Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ при ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Среднерусский институт управления – филиал РАНХиГС

ФАКУЛЬТЕТ «Государственное и муниципальное управление»

КАФЕДРА «История, политология и государственная политика»

Меркулов Павел Александрович

Подписан: Меркулов Павел Александрович
DN: C=RU, S=Орловская область, L=гор. Орел, T=Директор Института-филиала на период полномочий и.о. ректора, OU="СРЕДНЕРУССКИЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ - ФИЛИАЛ ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ""РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ"", O="ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ""РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ"", СНИЛС=00482216008, ИНН=575206486423, E=it@orel.ranepa.ru, G=Павел Александрович, SN=Меркулов, CN=Меркулов Павел Александрович
Основание: я подтверждаю этот документ своей удостоверяющей подписью
Местоположение: Среднерусский институт управления

УТВЕРЖДЕНО
Директор Среднерусского института управления – филиала РАНХ и ГС
П.А. Меркулов

ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА
Реклама и связи с общественностью

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

Б2.В.03(Пд) Преддипломная практика

(код и наименование РПД)

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Очная, очно-заочная, заочная

(форма (формы) обучения)

Год набора: 2024

Орел, 2023 г.

Автор(ы)–составитель(и): доцент кафедры истории, политологии и государственной политики Т.А. Алёхина

Заведующий кафедрой
истории, политологии и государственной политики, доктор исторических наук, профессор П.А. Меркулов

РП «Преддипломная практика» одобрена на заседании кафедры истории, политологии и государственной политики, протокол от 20.12.2023 г., № 1.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Вид, типы практики и способы ее проведения 4

2. Планируемые результаты обучения по практике, соотнесенные с результатами освоения программы 4

3. Объем и место практики в структуре образовательной программы 7

4. Содержание практики 8

5. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся 9

6. Оценочные материалы промежуточной аттестации по практике 9

1. Вид, типы практики и способы ее проведения

Преддипломная практика (Б2.В.03(Пд)) является составной частью процесса освоения образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «Реклама и связи с общественностью в социальных и бизнес процессах».

Преддипломная практика – вид учебной работы, направленный на приобретение профессиональных умений и навыков, закрепление и углубление теоретических знаний, полученных студентами в процессе обучения, формирование навыков разработки проектов, участия в командной работе, применения правовых знаний в сфере будущей профессиональной деятельности, способности находить организационно-управленческие решения, коммуницировать и осуществлять деловое общение.

Цель прохождения практики: формирование навыков выполнения профессиональных действий на основе знаний и профессиональных умений, сформированных в процессе обучения, в условиях, воспроизводящих профессиональную деятельность.

По способу проведения преддипломная практика является стационарной и (или) выездной. Форма проведения практики Б2.В.03(Пд): непрерывно - путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения практики.

2. Планируемые результаты обучения по практике, соотнесенные с результатами освоения программы

1.1 Преддипломная практика (Б2.В.03(Пд))обеспечивает формирование следующих компетенций:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
ПК-2	Способен осуществлять продвижение, контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ на основе результатов маркетинговых исследований	ПК-2.1	Разрабатывает маркетинговую стратегию для продукции СМИ
		ПК-2.2	Организует мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции СМИ
		ПК-2.3	Контролирует и оценивает эффективность результатов продвижения продукции СМИ

ПК-4	Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	ПК-4.1	При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде
ДПК-3	Способен разрабатывать, редактировать и продвигать рекламный продукт, используя методы производства мультимедийного контента	ДПК-3.1	При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде

1.2 В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта/ трудовые или профессиональные действия)	Код компонента компетенции	Результаты обучения
	ПК-2.1	**на уровне знаний:** знает особенности разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ
		на уровне умений: умеет разрабатывать маркетинговую стратегию для продукции СМИ
		на уровне навыков: обладает навыком разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ
		на уровне опыта практической деятельности: свободно владеет методами разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ
	ПК-2.2	**на уровне знаний:** имеет представление об организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ
		на уровне умений: умеет организовывать мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции СМИ
		на уровне навыков: обладает навыком организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ
		на уровне опыта практической деятельности: свободно применяет методы и способы

		организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ
	ПК-2.3	**на уровне знаний:** знает особенности контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ
		на уровне умений: умеет контролировать и оценивать эффективность результатов продвижения продукции СМИ
		на уровне навыков: обладает навыком контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ
		на уровне опыта практической деятельности: свободно владеет методами контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ
	ПК-4.1	**на уровне знаний:** имеет представление о процессе реализации коммуникационного продукта, использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде
		на уровне умений: умеет осуществлять реализацию коммуникационного продукта, использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде
		на уровне навыков: обладает навыком реализации коммуникационного продукта, использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде
		на уровне опыта практической деятельности: свободно владеет навыками реализации коммуникационного продукта, использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде
	ДПК-3.1	**на уровне знаний:** имеет представление об особенностях реализации коммуникационного продукта, используя при этом технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде
		на уровне умений: умеет осуществить реализацию коммуникационного продукта, используя при этом технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде

		на уровне навыков: обладает навыком реализации коммуникационного продукта, используя при этом технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде
		на уровне опыта практической деятельности: свободное владение методами реализации коммуникационного продукта, используя при этом технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде

3. Объем и место практики в структуре образовательной программы

Общий объем Преддипломной практики составляет 9з.е., 324 ч.

Количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем составляет:

очная форма обучения

- лекции – 2
- практические занятия - 0
- самостоятельная работа - 322
- консультация –
- контроль –

Очно-заочная форма обучения

- лекции – 2
- практические занятия - 0
- самостоятельная работа - 322
- консультация –
- контроль –

Заочная форма обучения

- лекции – 2
- практические занятия - 0
- самостоятельная работа - 322
- консультация –
- контроль –

Преддипломная практика (Б2.В.03(Пд)) относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 2. «Практика» и проходит на 4 курсе очной формы обучения.

Форма промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом – зачет с оценкой.

4. Содержание практики

№ п/п	Этапы (периоды) практики	Виды работ
1	Подготовительный этап	– установочная конференция, на которой студентам сообщается вся необходимая информация по проведению практики – знакомство с Положением о практической подготовке студентов, осваивающих образовательные программы высшего образования в РАНХиГС[1], локальными нормативными актами РАНХиГС, регламентирующими организацию практической подготовки обучающихся: – согласование индивидуального задания для практической подготовки – инструктаж по технике безопасности, охране труда, пожарной безопасности, изучение правил внутреннего трудового распорядка - знакомство со структурой организации (базы практики), распределение круга обязанностей.
2	Основой этап	– приобретение навыков поиска, отбора, анализа и использования нормативных и правовых документов в будущейпрофессиональной деятельности; – получение профессиональных умений и навыков в области решения организационно-управленческих задач; – развитие коммуникативных способностей; – совершенствование умения использовать информационно-коммуникационные технологии; – приобретение опыта решения управленческих задач, в том числе командной работы; – развитие навыков проектирования организационных действий.
3	Заключительный	Составление и защита отчета о прохождении

[1]Положение о практической подготовке студентов, осваивающих образовательные программы высшего образования в РАНХиГС [Электронный ресурс] // Среднерусский институт управления – филиал РАНХиГС [сайт]. [2023]. URL:https://orel.ranepa.ru/upload/iblock/1d9/Polojenie_praktiki.pdf

	этап	практики, публичная защита, подведение итогов практики.

5. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

В ходе прохожденияОрганизационно-управленческой практики (Б2.В.03(Пд)) используются следующие **методы текущего контроля успеваемости** обучающихся:

Этапы (периоды) практики	Методы текущего контроля успеваемости
Подготовительный этап	опрос
Основной этап	опрос, ситуационныезадачи
Заключительный этап	отчет по практике

6. Оценочные материалы промежуточной аттестации по практике

Форма промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом – зачет с оценкой в устной форме по итогам защиты отчета по практике.

Форма отчетности по преддипломной практике - отчет о прохождении практики.

