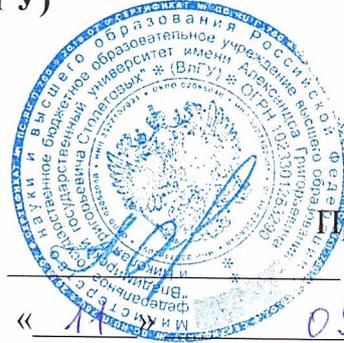


2018  
400001

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 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**

Непрерывно, в течении 7 семестра, в специально отведенное для этого время в расписании учебных занятий

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**
УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	<b>Знать</b> принципы организации рабочего времени <b>Уметь</b> выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования <b>Владеть</b> навыками организации рабочего времени
ПК-1	Способен использовать современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты	<b>Знать</b> современные информационно-коммуникационные технологии <b>Уметь</b> использовать специализированные программные продукты при проведении исследований <b>Владеть</b> специализированными программными продуктами
ПК-2	Способен находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы исследования	<b>Знать</b> основные количественные и качественные методы исследования <b>Уметь</b> находить и анализировать необходимую информацию <b>Владеть</b> основными количественными и качественными

		методами исследования
ПК-3	Способен вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)	<b>Знать</b> правила ведения деловых переговоров <b>Уметь</b> вести деловые переговоры <b>Владеть</b> навыками установления деловых отношений с партнерами
ПК-4	Способен составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договоров	<b>Знать</b> принципы составления договоров гражданско-правового характера <b>Уметь</b> оформлять необходимую документацию по реализации договоров <b>Владеть</b> навыками оформления необходимой документацию по реализации договоров
ПК-5	Способен выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей	<b>Знать</b> факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ <b>Уметь</b> выявлять существенные характеристики целевой аудитории <b>Владеть приемами</b> выявления существенных характеристик целевой аудитории
ПК-6	Способен составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов исследования, владение текстовым редактором для составления отчетов	<b>Знать</b> основные требования, предъявляемые к составлению аналитических отчетов <b>Уметь</b> проводить презентацию результатов исследования <b>Владеть</b> текстовыми редакторами для составления отчета
ПК-7	Способен разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга, информационных, коммуникационных и PR-кампаний	<b>Знать</b> принципы проведения, информационных, коммуникационных и PR-кампаний <b>Уметь</b> разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга, информационных, коммуникационных и PR-кампаний <b>Владеть</b> навыками разработки стратегических документов
ПК-8	Способен интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций	<b>Знать</b> комплекс маркетинговых коммуникаций <b>Уметь</b> использовать комплекс маркетинговых коммуникаций <b>Владеть</b> навыками интеграции средств продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций
ПК-9	Способен осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции,	<b>Знать</b> основные принципы продвижения продукции <b>Уметь</b> планировать расходы на

	планирование расходов на их проведение	проведение мероприятий по продвижению продукции <b>Владеть</b> навыками планирования мероприятий по продвижению продукции
ПК-10	Способен выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями	<b>Знать</b> основные правила составления докладов и презентаций <b>Уметь</b> выступать на публичных мероприятиях <b>Владеть</b> мастерством публичного выступления
ПК-11	Способен формулировать наблюдаемые, измеримые и достоверные показатели, характеризующие продвижение продукции СМИ	<b>Знать</b> основные показатели, характеризующие продвижение продукции СМИ <b>Уметь</b> измерять показатели, характеризующие продвижение продукции СМИ <b>Владеть</b> навыками измерения показателей, характеризующие продвижение продукции СМИ
ПК-12	Способен анализировать результаты продвижения продукции СМИ на основе полученных данных	<b>Знать</b> основы продвижения продукции СМИ <b>Уметь</b> анализировать результаты продвижения продукции СМИ <b>Владеть</b> навыками анализа данных при продвижении продукции СМИ
ПК-13	Способен составлять планы работы, оценивать их содержание и трудоемкость выполнения в зависимости от квалификации	<b>Знать</b> основные принципы планирования работ <b>Уметь</b> оценивать содержание и трудоемкость выполнения работ <b>Владеть навыками</b> составления планов работы, оценивания их содержание и трудоемкости выполнения в зависимости от квалификации
ПК-16	Владеет программным обеспечением и техническими средствами для регулярной коммуникации, мониторинга информации в Интернет	<b>Знать</b> правила коммуникации в сети Интернет <b>Уметь</b> осуществлять мониторинг информации в сети Интернет <b>Владеть</b> программным обеспечением и техническими средствами для регулярной коммуникации

## 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 на базе предприятий Владимирской области и иных регионов, а также при необходимости на базе ВлГУ, на 1-18 неделе 7 семестра в соответствии с графиком учебного процесса и встраивается в сетку расписания учебных занятий.

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

Общая трудоемкость учебной практики составляет 6 зачетных единицы/216 часов/4 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	208				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 предприятия. Отчет студента по практике содержит анализ деятельности и оценочные суждения о значении проведенной работы для освоения 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

<b>Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)</b>	<b>Основные показатели оценки результата</b>
<p>УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</p> <p>ПК-1 Способен использовать современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты</p> <p>ПК-2 Способен находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные</p>	<p>«Зачтено» :  <b>«Отлично» (от 90% до 100%)</b> - 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</p>

методы исследования	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.
ПК-3 Способен вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)	«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 незначительными недочетами, которые не исключают освоение у обучающегося соответствующих компетенций, материал изложен в основном в логической последовательности, систематично, аргументированно; более 75% компетенций освоены;
ПК-4 Способен составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договоров	«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
ПК-5 Способен выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей	
ПК-6 Способен составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов исследования, владение текстовым редактором для составления отчетов	
ПК-7 Способен разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга, информационных, коммуникационных и PR-кампаний	
ПК-8 Способен интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций	
ПК-9 Способен осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение	
ПК-10 Способен выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями	
ПК-11 Способен формулировать наблюдаемые, измеримые и достоверные показатели, характеризующие продвижение продукции СМИ	
ПК-12 Способен анализировать результаты продвижения продукции СМИ на основе полученных данных	
ПК-13 Способен составлять планы работы, оценивать их содержание и трудоемкость выполнения в зависимости от квалификации	
ПК-16 Владеет программным	

<p>обеспечением и техническими средствами для регулярной коммуникации, мониторинга информации в Интернет</p>	<p>обучающегося соответствующих компетенций на необходимом уровне, материал изложен в основном в логической последовательности, систематично, аргументированно; - более 50% компетенций освоены;  <i>«Незачтено»</i>  <b>«Неудовлетворительно» (меньше либо равно 59%)</b> - 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 уточняющие вопросы, 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 Пабlishер, 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

Публишерз,

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 Паблшер, 2016. <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961409604.html>

в) интернет-ресурсы:

1. [www.studentlibrary.ru](http://www.studentlibrary.ru)

### **15. Материально-техническое обеспечение производственной практики**

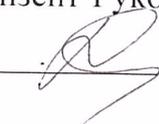
Материально-технические средства и профессиональное оборудование управления по воспитательной работе и связям с общественностью ВлГУ (помещения, оборудованные телефонной линией, компьютерами, выходом в интернет).

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

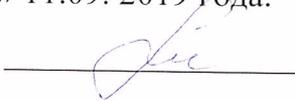
Выбор мест прохождения практики для лиц с ограниченными возможностями здоровья производится с учетом состояния здоровья обучающихся и требований по доступности.

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.