

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**  
**Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова**

Кафедра рекламы и связей с общественностью

**УТВЕРЖДАЮ**

Декан исторического факультета



Р.М. Фролов

20 мая 2025 г.

**Рабочая программа практики**  
**«Преддипломная практика»**

Направление подготовки  
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль)  
«Реклама и связи с общественностью»

Форма обучения  
очная

Программа рассмотрена  
на заседании кафедры  
от «14» апреля 2025 года, протокол № 5

Программа одобрена НМК  
исторического факультета  
протокол № 1 от «22» апреля 2025 года

Ярославль

## **Основное содержание программы преддипломной практики**

### **1. Способ и формы проведения преддипломной практики**

Во время преддипломной практики бакалавр заканчивает исследовательскую деятельность, подготавливает материал для выпускной квалификационной работы и оформляет ее текст, углубляет практические навыки по деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, готовится к самостоятельной работе.

Основная цель преддипломной практики – проведение (завершение) научного исследования в рамках решения задач выпускной квалификационной работы и оформления ее текста.

**Задачами преддипломной практики являются:**

- 1) приобретение опыта в организации и проведении научного исследования в целом;
- 2) разработка программы исследования с проработкой ее методологической и процедурно-методической частей;
- 3) разработка инструментария и методики научного исследования;
- 4) проведение научного исследования и его использование для доработки методики исследования;
- 5) организация и проведение сбора информации;
- 6) первичная обработка полученных данных и занесение их в компьютер;
- 7) обработка эмпирических данных;
- 8) анализ результатов обработки с обоснованием полученных выводов;
- 9) проверка гипотез, сформулированных в программе исследования;
- 10) подведение итогов решения задач эмпирического исследования;
- 11) разработка авторского проекта или практических рекомендации по совершенствованию деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.
- 12) Оформление текста ВКР в соответствии с предъявляемыми требованиями.

Преддипломная практика может проходить в учреждении, организации в том случае, если они заинтересованы в теме исследования и предоставляет бакалавру возможность для его проведения.

### **2. Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина относится к части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 2 «Практика».

Преддипломная практика основывается на предварительном изучении дисциплин ООП ВО и прохождении практик. Преддипломная практика позволяет создать основу исследования для выпускной квалификационной работы и оформить ее текст в соответствии с предъявляемыми требованиями.

### **3. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОП бакалавриата**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих элементов компетенций в соответствии с ФГОС ВО, ОП ВО и приобретения следующих знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности:

Формируемая компетенция (код и формулировка)	Индикатор достижения компетенции (код и формулировка)	Перечень планируемых результатов обучения
<b>Универсальные компетенции</b>		
<p><b>УК-1.</b> Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач</p>	<p><b>ИД-УК-1.5.</b> Формулирует собственную гражданскую и мировоззренческую позицию с опорой на системный анализ философских взглядов и исторических закономерностей, процессов, явлений и событий.</p>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– содержание деятельности по организации и проведению научного исследования;</li> <li>– методику составления программы исследования и оценки полученных результатов.</li> <li>– основные методы подготовки практических рекомендаций по использованию результатов научных исследований;</li> <li>– способы представления практических рекомендаций в сфере рекламы и связей с общественностью;</li> <li>– основные требования к написанию отчета о результатах исследования, его структуре и содержанию;</li> <li>– основные требования к оформлению текста ВКР.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– составлять программу научного исследования;</li> <li>– подбирать методы исследования, адекватные решаемым задачам;</li> <li>– применять навыки подготовки практических рекомендаций по использованию результатов научных исследований.</li> </ul> <p><b>Владеть навыками:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– взаимодействия с контактными аудиториями;</li> <li>– подготовки проектов и осуществления деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью;</li> <li>– подготовки практических рекомендаций по использованию результатов научных исследований в сфере рекламы и связей с общественностью.</li> </ul>
<b>Общепрофессиональные компетенции</b>		