Отчет о прохождении преддипломной практики бакалавра включает следующие элементы:

1. Титульный лист.
2. План-график (совместный план-график), утвержденный руководителем практической подготовки от организации.
3. Индивидуальное задание на практику.
4. Отзыв о работе студента в период прохождения практики.
5. Отзыв-характеристика руководителя по практической подготовке от Академии.
6. Содержание.
7. Введение (должно включать цели, задачи преддипломной практики, поставленные перед студентом).
8. Основная часть, включающая характеристику организации, в которой студент проходил практику, характеристику проделанной студентом работы (подробно описываются все результаты, разработки, исследования и т.п., полученные в ходе прохождения практики и выполнения индивидуального задания)

9. Заключение (содержит основные выводы по работе и указываются новые знания, умения, практический опыт по использованию методов научных исследований приобретенные в процессе практики).

10. Список литературы, включающий в основном нормативно-правовые источники, с которыми обучающийся знакомился в ходе практической подготовки в организации.

12. Приложения (при необходимости).

Отчет по преддипломной практике оформляется в соответствии с ГОСТ 7.32-2001 «Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления»[2], ГОСТ7.1-2003 «Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления»[3].

Оформление текста отчета

Общий объем отчета составляет 25-30 страниц машинописного текста. Текст печатается с одной стороны листа стандартного формата А4. Нумерация страниц – сквозная, начинается со страницы «2» «Содержание» (первая страница – это титульный лист), номер страницы проставляется по середине нижнего поля.

Плотность машинописного текста – полуторный интервал, шрифт TimesNewRoman, кегль – 14, размеры полей на печатных листах: левое поле – 3,0 см; правое – 2,0 см; сверху и снизу – по 2,0 см.

Текст отчета разделяют на разделы и подразделы (при необходимости). Разделы должны иметь порядковые номера в пределах всего документа, обозначенные арабскими цифрами без точки. Подразделы должны иметь нумерацию в пределах каждого раздела. В конце номера подраздела точка не ставится. Разделы, как и подразделы, могут состоять из одного или нескольких пунктов. Разделы, подразделы должны иметь заголовки. Заголовки должны четко и кратко отражать содержание разделов, подразделов. Заголовки следует печатать с прописной буквы без точки в конце, не подчеркивая. Переносы слов в заголовках не допускаются. Если заголовок состоит из двух предложений, их разделяют точкой. Каждый раздел отчета начинается с нового листа (страницы).

В тексте отчета не допускается:

— применять обороты разговорной речи;

— применять произвольные словообразования;

— применять сокращения слов, кроме установленных правилами русской орфографии.

---

[2]ГОСТ 7.32-2001 Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления [Электронный ресурс] // Электронный фонд правовых и научно-технических документов [сайт]. [2023]. URL:https://docs.cntd.ru/document/1200026224

[3]ГОСТ 7.1-2003 Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления [Электронный ресурс] // Электронный фонд правовых и научно-технических документов [сайт]. [2023]. URL: https://docs.cntd.ru/document/1200034383

Оформление рисунков, иллюстраций, таблиц

Количество иллюстраций должно быть достаточным для пояснения излагаемого текста. Иллюстрации могут быть расположены как по тексту документа (возможно ближе к соответствующим частям текста), так и в конце его. Иллюстрации, за исключением иллюстраций приложений, следует нумеровать арабскими цифрами сквозной нумерацией.

Материал, дополняющий текст отчета, допускается помещать в приложениях. Приложениями могут быть, графический материал, таблицы большого формата, расчеты, описания алгоритмов и т.д. Приложение оформляют как продолжение данного документа на последующих его листах. В тексте документа на все приложения должны быть даны ссылки. Приложения располагают в порядке ссылок на них в тексте документа. Каждое приложение должно начинаться с новой страницы. В центре над заголовком приложения прописными буквами должно быть слово «Приложение», далее следует буква, обозначающая его последовательность в общем перечне. Приложения нумеруются по алфавиту (А, Б, В и т.д.), буквы Е, З, Й, О, Ч, Ь, Ъ, Ы не используются. Возможно обозначение приложений латинскими буквами за исключением I, O.

Объем приложений не ограничен и не входит в общий объем отчета. В случае если приложение не помещается на одном листе, его следует перенести. Продолжение Приложения оформляется следующим образом – «Продолжение приложения А», равнение по центру. Страницы на приложениях не проставляются.

