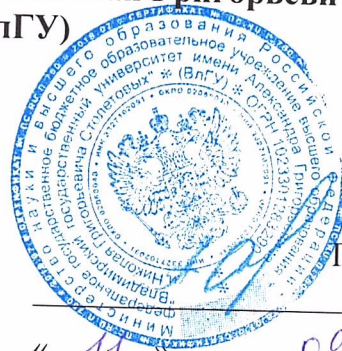


2019
6.01.11

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
(ВлГУ)



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по ОД
А.А.Панфилов

« 11 » 09 2019 г.

Программа профессионально-творческой практики

Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Уровень высшего образования бакалавриат

Форма обучения очная

г. Владимир
2019 г

1. Вид практики - производственная
Тип практики – профессионально-творческая практика

2.Цели производственной практики

Целью производственной практики является
- приобретение первичных навыков профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью;

3.Задачи производственной практики

Задачами производственной практики являются
- приобретение навыков работы в отделах рекламы и связей с общественностью;
- приобретение навыков создания текстов рекламы и связей с общественностью, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга.

4.Способы проведения производственной практики

Стационарно-выездная

5.Формы проведения производственной практики

Дискретно, в 6 семестре, в специально отведенное для этого время.

Производственная практика проводится на базе управления по воспитательной работе и связям с общественностью ВлГУ, а также при необходимости на базе иных подразделений ВлГУ и на базе предприятий Владимирской области и иных регионов.

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**
УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	Знать принципы организации рабочего времени Уметь выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования Владеть навыками организации рабочего времени
ПК-7	Способен разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга, информационных, коммуникационных и PR-кампаний	Знать принципы проведения, информационных, коммуникационных и PR-кампаний Уметь разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга, информационных,

		коммуникационных и PR-кампаний Владеть навыками разработки стратегических документов
ПК-8	Способен интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций	Знать комплекс маркетинговых коммуникаций Уметь использовать комплекс маркетинговых коммуникаций Владеть навыками интеграции средств продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций
ПК-9	Способен осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение	Знать основные принципы продвижения продукции Уметь планировать расходы на проведение мероприятий по продвижению продукции Владеть навыками планирования мероприятий по продвижению продукции
ПК-10	Способен выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями	Знать основные правила составления докладов и презентаций Уметь выступать на публичных мероприятиях Владеть мастерством публичного выступления
ПК-13	Способен составлять планы работы, оценивать их содержание и трудоемкость выполнения в зависимости от квалификации	Знать основные принципы планирования работ Уметь оценивать содержание и трудоемкость выполнения работ Владеть навыками составления планов работы, оценивания их содержание и трудоемкости выполнения в зависимости от квалификации
ПК-15	Способен вести документацию по проектам и работам, вести документооборот	Знать принципы ведения документооборота по проектам Уметь вести документооборот Владеть навыками ведения документооборота по проектам
ПК-23	Владеет методиками оценки результатов информационной, коммуникационной и PR-кампании	Знать методики оценки результатов информационной, коммуникационной и PR-кампании Уметь оценивать результаты информационной, коммуникационной и PR-кампании Владеть навыками оценки результатов информационной, коммуникационной и PR-кампании
ПК-24	Способен организовывать инфраструктуру коммуникации и	Знать инфраструктуру коммуникации и информационного обмена между участниками проекта

	информационного обмена между участниками проекта	<p>Уметь организовывать инфраструктуру коммуникации и информационного обмена между участниками проекта</p> <p>Владеть навыками организации коммуникационного взаимодействия между участниками проекта</p>
--	--	---

7. Место производственной практики в структуре ОПОП

Производственная практика базируется на знаниях, полученных в ходе изучения теоретических курсов «Коммуникация как основа рекламы и связей с общественностью», «Массовая информация как объект рекламы и связей с общественностью», «Связи с общественностью как современная технология управления обществом», Теория коммуникации и массовой информации», особенности создания рекламных текстов».

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

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 в Управлении по воспитательной работе и связям с общественностью ВлГУ, а также при необходимости на базе иных подразделений ВлГУ и на базе предприятий Владимирской области и иных регионов, 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 управления по воспитательной работе и связям с общественностью ВлГУ / отдела рекламы на предприятии/рекламного агентства	4				Запись в дневнике практики

2	Работа по заданиям управления по воспитательной работе и связям с общественностью ВлГУ / отдела рекламы на предприятии/рекламного агентства	100				Записи в дневнике практики
3	Отчетный этап	4				защита отчета по практике (зачет с оценкой)