<p><b>ОПК-1.</b> Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p>	<p><b>ИД-ОПК-1.2.</b> Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.</p>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– комплекс технологий, применяемых в рекламной деятельности;</li> <li>– формы, способы, механизмы функционирования организаций, осуществляющих деятельность в сфере рекламы</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– работать в команде;</li> <li>– вести текущую и составлять отчетную документацию, связанную с практической деятельностью.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– навыками делового общения;</li> <li>– навыками обобщения и анализа получаемой информации.</li> </ul>
<p><b>ОПК-2.</b> Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p>	<p><b>ИД-ОПК-2.2.</b> Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.</p>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– создавать тексты для сферы рекламы и связей с общественностью;</li> <li>– учитывать особенности общественных и государственных институтов при создании рекламных продуктов.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– навыками подготовки медиатекстов и медиапродуктов;</li> <li>– навыками учета специфики рекламодателя.</li> </ul>
<p><b>ОПК-3.</b> Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p>	<p><b>ИД-ОПК-3.2.</b> Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.</p>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания рекламно-коммуникационных продуктов.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или)</li> </ul>

		<p>коммуникационных продуктов.</p> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– навыками подготовки оригинальных авторских рекламно-коммуникационных продуктов с учетом достижений отечественной и мировой сферы рекламы и связей с общественностью.</li> </ul>
<p><b>ОПК-4.</b> Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности</p>	<p><b>ИД-ОПК-4.2.</b></p> <p>Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.</p>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности;</li> <li>– основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности;</li> <li>– использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– навыками использования основных инструментов поиска информации в сфере рекламы и связей с общественностью.</li> </ul>
<p><b>ОПК-5.</b> Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p>	<p><b>ИД-ОПК-5.1.</b> Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.</p>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем;</li> <li>– основные характеристики и особенности медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– навыками анализа</li> </ul>

		политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем.
<b>ОПК-6.</b> Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	<b>ИД-ОПК-6.2.</b> Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.	<b>Знать:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии;</li> <li>– основные принципы их использования при подготовке текстов и всех коммуникационных продуктов.</li> </ul> <b>Уметь:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.</li> </ul> <b>Владеть:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– навыками выбора оптимальных технических средств и ИКТ в профессиональной деятельности.</li> </ul>
<b>ОПК-7.</b> Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	<b>ИД-ОПК-7.2.</b> Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом.	<b>Знать:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– принципы социальной ответственности;</li> <li>– эффекты и последствия своей профессиональной деятельности.</li> </ul> <b>Уметь:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами.</li> <li>– работать в сфере рекламы и связей с общественности с высокой социальной ответственностью.</li> </ul> <b>Владеть:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– навыками отбора и использования информации для создания рекламы и коммуникационных продуктов.</li> </ul>

**4. Объем практики составляет 6 зачетных единиц, 216 часов, 4 недели.**

#### **5. Содержание практики**

Общая трудоемкость преддипломной практики составляет 216 часов.

№ п/п	Этапы прохождения практики	Формы отчетности
1	Проведение установочной конференции, на которой бакалавры знакомятся с целями и задачами преддипломной практики и инструкциями по их выполнению. Руководитель практики от кафедры знакомит практикантов с предъявляемыми к ним требованиями, дает рекомендации по выполнению задач преддипломной практики и оформлению документов практики.	Индивидуальное задание, дневник практики
2	Бакалавру необходимо изучить и описать организационную структуру предприятия, учреждения, организации, исследуемого в ВКР. Ознакомление с работой структурных подразделений предприятия (знакомство с функциями, которые выполняет организация в сфере рекламы и связей с общественностью)	Схема «Структура организации»
3	Завершение бакалаврами научного исследования (разработка программы исследования и методов исследования, проведение исследования, сбор информации, обработка и анализ полученных данных). Подготовка текста ВКР. Консультативную помощь бакалаврам в составлении программы исследования и его проведении оказывает научный руководитель и руководитель практики от кафедры.	Дневник практики, описание процедуры исследования, описание результатов исследования
4	Подведение итогов преддипломной практики: оформление отчета о преддипломной практике и представление их на проверку руководителю практики от кафедры. Сдача документов по практике на кафедру.	Отчет по практике. Текст ВКР

## 5. Образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения и дистанционные образовательные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

В процессе обучения используются следующие образовательные технологии:

**Вводное занятие** – дает первое целостное представление о преддипломной практике и ориентирует студента в системе прохождения практики. Студенты знакомятся с назначением и задачами практики, ее ролью и местом в системе учебных дисциплин и в системе подготовки в целом. На этом занятии высказываются методические и организационные особенности работы в рамках практики, а также дается анализ рекомендуемой учебно-методической, учебной и научной литературы.

**Консультации** – вид учебных занятий, являющийся одной из форм контроля самостоятельной работы студентов. На консультациях по просьбе студентов рассматриваются наиболее сложные моменты при освоении материала дисциплины,

преподаватель отвечает на вопросы студентов, которые возникают у них в процессе самостоятельной работы.