Рисунки, графики, схемы, диаграммы и таблицы должны располагаться сразу после текстов, описывающих их. Весь иллюстрационный материал должен иметь название и нумерацию. Нумерация может быть сквозной в пределах всей работы (1, 2, 3) или в пределах каждого пункта (1.1.1, 1.1.2 и т.д.). В последних случаях, первая цифра означает номер главы, вторая – номер пункта в этой главе и третья - номер иллюстрации в этом пункте, причем нумерация по ним – отдельна для таблиц и для рисунков. Знак «№» перед порядковыми номерами таблиц, рисунков, схем не ставится.

Слово «Таблица» и ее порядковый номер пишутся вверху таблицы в левой стороне (Таблица 1 –), название таблицы выравнивается по ширине, точка в конце заголовка не ставится. Здесь же указывается единица измерения, если она общая для всех граф и строк таблицы. Если цифровые данные в графах таблицы выражены в различных единицах физических величин, то они отражаются в заголовке каждой графы. При отсутствии отдельных данных в таблице следует ставить прочерк «-». В том случае, когда результат расчета равен нулю, то в графе ставится ноль, а не прочерк, если же данные отсутствуют ставится н/д (нет данных).

Перенос таблицы на другую страницу допускается в случае, если она не помещается целиком на начальной странице. При разрыве таблицы, ее

шапку следует повторить на другой странице и над ней в правом углу поместить слова «Продолжение таблицы (поставить номер)». Если шапка громоздкая, ее можно не повторять. При переносе таблицы, в первой ее части нижнюю горизонтальную линию, ограничивающую разрыв, не проводят. Для выделения определенного диапазона в таблице допускается ступенчатые, полужирные линии.

Название графиков и рисунков помещается под иллюстрацией. Там же располагаются поясняющие их данные (подрисуночный текст, легенда). При заимствовании материала из публикации, делается ссылка на источник (например, Рисунок 1 – Формирования прибыли предприятия [23]). Точка в конце заголовка рисунка не ставится. Если иллюстрация составлена студентом самостоятельно, то это отмечается по тексту («на разработанной нами схеме видно …»). Все надписи, сделанные на рисунке, должны иметь размер шрифта не менее 10.

При включении в текст работы формул, их помещают в отдельную строку. Формулы нумеруются арабскими цифрами, которые записываются на уровне формулы, справа в круглых скобках. Правила формирования номера аналогичны тем, что действуют для таблиц и рисунков.

Оформление списка литературы

Библиографические записи оформляются в соответствии с требованиями ГОСТ 7.1-2003Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления[4] и ГОСТ 7.80-2000Библиографическая запись. Заголовок. Общие требования и правила составления.[5]

Прежде всего, указываются официальные государственные и нормативные документы (законы, указы, постановления, положения, инструкции и т.д.), затем литературные источники в алфавитном порядке (по первой букве фамилии автора). Если в список включается несколько работ одного автора, их располагают в алфавитном порядке по хронологии публикаций. Все источники имеют сквозную нумерацию. Литература на иностранном языке приводится после основного списка библиографии. В конце библиографии размещаются адреса источников из Интернета.

Шкала оценивания: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

---

[4]ГОСТ 7.1-2003 Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления [Электронный ресурс] // Электронный фонд правовых и научно-технических документов [сайт]. [2023]. URL: https://docs.cntd.ru/document/1200034383

[5]ГОСТ 7.80-2000Библиографическая запись. Заголовок. Общие требования и правила составления [Электронный ресурс] // Электронный фонд правовых и научно-технических документов [сайт]. [2023]. URL: https://docs.cntd.ru/document/1200006960

Код компонента компетенции	Критерий оценивания	Уровень освоения компетенции	Оценка
ПК-2.1	Разрабатывает маркетинговую стратегию для продукции СМИ	На высоком уровне разрабатывает маркетинговую стратегию для продукции СМИ Объем и структура отчета соответствует установленным требованиям и заданию на практику. Материал изложен грамотно, логически последовательно, текст работы и иллюстративный материал оформлены в соответствии с требованиями.	отлично
		На достаточном уровне обеспечивает разработку маркетинговой стратегии для продукции СМИ. Объем и структура отчета соответствует установленным требованиям и индивидуальному заданию на практику. Материал изложен грамотно, логически последовательно, текст работы и иллюстративный материал оформлены в соответствии с требованиями	хорошо
		На базовом уровне обеспечивает разработку маркетинговой стратегии для продукции СМИ. Объем и структура отчета в целом соответствует установленным требованиям и индивидуальному заданию на практику. Материал изложен грамотно, последовательно, текст работы в целом оформлен	удовлетворительно

