30 страниц машинописного текста.

Отчет должен быть сохранен с расширением .doc/.docx.



ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
/вид практики/

Преддипломная практика
/тип практики/

Направление подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) программы
Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Уровень высшего образования
Бакалавриат

2024 г.

1. Общие положения

Промежуточная аттестация по производственной практике осуществляется в форме **зачета с оценкой**. Для получения зачета студент представляет в электронном виде все необходимые документы по практике, отчет, который выполняется по результатам прохождения практики с учетом результатов проведенных работ. Страницы документов, на которых должны быть проставлены подписи и печать, представляются в отсканированном виде.

Все документы по практике размещаются в личном кабинете студента в Электронном Университете.

2. Перечень формируемых компетенций в результате прохождения практики, характеризующих результаты освоения образовательной программы

Основными этапами формирования компетенций при прохождении производственной практики являются последовательное прохождение содержательно связанных между собой разделов практики. Изучение каждого раздела предполагает овладение студентами необходимыми элементами компетенций на уровне знаний, навыков и умений. Итоговый результат, полученный с учетом оценивания формирования компетенций, показывает успешность освоения студентами образовательной программы.

При выставлении оценки учитывается качество представленных практикантом материалов в период практики.

Планируемые результаты прохождения практики, соотнесенные с планируемыми результатами освоения программы бакалавриата

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения
Проектная деятельность	ПК-1 Способен к проектной деятельности в сфере рекламы и связи с общественностью	ПК-1.1 Знает основы проектной деятельности, основные принципы организации рекламной кампании ПК-1.2 Умеет применять знания и навыки проектирования в области рекламы и связей с общественностью, а также методов по реализации проектов, участию в организации работы проектных команд ПК-1.3 Владеет навыками организацией проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия
Организационная деятельность	ПК-2 Способен к организационной деятельности в сфере рекламы и связи с общественностью	ПК-2.1 Знает основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации ПК-2.2 Способен принимать участие в управлении и организации рекламной деятельности и связях с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей со общественностью ПК-2.3 Владеет навыками проведения анализа на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ
Маркетинговая деятельность	ПК-3 Способен к маркетинговой деятельности в сфере рекламы и связи с общественностью	ПК-3.1 Знает маркетинговые технологии, корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность ПК-3.2 Умеет находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа ПК-3.3 Владеет навыками анализа определения

		целевой аудитории потребителей продукции СМИ, организации представления продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях
--	--	--

3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

Промежуточная аттестация по Практике проводится с целью выявления соответствия уровня теоретических знаний, практических умений и навыков по Практике требованиям ФГОС ВО по специальности 38.05.02 «Таможенное дело» в форме зачета с оценкой.

Оценки выставляются по сто бальной шкале, с последующим переводом в четырех балльную следующим образом:

- 85-100 баллов - отлично
- 66-84 баллов - хорошо
- 50-65 баллов – удовлетворительно
- менее 50 – неудовлетворительно

Оценка по результатам зачета по Практике выставляется в ведомость, электронную зачетную книжку студента, а в последующем в приложение к диплому.

Шкалы и показатели оценивания представлены в таблице:

Показатели оценивания	отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно
Оценивание выполнения подготовительного и рабочего этапов практики	<p>Студент:</p> <ul style="list-style-type: none"> - своевременно, качественно выполнил весь объем работы, требуемый программой практики; - показал глубокую теоретическую, методическую подготовку; - умело применил полученные знания во время прохождения практики; - ответственно и с интересом относился к своей работе <p>Отчет по практике выполнен в полном объеме и в соответствии с требованиями.</p>	<p>Студент:</p> <ul style="list-style-type: none"> - демонстрирует достаточно полные знания всех профессионально-прикладных и методических вопросов в объеме программы практики; - полностью выполнил программу, с незначительными отклонениями от качественных параметров; - проявил себя как ответственный исполнитель, заинтересованный в будущей профессиональной деятельности 	<p>Студент:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выполнил программу практики, однако часть заданий вызвала затруднения; - не проявил глубоких знаний теории и умения применять ее на практике, допускал ошибки в планировании и решении задач; - в процессе работы не проявил достаточной самостоятельности, инициативы и заинтересованности 	<p>Студент:</p> <ul style="list-style-type: none"> - владеет фрагментарными знаниями и не умеет применить их на практике, не способен самостоятельно продемонстрировать наличие знаний при решении заданий; - не выполнил программу практики в полном объеме
Оценивание содержания и оформления отчета по практике	<p>Результативность практики представлена в количественной и качественной обработке. Материал изложен грамотно, доказательно. Свободно используются понятия, термины, формулировки. Студент соотносит выполненные задания с формированием компетенций.</p>	<p>Грамотно использует профессиональную терминологию при оформлении отчетной документации по практике. Четко и полно излагает материал, но не всегда последовательно. Описывает и анализирует выполненные задания, но не всегда четко соотносит выполнение профессиональной деятельности с формированием определенной компетенции</p>	<p>Низкий уровень владения профессиональным стилем речи в изложении материала. Низкий уровень оформления документации по практике; низкий уровень владения методической терминологией. Не умеет доказательно представить материал. Отчет носит описательный характер, без элементов анализа. Низкое качество выполнения заданий, направленных на формирование компетенций.</p>	<p>Документы по практике не оформлены в соответствии с требованиями. Описание и анализ видов профессиональной деятельности, выполненных заданий отсутствует или носит фрагментарный характер</p>

4. Типовые контрольные задания

Задания для оценки знаний после прохождения практики зависят от содержания практики обучающегося.

В таблице 3 приведены типовые вопросы и задания при защите отчёта о прохождении производственной (профессионально-творческой) практики обучающимися.

Таблица 3 – Примеры типовых контрольных заданий и вопросов для оценки знаний

Формируемые компетенции	Контрольное задание
ПК-1 ПК-2 ПК-3	Дайте общую характеристику деятельности организации, а именно: <ul style="list-style-type: none">– наименование, цель создания организации;– организационно-правовую форму и форму собственности;– основные учредительные документы, внутреннюю организационно-распорядительную документацию, в т.ч. положения, должностные инструкции, методическое обеспечение и т. п.;– описать сферу деятельности организации; масштабы, особенности деятельности.
	<ul style="list-style-type: none">- опишите участие в проведении рекламных кампаний или мероприятий по связям с общественностью;- проанализируйте данные социологических, маркетинговых и медиаисследований необходимые для деятельности организации (места практики);- спрогнозируйте реакцию целевой аудитории на конкретный (созданный в ходе практики) медиатекст или медиапродукт. Объясните причины такой реакции;- дайте оценку, какие факторы внешней среды организации оказывают влияние на развитие медиакоммуникационных систем региона присутствия организации;-проведите анализ факторов внешней среды организации, которые учитываются при планировании и организации деятельности;- охарактеризуйте место организации на медиарынке;- проведите анализ коммуникационной политики организации на основе методики SWOT- анализа.- разработайте план создания и управления медиапроектом.- подготовьте презентацию разработанного медиапроекта для различных целевых аудиторий;- проведите оценку эффективности разработанного медиапроекта.



МОСКОВСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ С.Ю. ВИТТЕ

Факультет Управления

Кафедра Кафедра рекламы и человеческих ресурсов

Направление подготовки/Специальность Реклама и связи с общественностью

ОТЧЕТ

о прохождении

Производственная практика

/вид практики/

Преддипломная практика

/тип практики/

Студента _____
(фамилия, имя, отчество)

Место прохождения практики _____

Период прохождения практики с _____ по _____

202_ г.

Титульный лист формируется студентом в личном кабинете обучающегося в формате pdf, затем добавляется «изображением» в отчет.

Отчет должен быть напечатан на компьютере с использованием MS Word через 1,5 интервала, размер шрифта - 14 Times New Roman, объем отчета 25-30 страниц машинописного текста.

Отчет должен быть сохранен с расширением .doc/.docx.