## **6. Фонд оценочных средств**

В ходе преддипломной практики осуществляется непосредственное выполнение задач ВКР. Бакалавры проводят научные исследования на выбранные темы, собирают информацию и проводят анализ полученных результатов. Итогом работы должно стать оформление текста ВКР.

Методическую помощь бакалавру в разработке программы исследования и инструментария оказывает научный руководитель и руководитель практики от кафедры.

До начала преддипломной практики бакалавр проводит предварительный анализ предметной области исследования и изучаемого проблемного поля в теоретической главе работы. Программа исследования является логическим продолжением теоретической главы, и все ее основные положения определяются рассмотренным теоретическим материалом.

При проведении научного исследования бакалавры выполняют виды работ из перечисленных ниже.

1. Составление программы исследования:
  - а) краткое описание проблемного поля исследования (на основе теоретической главы), выделение основных проблем;
  - б) определение предмета и объекта исследования;
  - в) постановка целей и задач исследования;
  - г) определение и эмпирическая интерпретация понятий;
  - д) системный анализ объекта исследования;
  - е) выбор и обоснование адекватных методов сбора информации;
  - ж) проектирование и оценка сформированной выборки на репрезентативность, полноту и достоверность.
2. Разработка инструментария планируемого исследования.
3. Проведение исследования, анализ полученных результатов.
4. Выполнение анализа полученной информации в соответствии с решаемыми в исследовании задачами и проверяемыми гипотезами.
5. Подготовка практических рекомендаций по усовершенствованию деятельности рекламного агентства, предприятия и т.п.
6. Составление отчета по итогам практики для научного руководителя и кафедры.
7. Подготовка текста ВКР.

Особое внимание в ходе преддипломной практики уделяется составлению программы исследования, разработке инструментария и анализу полученных результатов. Должны быть обоснованы применяемые методы исследования, объем выборочной совокупности, полученные выводы. Поощряется овладение новыми методами исследований.

В отчете результаты исследования представляются в виде диаграмм и таблиц. Отчетом о проведенном эмпирическом исследовании фактически является эмпирическая глава магистерской диссертации.

Для выступления на ИГА необходимо подготовить презентацию выполненного исследования и текст выступления.

В выступлении должно быть отражено:

- 1) тема
- 2) основные положения программы исследования:
  - объект и предмет исследования;
  - цель и основные задачи (не более 2-3);
  - методы исследования;



- 3) методика проведения исследования (основные особенности — если таковые были);
- 4) методика обработки и анализа полученных материалов;
- 5) основные результаты исследования и их значение для практической деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью (по презентации).

В процессе обучения используются следующие образовательные технологии:

**Консультации** – вид учебных занятий, являющийся одной из форм контроля самостоятельной работы студентов. На консультациях по просьбе студентов рассматриваются наиболее сложные моменты при освоении материала дисциплины, преподаватель отвечает на вопросы студентов, которые возникают у них в процессе самостоятельной работы.

### **Критерии оценивания результатов прохождения практики**

В зависимости от соблюдения вышеперечисленных условий по окончании практики магистранту выставляется оценка.

Оценка «отлично» выставляется бакалавру, который предоставил на кафедру полный отчет о проделанной работе и подготовил текст ВКР.

Оценка «хорошо» выставляется бакалавру, который предоставил на кафедру полный отчет о проделанной работе и текст работы с небольшими замечаниями по содержанию отчета или ВКР.

Оценка «удовлетворительно» выставляется бакалавру, который предоставил на кафедру отчет о проделанной работе и текст работы с замечаниями по содержанию и оформлению отчета или ВКР.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется бакалавру, у которого не сделан отчет по практике и текст работы или к отчету и тексту имеются серьезные замечания.

### **7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для прохождения практики:**

#### **а) основная литература:**

1. Структура и правила оформления курсовых и выпускных квалификационных работ: учебно-методическое пособие / Сост. А.М. Мойсинович; Яросл. гос. ун-т им. П. Г. Демидова. Ярославль: ЯрГУ, 2020. 70 с.

