

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 2016 г.

**Программа практики по получению первичных профессиональных
умений и навыков научно-исследовательской деятельности**

Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Квалификация (степень) выпускника **Бакалавр**

Вид обучения очное

г. Владимир

2016

1. Вид практики - учебная

Тип практики – практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности (учебная).

2. Цели учебной практики

Целями учебной практики являются

- приобретение навыков работы с определенными целевыми аудиториями;
- приобретение первичных навыков профессиональной деятельности в сфере связей с общественностью;

3. Задачи учебной практики

Задачами учебной практики являются

- освоение различных приемов установления контактов с целевой аудиторией;
- приобретение первичных навыков преодоления барьеров коммуникации.

4. Способы проведения

стационарная

5. Формы проведения практики

дискретно, в специально отведенное для этого время (2 недели после летней сессии во 2 семестре обучения).

Учебная практика проводится на базе приемной комиссии ВлГУ

6. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении 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	Знать: основные принципы планирования

	и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы	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	Знать: основные методы социологических

	проводить социологические исследования	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 учебной практики в структуре ОПОП

Учебная практика базируется на знаниях, полученных в ходе изучения теоретических курсов: лекционного «Общая теория коммуникации и массовой информации» и спецсеминара «Основы теории коммуникации».

Для успешного прохождения учебной практики требуются теоретические знания в области видов коммуникации, структуры коммуникационного процесса, характеристик целевых аудиторий, понимание особенностей коммуникационных барьеров и их влияние на процесс коммуникации.

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

8. Место и время проведения учебной практики

Учебная практика проводится на базе приемной комиссии ВлГУ на 22-23 неделе в соответствии с графиком учебного процесса

9. Объем учебной 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 учебной 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 приемной комиссии ВлГУ	2	Запись в дневнике практики
2	Работа на «горячей линии»	51	Запись в дневнике практики
3	Работа с абитуриентами и их родителями	51	Запись в дневнике практики
4	Оценочный этап	4	Зачет

11. Формы отчетности по учебной практике

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

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) по учебной практике

Основные показатели оценки планируемых результатов

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Основные показатели оценки результата
<p>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</p> <p>ПК-2 владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы</p> <p>ПК-3 владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами</p> <p>ПК-4 владение навыками подготовки 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,</p>	<p>«Зачтено» - необходимые практические навыки работы с освоенным теоретическим материалом сформированы, все предусмотренные программой учебной практики задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному</p> <p>- некоторые практические навыки работы с освоенным теоретическим материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные программой учебной практики задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками</p> <p>- необходимые практические навыки работы с освоенным теоретическим материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой учебной практики заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий, возможно, содержат ошибки</p> <p>«Незачтено» - необходимые практические навыки работы не сформированы, выполненные учебные задания содержат грубые ошибки, практикант пропускал рабочие дни без уважительной причины</p>

<p>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>	
--	--

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

13.Перечень информационных технологий, используемых при проведении учебной 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 в приемной комиссии ВлГУ

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

а) основная литература:

1. Шарков Ф.И. Коммуникология [Электронный ресурс] / Шарков Ф. И. - М. : Дашков и К, 2013. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394020896.html>
2. Основы коммуникативной культуры [Электронный ресурс]: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности "Соц.-культур. деятельность", дисциплина ОПД.Ф.11 - "Основы коммуникат.

культуры" / В.С. Садовская, В.А. Ремизов. - М. : ВЛАДОС, 2011. -
(Учебник для вузов)" -
<http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785691015427.html>

б) дополнительная литература:

1. Коммуникационные кампании [Электронный ресурс] : Учебное пособие для студентов вузов / А. Н. Чумиков. - М. : Аспект Пресс, 2014. - (Серия "Современные технологии PR. Мастер-класс")." -
<http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756707496.html>

в) интернет-ресурсы:

1. www.studentlibrary.ru

15. Материально-техническое обеспечение учебной практики

Материально-технические средства и профессиональное оборудование приемной комиссии ВлГУ (помещения, оборудованные телефонной линией, компьютерами, выходом в интернет).

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  С.Ю.Соколова, доцент, канд. филос. наук
Рецензент Директор ГТРК «Владимир» Филимонов А.Н. 

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

Зав. кафедрой ЖРСО  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 _____