Содержание

Оглавление	
ВВЕДЕНИЕ	
РАЗДЕЛ 1. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВАЯ ФОРМА И ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОРГАНИЗАЦИИ ООО «ВАЙЛДБЕРРИЗ»	
1.1. Ключевая характеристика организации. Цели, задачи и стратегия развития организации.....	
1.2. Анализ макроэкономического и отраслевого окружения организации	
1.3. Организационная структура предприятия	
РАЗДЕЛ 2. АНАЛИЗ PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «ВАЙЛДБЕРРИЗ»	
2.1. Основная характеристика объёма и структуры рынка	
2.2. Анализ целевой аудитории	
2.3. Характеристика организационной структуры маркетинга.....	
РАЗДЕЛ 3. ПРОВЕДЕНИЕ МЕРОПРИЯТИЙ ПО ПОВЫШЕНИЮ ИМИДЖА ОРГАНИЗАЦИИ ООО «ВАЙЛДБЕРРИЗ»	
3.1. Анализ основной проблематики компании и выбор наиболее эффективных инструментов продвижения	
3.2. Методические рекомендации по совершенствованию маркетинговой и PR- деятельности компании.....	
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	
ПРИЛОЖЕНИЯ	

Отчет должен быть напечатан на компьютере с использованием MS Word через 1,5 интервала, размер шрифта - 14 Times New Roman, объем отчета 30-35 страниц машинописного текста.

Отчет должен быть сохранен с расширением .doc/.docx

ВВЕДЕНИЕ

Производственная (профессионально-творческая) практика по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью является обязательным разделом основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОПОП ВО). Практика представляет собой вид учебных занятий, ориентированных на профессионально-практическую подготовку студентов. Прохождение практики позволяет получить необходимый опыт для дальнейшей деятельности в профессиональной сфере.

В соответствии с графиком учебного процесса производственная (профессионально-творческая) практика проходила с _____ по _____ в _____ /указывается полное наименование организации, в которой обучающийся проходил практику. Место практики указано в личном кабинете обучающегося/.

Внимание: если местом прохождения практики назначен ЧОУВО МУ им. С.Ю. Витте, то пишется: Профессионально-творческая практика проходила на базе ЧОУВО МУ им. С.Ю. Витте.

Объектом изучения является _____ (указываете название **иной** выбранной организации). **Университет не может быть объектом изучения в ходе практики.**

Целями производственной (профессионально-творческой) практики являются: /цели указаны в программе практики, необходимо добавить/

Задачами практики являются: /задачи указаны в программе практики и основаны на индивидуальном задании, ... добавить/

Во введении также указывается краткий перечень основных работ и заданий, выполненных в ходе практики. Перечень работ/заданий указан в индивидуальном задании. Производственная (профессионально-творческая) практика нацелена на освоение следующих компетенций _____ (указываются все компетенции согласно индивидуальному заданию)

Основная часть

В основной части отчета дается описание основных результатов в период прохождения практики в соответствии с индивидуальным заданием и программой практики.

В отчете подробно раскрываются все выполненные студентом задачи практики по каждой компетенции, указанной в индивидуальном задании.

В случае невыполнения индивидуального задания в отчете по практике отразить причины невыполнения.

Фрагмент отчета по практике на примере компании ООО «Вайлдберриз»

РАЗДЕЛ 1. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВАЯ ФОРМА И ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОРГАНИЗАЦИИ ООО «ВАЙЛДБЕРРИЗ»

1.1. Ключевая характеристика организации. Цели, задачи и стратегия развития организации

Компания Общество с ограниченной ответственностью «Вайлдберриз» зарегистрирована 17.01.2006 г. При регистрации организации присвоен ОГРН 1067746062449, ИНН 7721546864 и КПП 507401001. Юридический адрес: 142181, Московская область, г.о. Подольск, д. Коледино, тер. Индустриальный Парк Коледино, д. 6, стр. 1.

Генеральным директором данной организации является Бакальчук Татьяна Владимировна.

Иное название – «Wildberries», что означает «дикие ягоды». По словам генерального директора, придумывая названия своему будущему бизнесу, она хотела, чтобы оно звучало «красиво и необычно», а также соответствовало идеи интернет-магазина: подарить людям возможность ярко неповторимо одеваться, а также изменить свой гардероб.

Если мы обратим внимание на страницы данного интернет-магазина, то можем убедиться, что данная идея полностью воплощена. Они буквально пестрят яркими и красочными изображениями, что, несомненно, привлекает внимание потенциальных клиентов.