		в соответствии с требованиями.	
		Не способен обеспечить разработку маркетинговой стратегии для продукции СМИ Объем и структура отчета не соответствуют установленным требованиям и индивидуальному заданию на практику. Материал изложен безграмотно, не последовательно, текст работы оформлен с нарушениями формальных требований	Неудовлетворительно
ПК-2.2	Организует мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции СМИ	На высоком уровне реализует организацию мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ. Объем и структура отчета соответствует установленным требованиям и заданию на практику. Материал изложен грамотно, логически последовательно, текст работы и иллюстративный материал оформлены в соответствии с требованиями.	Отлично
		На достаточном уровне реализует организацию мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ. Объем и структура отчета соответствует установленным требованиям и индивидуальному заданию на практику. Материал изложен грамотно, логически последовательно, текст работы и	хорошо

		иллюстративный материал оформлены в соответствии с требованиями	
		На базовом уровне реализует организацию мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ. Объем и структура отчета в целом соответствует установленным требованиям и индивидуальному заданию на практику. Материал изложен грамотно, логически последовательно, текст работы в целом оформлен в соответствии с требованиями.	удовлетворительно
		Не способен обеспечить реализацию процесса организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ. Объем и структура отчета не соответствуют установленным требованиям и индивидуальному заданию на практику. Материал изложен безграмотно, не последовательно, текст работы оформлен с нарушениями формальных требований.	Неудовлетворительно
ПК-2.3	Контролирует и оценивает эффективность результатов продвижения продукции СМИ	На высоком уровне продемонстрировано умение применять методы контроля и оценивания эффективности результатов продвижения продукции СМИ. Объем и структура отчета	Отлично

		соответствует установленным требованиям и заданию на практику. Материал изложен грамотно, логически последовательно, текст работы и иллюстративный материал оформлены в соответствии с требованиями.	
		На достаточном уровне продемонстрировано умение применять методы контроля и оценивания эффективности результатов продвижения продукции СМИ. Объем и структура отчета соответствует установленным требованиям и индивидуальному заданию на практику. Материал изложен грамотно, логически последовательно, текст работы и иллюстративный материал оформлены в соответствии с требованиями.	хорошо
		На базовом уровне продемонстрировано умение применять методы контроля и оценивания эффективности результатов продвижения продукции СМИ. Объем и структура отчета в целом соответствует установленным требованиям и индивидуальному заданию на практику. Материал изложен грамотно, логически последовательно, текст работы в целом оформлен	Удовлетворительно

		в соответствии с требованиями.	
		Не продемонстрировано умение применять методы контроля и оценивания эффективности результатов продвижения продукции СМИ. Объем и структура отчета не соответствуют установленным требованиям и индивидуальному заданию на практику. Материал изложен безграмотно, не последовательно, текст работы оформлен с нарушениями формальных требований.	Неудовлетворительно
ДПК-3.1	При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде	На высоком уровне демонстрируются способности реализации коммуникационного продукта, используя технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде Объем и структура отчета соответствует установленным требованиям и заданию на практику. Материал изложен грамотно, логически последовательно, текст работы и иллюстративный материал оформлены в соответствии с требованиями.	Отлично
		На достаточном уровне демонстрируются способности реализации коммуникационного продукта, используя технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде.	хорошо

		Объем и структура отчета соответствуют установленным требованиям и индивидуальному заданию на практику. Материал изложен грамотно, логически последовательно, текст работы и иллюстративный материал оформлены в соответствии с требованиями.	
		На базовом уровне демонстрируются способности реализации коммуникационного продукта, используя технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде. Объем и структура отчета в целом соответствует установленным требованиям и индивидуальному заданию на практику. Материал изложен грамотно, логически последовательно, текст работы в целом оформлен в соответствии с требованиями.	удовлетворительно
		Не продемонстрированы способности реализации коммуникационного продукта, используя технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде Объем и структура отчета не соответствуют установленным требованиям и индивидуальному заданию на практику. Материал изложен безграмотно, не последовательно, текст	Неудовлетворительно

		работы оформлен с нарушениями формальных требований.	