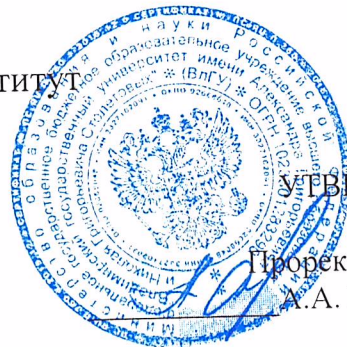


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

**«Владимирский государственный университет имени Александра
Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
(ВлГУ)**

Гуманитарный институт



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по ОД
А.А. Панфилов

" 29 " 08 2016г.

**Программа практики по получению профессиональных умений и
опыта профессиональной деятельности**

Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Квалификация (степень) выпускника **Бакалавр**

Вид обучения очное

г. Владимир

2016

1. Вид практики - производственная

Тип практики – практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности

2. Цели производственной практики

Целью производственной практики является

- приобретение навыков работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве

3. Задачи производственной практики

Задачами производственной практики являются

- приобретение навыков реализации знаний в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве;
- приобретение навыков осуществления профессиональных функций в области рекламы.

4. Способы проведения производственной практики

стационарно-выездная

5. Формы проведения производственной практики

дискретно, в течении 2 недель, в специально отведенное для этого время. Производственная практика проводится на базе предприятий Владимирской области и иных регионов, а также при необходимости на базе ВлГУ.

6. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении производственной практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Коды компетенции	Результаты освоения ООП <i>Содержание компетенций*</i>	Перечень планируемых результатов при прохождении практики**
ПК-1	способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью	Знать: основы организации и управления рекламных служб и служб по связям с общественностью Уметь: осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью Владеть: навыками проведения мероприятий по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью
ПК-2	владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы	Знать: основные принципы планирования Уметь: планировать свою деятельность Владеть: навыками по организации и оперативному планированию своей

		деятельности и деятельности фирмы
ПК-3	владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами	Знать: основы организационно-управленческой работы с малыми коллективами Уметь: взаимодействовать с людьми в малом коллективе Владеть: навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами
ПК-4	владение навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)	Знать: требования к проектной документации Уметь: писать проектную документацию Владеть: навыками подготовки проектной документации
ПК-5	способность реализовывать проекты и владением методами их реализации	Знать: методы реализации проектов Уметь: реализовывать проекты Владеть: способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации
ПК-6	способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	Знать: участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации Уметь: анализировать коммуникационную инфраструктуру организации Владеть: навыками организации внутренней и внешней коммуникации
ПК-7	способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	Знать: основы подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий Уметь: принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий Владеть: способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий
ПК-8	способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	Знать: традиционные и современные средства рекламы Уметь: организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции Владеть: способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции
ПК-9	способность проводить маркетинговые исследования	Знать: основные методы маркетинговых исследований Уметь: проводить маркетинговые исследования Владеть: навыками планирования, проведения и анализа результатов маркетинговых исследований
ПК-10	способность организовывать и проводить социологические исследования	Знать: основные методы социологических исследований Уметь: проводить социологические исследования

		Владеть: навыками планирования, проведения и анализа результатов социологических исследований
ПК-11	способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов	Знать: требования к написанию аналитических справок, обзоров и прогнозов Уметь: писать аналитические справки, обзоры и прогнозы Владеть: навыками копирайтинга
ПК-12	способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации	Знать: профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации Уметь: способностью под контролем осуществлять профессиональные функции Владеть: способностью под контролем осуществлять профессиональные функции
ПК-13	способность под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия	Знать: основы проведения рекламных кампаний и мероприятий Уметь: под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия Владеть: способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия
ПК-14	способность реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности	Знать: основы профессиональной деятельности Уметь: реализовывать знания в области рекламы Владеть: способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности
ПК-15	владение навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве	Знать: основы работы отдела рекламы, маркетингового отдела, рекламного агентства Уметь: организовывать свою деятельность в соответствии с требованиями отдела рекламы, маркетингового отдела, рекламного агентства Владеть: навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве
ПК-16	способность под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы	Знать: основные виды рекламной продукции Уметь: под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции Владеть: навыками подготовки к выпуску рекламной продукции

7. Место производственной практики в структуре ОПОП

Производственная практика базируется на знаниях, полученных в ходе изучения теоретических курсов «Общая теория коммуникации и массовой информации», «Основы теории коммуникации», «теория и

практика массовой информации», «Массовая коммуникация в системе общественных отношений», «Особенности воздействия PR-технологий на массовую аудиторию», «Основы рекламы».