Существует несколько факторов, которые поспособствовали развитию данной организации и привели к невероятному успеху. Во-первых, продажа не только одежды и обуви, но и огромного количества других товаров, которые пользуются спросом. Во-вторых, установка примерочных на пунктах выдачи товаров. То есть каждый человек может заказать любую вещь, посмотреть или померить при получении и если его что-то не устроит, он вправе отказаться от данного товара. Данного решения не было ни у одной компании, поэтому это сразу зацепило пользователей. В-третьих, бесплатная доставка. Поначалу стоимость доставки составляла 300 рублей, но позже данная услуга была отменена, что, конечно же, повысило объем продаж. Также в 2021 году данный сервис предоставил возможность покупать товары в рассрочку или кредит.

Стоит отметить, что на данный момент на «Вайлдберриз» продаются товары более 210.000 брендов, а сайт посещает более 7 миллионов человек за сутки, совершая почти 800.000 заказов. За месяц набирается более 113 миллионов посетителей. На складах компании хранится более 225 миллионов товаров. Также организация имеет огромное количество пунктов выдачи и постаматов – более 90.000 по всей России.

По состоянию на 2016, 2017, 2018 и 2019 года «Вайлдберриз» является крупнейшим интернет-магазином в России. В 2019 году его оборот составил свыше 220 миллиардов рублей. Чистая прибыль за 2021 год – 14.062 млн. рублей.

Далее на рисунке 1 представим показатели чистой прибыли ООО «Вайлдберриз» за 2012-2021 гг.

Данные рисунка дают понять, что чистая прибыль организации увеличиваются с каждым годом. Хотелось бы отметить еще 2020 год, который запомнился короновирусной инфекцией и карантином. В тот период все торговые точки были закрыты, испытывали убытки, но «Вайлдберриз» наоборот набирал обороты и имел огромные продажи. Стоит отметить, что по сравнению с 2019 годом их выручка увеличилась почти в 2 раза. Заказов на сайте за 2020 год было более 320 миллионов.

Миссия ООО «Вайлдберриз» заключается в том, чтобы покупатели имели возможность сделать свой образ ярким и неповторимым и отошли от стандартных цветов в

гардеробе, таким образом, полностью удовлетворяя их потребности.