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 управления по воспитательной работе и связям с общественностью ВлГУ или 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-kit, 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
<p>УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</p> <p>ПК-7 Способен разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга, информационных, коммуникационных и PR-кампаний</p> <p>ПК-8 Способен интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций</p> <p>ПК-9 Способен осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение</p> <p>ПК-10 Способен выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями</p> <p>ПК-13 Способен составлять планы работы, оценивать их содержание и трудоемкость выполнения в зависимости от квалификации</p> <p>ПК-15 Способен вести документацию по проектам и работам, вести документооборот</p> <p>ПК-23 Владеет методиками оценки результатов информационной, коммуникационной и PR-кампании</p> <p>ПК-24 Способен организовывать инфраструктуру коммуникации и информационного обмена между участниками проекта</p>	<p>«Зачтено» :</p> <p>«Отлично» (от 90% до 100%) - характеристика от организации прохождения обучающимся практики положительная, без замечаний; дневник прохождения практики составлен в соответствии с предъявляемыми требованиями, содержит ежедневные сведения о действиях, выполняемых обучающимся в процессе прохождения практики; отчет обучающегося о прохождении практики соответствует установленным требованиям к содержанию, в нем полно раскрывается проделанная обучающимся работа во время прохождения практики с указанием результатов практики и выполнения задания на практику; при защите отчета по практике обучающимся даны точные развернутые ответы на уточняющие вопросы, материал изложен в основном в логической последовательности, систематично, аргументированно; все компетенции освоены.</p> <p>«Хорошо» (от 75% до 89%) - характеристика от организации прохождения обучающимся практики положительная, но с незначительными замечаниями; дневник прохождения практики составлен в соответствии с предъявляемыми требованиями, но с незначительными недочетами, содержит ежедневные сведения о действиях, выполняемых обучающимся в процессе прохождения практики; отчет обучающегося о прохождении практики соответствует установленным требованиям к содержанию, в нем полно раскрывается проделанная обучающимся работа во время прохождения практики, большая часть задания по практике выполнена и отражена в отчете; при защите отчета по практике обучающимся даны ответы на уточняющие вопросы с</p>

незначительными недочетами, которые не исключают освоение у обучающегося соответствующих компетенций, материал изложен в основном в логической последовательности, систематично, аргументированно; более 75% компетенций освоены;

«Удовлетворительно» (от 60% до 74%) - характеристика от организации прохождения обучающимся практики положительная, но со значительными замечаниями; - дневник прохождения практики составлен в основном в соответствии с предъявляемыми требованиями, но с недочетами, содержит ежедневные сведения о действиях, выполняемых обучающимся в процессе прохождения практики; - отчет обучающегося о прохождении практики не в полной мере соответствует установленным требованиям к содержанию, имеются ошибки в оформлении, неполно раскрывается проделанная обучающимся работа во время прохождения практики, не все задания на практику выполнены и отражены в отчете; - при защите отчета по практике обучающимся даны ответы на уточняющие вопросы с недочетами, которые не исключают освоение у обучающегося соответствующих компетенций на необходимом уровне, материал изложен в основном в логической последовательности, систематично, аргументированно; - более 50% компетенций освоены;

«Незачтено»

«Неудовлетворительно» (меньше либо равно 59%) - характеристика от организации прохождения обучающимся практики отрицательная; дневник прохождения практики составлен не в соответствии с предъявляемыми требованиями, не содержит ежедневных сведений о действиях, выполняемых обучающимся в процессе прохождения практики; отчет обучающегося о прохождении практики не соответствует установленным требованиям к содержанию, задание на практику не выполнено; - при защите отчета по практике обучающимся не даны ответы на

	<p>уточняющие вопросы,</p> <p>не продемонстрировано умение излагать материал в логической последовательности, систематично, аргументированно; 50% компетенций и более не освоены</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).

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:

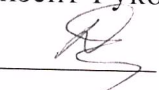
1. www.studentlibrary.ru

15. Материально-техническое обеспечение производственной практики
Материально-технические средства и профессиональное оборудование управления по воспитательной работе и связям с общественностью ВлГУ (помещения, оборудованные телефонной линией, компьютерами, выходом в интернет).

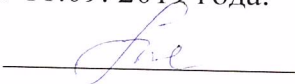
16. Выбор мест прохождения практики для лиц с ограниченными возможностями здоровья
Выбор мест прохождения практики для лиц с ограниченными возможностями здоровья производится с учетом состояния здоровья обучающихся и требований по доступности.

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  В.С. Щитко, доцент, канд. экон.наук

Рецензент Руководитель пресс-службы ВПОО «Милосердие и порядок» Ермолина Д.Е. 

Программа одобрена на заседании УМК кафедры ЖРСО протокол № 1 от « » 11.09. 2019 года.

Зав. кафедрой ЖРСО  Латышева Ж.В.