Для успешного прохождения производственной практики требуются теоретические знания в области массовой коммуникации и информации, знание механизмов влияния массовой информации на целевые аудитории, особенности профессиональной деятельности в области рекламы.

Производственная практика позволяет закрепить теоретические знания с помощью практической деятельности и, таким образом, создает условия для дальнейшего освоения учебных дисциплин.

8. Место и время проведения производственной практики

Производственная практика проводится на базе предприятий Владимирской области и иных регионов, а также при необходимости на базе ВлГУ, на 22-23 неделе 6 семестра в соответствии с графиком учебного процесса.

9. Объем производственной практики в зачетных единицах и ее продолжительность в неделях или академических часах

Общая трудоемкость учебной практики составляет 3 зачетных единицы/108 часов/2 недели

10. Структура и содержание производственной практики

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды учебной работы, на практике включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)	Формы текущего контроля
1	Знакомство с особенностями работы отдела рекламы на предприятии/рекламного агентства	4	Запись в дневнике практики
2	Работа по заданиям отдела рекламы на предприятии/рекламного агентства	100	Записи в дневнике практики
3	Отчетный этап	4	Зач. с оцен

11. Формы отчетности по производственной практике

В дневнике практики должны быть описаны все виды работ, которые выполнял практикант, а также дано заключение руководителя практики от предприятия.

Отчет студента по практике содержит анализ деятельности и оценочные суждения о значении проведенной работы для освоения первичных навыков профессиональной деятельности.

12. Фонд оценочных средств аттестации (зачет с оценкой) по производственной практике

Примерный перечень вопросов по практике:

1. Охарактеризуйте нормативно-правовую базу организации, определяющей деятельность организации, в которой проходили практику.
2. Каковы особенности данной организации и каковы ее потребности как рекламодателя.
3. Опишите организационную и управленческую структуры рекламного или пиар отдела организации.
4. Опишите методы и инструменты работы данной организации с пресс-службами, PR-отделами других организаций (пресс-релиз, пресс-кит, пресс-конференции, брифинги, презентации, «аккредитация журналистов», «информационное обслуживание», телефонный диалог, личные контакты журналистов с отдельными компаниями).
5. Охарактеризуйте особенности организации планирования деятельности отдела, в котором Вы проходили работу.
6. Проанализируйте сайт и страницы в социальных сетях данной организации.
7. Какие программные инструменты были использованы в ходе практики. Что было сделано, с какими трудностями столкнулись.
8. Охарактеризуйте особенности работы с целевыми группами организации.
9. Проанализируйте рекламные материалы организации, в которой проходили практику.
10. Какие методы исследования целевых групп потребителей были использованы.
11. Предложите пути совершенствования рекламной и PR-деятельности данной организации.

Основные показатели оценки планируемых результатов

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Основные показатели оценки результата
ПК-1 способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью	«Отлично» - необходимые практические навыки работы с освоенным теоретическим материалом сформированы, все предусмотренные программой учебной практики задания выполнены, аналитический отчет содержит подробную информацию об отобранных научных источниках; качество его выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному.
ПК-2 владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы	«Хорошо» - некоторые практические навыки работы с освоенным теоретическим материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные программой учебной практики задания выполнены, аналитический отчет об отобранных научных источниках содержит некоторые погрешности; качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками
ПК-3 владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами	
ПК-4 владение навыками подготовки	