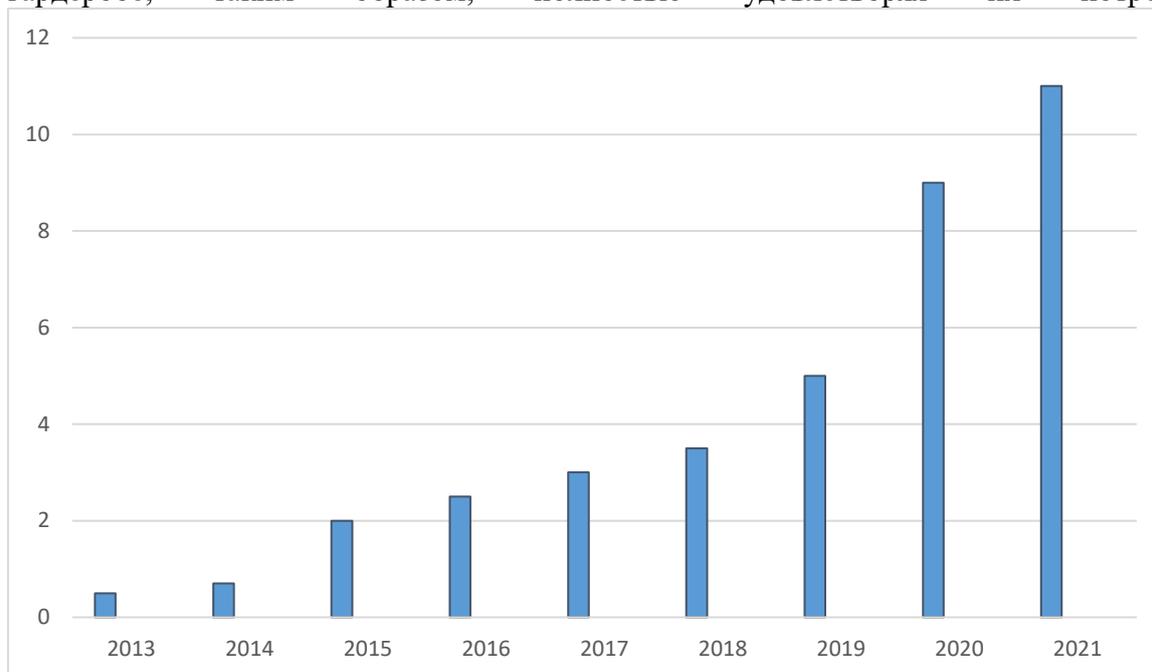


Рисунок 1 – Чистая прибыль ООО «Вайлдберриз» за период 2012-2021 гг. (млн.руб.)

Внимание: сноски на источники расставляются внизу каждой страницы, сквозная нумерация.

.....

Целью данной организации является эффективное экономическое развитие, качественное и полное удовлетворение потребностей потенциальных покупателей, а также получение прибыли.

Ключевые задачи организации:

- Обеспечение продвижения товаров;
- Привлечение трафика;
- Обеспечение удобства для заказа товаров;
- Запуск акций и распродаж;
- Расширение базы клиентов;
- Анализ целевой аудитории;
- Выстраивание логистической структуры компании.

Прописанной и закреплённой стратегии развития у организации нет, но есть полное понимание, куда нужно двигаться в ближайший год. В приоритете у «Вайлдберриз» открытие новых пунктов выдачи заказов, а также ускорение доставки. На сегодняшний день 80% заказов приезжают в пункт выдачи уже на следующий день.

.....

1.2. Анализ макроэкономического и отраслевого окружения организации

Основные факторы отрасли, влияющие на ООО «Вайлдберриз» - это политические, экономические, социальные и технологические. Для более обширного анализа макросреды организации проведём PEST-анализ ООО «Вайлдберриз», который показан в таблице 1.

PEST-анализ ООО «Вайлдберриз»

Политические факторы	Экономические факторы
<ul style="list-style-type: none"> - Ограничение законодательством (запрет импорта, санкции); - Политический курс; - Налоговая политика. 	<ul style="list-style-type: none"> - Инфляция; - Общие проблемы налогообложения; - Валютный курс; - Повышение таможенной пошлины; - Повышение цен поставщиков.
Социальные факторы	Технологические факторы
<ul style="list-style-type: none"> - Демографические изменения; - Влияние СМИ; - Отсутствие поддержки малого бизнеса; - Мнение и отношение потребителей; - Репутация бренда; - Мода. 	<ul style="list-style-type: none"> - Продвижение онлайн-сервисов; - Стоимость технологий; - Альтернативные способы предоставления услуг; - Развитие конкурентных технологий.

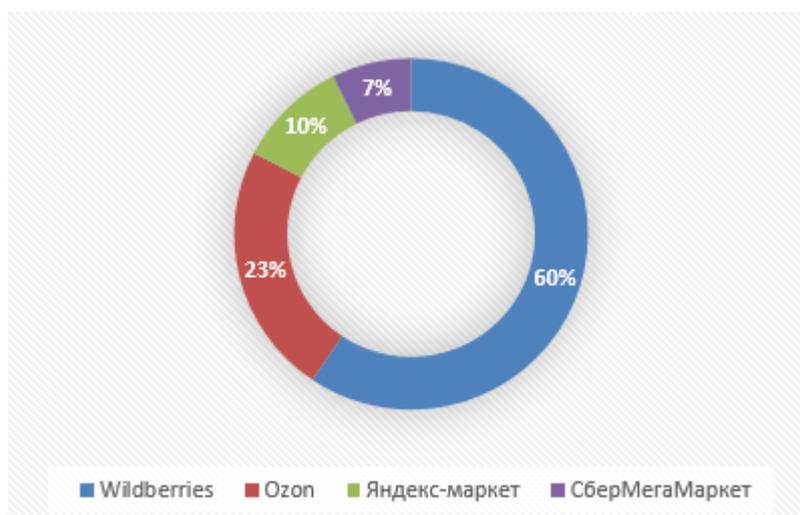


Рисунок 3 – Главные конкуренты ООО «Вайлдберриз» в 2022 году.