#### **б) дополнительная литература:**

1. Основы информационной культуры / Яросл. гос. ун-т им. П. Г. Демидова, Науч.-метод. совет ун-та. Ч. 1: Электронные ресурсы для образования [Электронный ресурс]: метод. рекомендации. / сост. Г. Л. Шаматонова, Н. Н. Лавренкова. Б.м.: Б.и., 2012. 65 с. // Электронная библиотека учебных материалов ЯрГУ. URL: <http://www.lib.uniyar.ac.ru/edocs/iuni/20123202.pdf>

2. Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью : учебник для вузов / С. М. Емельянов. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2025. – 218 с. // Образовательная платформа Юрайт. – URL: <https://urait.ru/bcode/562963>

3. Историческая библиография: метод. указания. / сост. А.А. Саблина, Ю.Г. Салова; Яросл. гос. ун-т им. П. Г. Демидова, Науч.-метод. совет ун-та. Ярославль: ЯрГУ, 2007. 45 с. // Электронная библиотека учебных материалов ЯрГУ. URL: <http://www.lib.uniyar.ac.ru/edocs/iuni/20070119.pdf>

4. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. – 2-е изд. – Москва : Издательство Юрайт, 2025. – 453 с. // Образовательная платформа Юрайт. – URL: <https://urait.ru/bcode/559757>

5. Коноваленко, В. А. Основы интегрированных коммуникаций : учебник для вузов / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. – Москва : Издательство Юрайт, 2025. – 479 с. // Образовательная платформа Юрайт. – URL: <https://urait.ru/bcode/560201>

#### **в) ресурсы сети «Интернет»**

1. Электронная библиотека учебных материалов ЯрГУ  
([http://www.lib.uniyar.ac.ru/opac/bk\\_cat\\_find.php](http://www.lib.uniyar.ac.ru/opac/bk_cat_find.php)).

2. Электронно-библиотечная система «Юрайт» (<https://urait.ru>).

#### **8. Материально-техническая база, необходимая для проведения практики**

Аудитории, оборудованные для проведения конференций по практике и консультаций, фонд библиотеки, компьютерная техника.

#### **9. Подведение итогов практики и оформление отчетных документов.**

**Материалы, которые необходимо иметь магистранту на начало практики:**

1. Рабочий план ВКР.
2. Список основной литературы и источников по теме ВКР.
3. Собранные эмпирические данные.

**Документы, которые необходимо иметь магистранту по окончании практики:**

1. Отчет по практике заверенный научным руководителем.
2. Дневник практики, заверенный научным руководителем.
3. Текст ВКР.
4. **Срок подачи отчетных документов** на кафедру – первый день после даты окончания практики.

**Отчет** по практике содержит основные этапы и содержание практики, наиболее важные результаты. Содержание отчета должно быть полным, составлять 8-10 страниц печатного текста (шрифт Times New Roman, 14; инт. 1,5; абзац 1,25). Титульный лист отчета (см. Приложение 1).

**Дневник** практики должен содержать краткое описание видов деятельности, осуществляемых магистрантом, календарные сроки, содержание и основные результаты, особые случаи из практической работы.

В дневнике с первого дня пребывания на практике фиксируется выполняемая работа за каждый день. В дневнике записывается также вся проработанная литература и нормативные документы. Записи в дневнике заверяются научным руководителем и/или руководителем практики (см. Приложение 2).

Автор :

Зав. кафедрой рекламы  
и связей с общественностью,  
докт. ист. наук, профессор

В.М. Марасанова

Приложение 1 к рабочей программе дисциплины  
«Преддипломная практика»

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова»  
(ЯрГУ)

\_\_\_\_\_  
исторический факультет  
наименование факультета

ДНЕВНИК ПРАКТИКИ

Студента(ки)

\_\_\_\_\_  
ФИО полностью

курс: \_\_\_\_\_ форма обучения: \_\_\_\_\_ очная \_\_\_\_\_ учебная группа: \_\_\_\_\_  
форма обучения

Направление подготовки (специальность): 42.03.01. реклама и связи с общественностью  
код наименование

Вид практики: преддипломная

Сроки практики: с \_\_\_\_\_ по \_\_\_\_\_

База практики: кафедра рекламы и связей с общественностью  
полное наименование организации

Руководитель практики от организации-базы практики:

\_\_\_\_\_  
ФИО, должность

Руководитель практики от факультета:

\_\_\_\_\_  
ФИО, ученая степень, ученое звание, должность

Индивидуальный (групповой) руководитель:

\_\_\_\_\_  
ФИО, ученая степень, ученое звание, должность

Кафедра: \_\_\_\_\_ рекламы и связей с общественностью \_\_\_\_\_  
наименование кафедры, которая осуществляет руководство практикой