<p>проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)</p> <p>ПК-5 способность реализовывать проекты и владением методами их реализации</p> <p>ПК-6 способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации</p> <p>ПК-7 способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий</p> <p>ПК-8 способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы</p> <p>ПК-9 способность проводить маркетинговые исследования</p> <p>ПК-10 способность организовывать и проводить социологические исследования</p> <p>ПК-11 способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов</p> <p>ПК-12 способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации</p> <p>ПК-13 способность под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия</p> <p>ПК-14 способность реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности</p> <p>ПК-15 владеть навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве</p> <p>ПК-16 способность под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы</p>	<p>«Удовлетворительно» - необходимые практические навыки работы с освоенным теоретическим материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой учебной практики заданий выполнено, аналитический отчет об отобранных научных источниках составлен с ошибками.</p> <p>«Неудовлетворительно» - необходимые практические навыки работы не сформированы, выполненные учебные задания содержат грубые ошибки, практикант пропускал рабочие дни без уважительной причины; аналитический отчет об отобранных научных источниках составлен поверхностно</p>
--	---

Аттестация по итогам производственной практики проводится в течение недели после окончания производственной практики и сдачи оформленных дневников.

13. Перечень информационных технологий, используемых при проведении производственной практики, включая перечень

программного обеспечения и информационных справочных систем.

1. Операционные системы Windows Vista, Windows Professional 7, Windows Professional 8.
2. Пакет программ OpenOffice.
3. Интернет-браузеры Mozilla Firefox, Google Chrome, Opera (последние версии) и др.
4. Программа просмотра файлов формата Djview (последняя версия).
5. Программа просмотра файлов формата .pdf Acrobat Reader (последняя версия).
6. Программа просмотра файлов формата .doc и .docx Microsoft Office Word Viewer (последняя версия).
7. Пакет программ семейства MS Office: Office Professional Plus (MS Word, MS Excel, MS Power Point, MS Access).
8. Информационные технологии, применяемые на предприятии – месте проведения производственной практики

14. Перечень учебной литературы и ресурсов сети «Интернет», необходимых для проведения производственной практики

а) основная литература:

1. PR в реальном времени: Тренды. Кейсы. Правила [Электронный ресурс] / Умаров М. - М. : Альпина Паблишер, 2016. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961457469.html>
2. PR на 100%: Как стать хорошим менеджером по PR [Электронный ресурс] / Горкина М.Б., Мамонтов А.А., Манн И.Б. - 6-е изд. - М. : Альпина Паблишерз, 2016. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961413236.html>
3. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд [Электронный ресурс] : Учеб. пособие для студентов вузов / А. Н. Чумиков. - 2-е изд., испр. и доп. - М. : Аспект Пресс, 2014. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756707175.html>

б) дополнительная литература:

1. Медиарилейшнз на 100%: Искусство взаимодействия с прессой [Электронный ресурс] / Александр Назайкин - М. : Альпина Паблишер, 2016. <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961409604.html>

в) интернет-ресурсы:

1. www.studentlibrary.ru

15. Материально-техническое обеспечение производственной практики

Материально-технические средства и профессиональное оборудование, предоставляемые предприятием – местом производственной практики.

16. Выбор мест прохождения практики для лиц с ограниченными возможностями здоровья

Выбор мест прохождения практики для лиц с ограниченными возможностями здоровья производится с учетом состояния здоровья обучающихся и требований по доступности.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и с учетом рекомендаций ПрООП ВО по направлению и профилю подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Автор Сит С.Ю.Соколова, доцент, канд. филос. наук
Рецензент Директор ГТРК "Владимир" Филимов А.Н. 

Программа одобрена на заседании УМК кафедры ЖРСО
протокол № 1 от « » 29.08. 20 16 года.

Зав. кафедрой ЖРСО Говердовская С.А.Говердовская-Привезенцева

**ЛИСТ ПЕРЕУТВЕРЖДЕНИЯ
ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ**

Программа учебной практики одобрена на _____ учебный год
Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года
Заведующий кафедрой _____

Программа учебной практики одобрена на _____ учебный год
Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года
Заведующий кафедрой _____

Программа учебной практики одобрена на _____ учебный год
Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года
Заведующий кафедрой _____

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

**«Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича**

Столетовых»

(ВлГУ)

Институт _____

Кафедра _____

Актуализированная
программа практики
рассмотрена и одобрена
на заседании кафедры
протокол № ____ от ____ 20__ г.
Заведующий кафедрой

(подпись, ФИО)

Актуализация программы практики

(наименование дисциплины)

Направление подготовки

Профиль/программа подготовки

Уровень высшего образования

Форма обучения

Владимир 20__

Рабочая программа учебной дисциплины актуализирована в части рекомендуемой литературы.

Актуализация выполнена: _____

(подпись, должность, ФИО)