Таким образом, конкуренция была, есть и будет, главное – не потерять своих клиентов, с этим ООО «Вайлдберриз» справляется очень даже хорошо.

Потребители. Существуют факторы, которые влияют на торговую силу потребителя. Хотелось бы выделить несколько из них:

1) Чувствительность покупателя к цене. ООО «Вайлдберриз», по-моему мнению, довольно предусмотрителен в данном плане. Ведь один и тот же товар могут продавать несколько людей (несколько поставщиков), поэтому покупатель сможет выбрать товар по доступной ему цене.

2) Степень зависимости покупателя от продавца. ООО «Вайлдберриз» остается востребованным уже долгие годы и их прибыль, объем продаж и прочие факторы становятся только больше, так как реклама является одним из главных двигателей торговли).

3) Уровень информированности покупателей. Рекламу ООО «Вайлдберриз» можно наблюдать везде: на улице, телевидении, веб-сайтах и так далее. Кажется, что просто не существует человека, который не знал бы о существовании данной организации.

Характеризуя работу рассматриваемой компании, нужно отметить, что работники обладают достаточным опытом, передовыми знаниями, востребованностью и компетентностью, а также, исполнительностью и повышенным уровнем ответственности. Выполнение данной задачи способствовало освоению компетенции _____ (указываются компетенции, подходящие по смыслу / содержанию выполненных задач практики).

.....

Далее в отчете раскрываются выполненные задачи практики и достигнутые результаты в соответствии с индивидуальным заданием.

.....

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В заключении необходимо описать навыки и умения, приобретенные за время прохождения производственной (профессионально-творческой) практики; сделать индивидуальные выводы о практической значимости для себя пройденной практики.

Например,

В ходе прохождения производственной (профессионально-творческой) практики в компании _____ были освоены следующие компетенции _____ *(указываются все освоенные компетенции).*

В процессе практики были изучены _____, разработаны _____, проанализированы _____, составлены _____, разработаны _____.

Принял/ла участие в следующих мероприятиях _____. Получены навыки _____, приобрел опыт в _____ и т.д.

В ходе прохождения производственной (профессионально-творческой) практики я столкнулся(-лась) с рядом проблем, а именно.... */указать с какими сложностями/проблемами обучающийся столкнулся во время прохождения практики/*

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

На все указанные в списке литературы источники должны быть сноски в тексте отчета.

Все таблицы, рисунки, схемы, графики, страницы в соц. сетях, примеры рекламных материалов должны подтверждаться ссылками на источник.

Если табл., рисунок, схема и т.д. составлена автором, то необходимо в сноске писать (табл.№ составлена автором на основе данных _____ (указывается адрес, откуда данные взяты /например, адрес страницы сайта компании).

Список литературы должен включать источники за последние три года.

1. Закон «О средствах массовой информации» от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 30.12.2020) "О средствах массовой информации" (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2021.

2. Артем Сенаторов. Бизнес в Instagram. От регистрации до первых денег: «Альпина Паблишер», 2019 – 160 с.

3. Конкуренты ООО «Вайлдберриз» за 2022 год [Электронный ресурс]. – [https://www.similarweb.com/ru/website/wildberries.ru/competitors/#:~:text=Статистика%20конкурентов%20wildberries.ru%20за%20Апрель,3.9В\)%20и%20mvideo.ru%20\(с%202022.4М\)](https://www.similarweb.com/ru/website/wildberries.ru/competitors/#:~:text=Статистика%20конкурентов%20wildberries.ru%20за%20Апрель,3.9В)%20и%20mvideo.ru%20(с%202022.4М))

4. Объем Московского рекламного рынка 2017-2022 гг. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.akarussia.ru/knowledge/market_size/id9836

5. Официальный сайт ООО «Вайлдберриз» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.wildberries.ru/>

6. Стратегическое управление// Википедия – свободная энциклопедия [Электронный ресурс]. - Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Стратегическое_управление.

7. PEST – анализ компании [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.maximumrule.ru/mars-679-4.html>

ПРИЛОЖЕНИЯ

На все приложения должны быть сноски в тексте отчета. Каждое новое приложение начинается с новой страницы

Приложение 1

Организационная структура управления ООО «Вайлдберриз»