Ярославль

## **Содержание дневника преддипломной практики**

### **1. Памятка студенту с указанием его прав и обязанностей.**

Студент практикант имеет право:

- получить на профилирующей кафедре консультацию и инструктаж по всем вопросам организации практики;
- выбрать индивидуальные задания в рамках общего содержания практики и в соответствии с поставленными руководителями практики задачами;
- подбирать материал для индивидуального задания;
- составлять личные наблюдения и на их основе проводить критический анализ и оценку деятельности той организации, в которой он проходит практику;
- принимать участие в общественной жизни той организации, в которой он проходит практику.

Студент практики обязан:

- получить на кафедре задания, которые необходимо выполнять в принимающей организации;
- явиться к руководителю практики от организации, ознакомить его с программой практики и индивидуальными заданиями (если такие будут) и согласовать с ним рабочее место, календарный план-график прохождения практики, порядок проведения итогов работы, порядок пользования производственно-техническими материалами, литературой, инструментами и оборудованием;
- при использовании производственно-техническими материалами предприятия строго руководствоваться установленным порядком эксплуатации и хранения этих материалов;
- со своей стороны обеспечить соблюдение дисциплины, правил внутреннего трудового распорядка и норм безопасности труда на рабочем месте, обязательных для работников принимающей организации;
- систематически вести дневник практики;
- полностью закончить дневник и отчёт на месте практики и там же представить их для оценки руководителю производственной практики от принимающей организации;
- представить на кафедру дневник и отчёт о практике в строго указанные сроки.

2. Сведения об инструктаже по ТБ и ОТ:

3. Календарно-тематический план-график практики, сведения о выполняемой работе:

№ п/п	Вид деятельности	Календарный срок предполагаемого выполнения / в т.ч. кол-во часов	Дата (число, месяц, год)	Наименование работы	Кол-во отработанных часов	Оценка по итогам выполнения работы	Подпись руководителя практики от организации
1	2	3	4	5	6	7	8
1.	Установочная конференция						
2.	Посещение баз практики						
3	Итоговая конференция						

4. Индивидуальное задание.

5. Теоретические занятия и экскурсии в ходе практики:

Дата (число, месяц, год)	Вид и содержание деятельности	Количество отработанных часов	Подпись руководителя практики от организации

6. Оценка работы студента по практике с краткой характеристикой руководителя от организации-базы практики.

**Приложение 2 к рабочей программе дисциплины  
«Преддипломная практика»**

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова»  
(ЯрГУ)  
исторический факультет  
кафедра рекламы и связей с общественностью**

**ОТЧЁТ**

**студента преддипломной практике**

Фамилия: \_\_\_\_\_

Имя: \_\_\_\_\_

Отчество: \_\_\_\_\_

Факультет: исторический

Курс : \_\_\_\_\_

Группа: \_\_\_\_\_

Специальность: 42.03.01 реклама и связи с общественностью

Место прохождения практики: \_\_\_\_\_

Время прохождения практики: с \_\_\_\_\_ по \_\_\_\_\_

Ярославль

## Сведения, собранные практикантом о базе практики

1. Полное название:

---

---

---

2. Учредители и владельцы:

---

---

3. Адрес (город, улица, дом, офис):

---

---

4. Контактная информация (телефон, факс, e-mail, график работы):

---

5. Главный редактор (руководитель):

---

6. Структура редакции (учреждения):

---

---

---

---

---

7. Территория и схема распространения (для печатных СМИ – тираж, для электронных СМИ – аудитория охвата):

---

8. Состав аудитории:

---

---

---

---

---

---

---

9. Информационно-аналитический обзор базы практики (основные направления деятельности, преобладающие темы, удельный вес рекламных материалов):

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

---



### Характеристика руководителя практики от организации-базы практики

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Руководитель практики от организации-базы практики (ФИО) \_\_\_\_\_

### Характеристика руководителя практики от факультета

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Руководитель практики от факультета (ФИО) \_\_\_\_\_

Итоговая оценка за \_\_\_\_\_ практику \_\_\_\_\_

Отчёт заслушан на кафедре рекламы и связей с общественностью  
\_\_\_\_\_. \_\_\_\_\_ . 20\_\_ года, протокол № \_\_\_\_\_

Зав. кафедрой рекламы и связей с общественностью (ФИО) \_\_\_\_\_