

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 образовательной
деятельности

А.А.Панфилов

« 11 » 09 _____ 2019 г.

Программа преддипломной 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 – преддипломная

2. Цели преддипломной практики

Целью преддипломной практики является
- совершенствование навыков профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.

3. Задачи преддипломной практики

Задачами преддипломной практики являются
- совершенствование навыков реализации знаний в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве;
- совершенствование навыков осуществления профессиональных функций в области рекламы;
- сбор данных для подготовки выпускной квалификационной работы.

4. Способы проведения преддипломной практики
стационарно-выездная

5. Формы проведения преддипломной практики

После экзаменационной сессии в 8 семестре, в специально отведенное для этого время.

Преддипломная 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 преддипломной 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	Способность управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	Знать: правила управления временем; Уметь: управлять своим временем; Владеть: способностью выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
ПК-1	Способен использовать современные информационно-коммуникационные	Знать: особенности проявления разных видов коммуникации Уметь: определять принадлежность субъекта

	технологии и специализированные рекламные продукты	к определенной целевой аудитории Владеть: способностью определять средства для установления первичной коммуникации
ПК-2	Способен находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы исследования	Знать: особенности анализа необходимой информации Уметь: находить и анализировать необходимую информацию Владеть: навыками применения количественных и качественных методов исследования
ПК-3	Способен вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)	Знать: основные принципы ведения деловых переговоров с клиентами Уметь: устанавливать деловые отношения с партнерами Владеть: навыками ведения деловых переговоров
ПК-4	Способен составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договоров	Знать: правила составления и оформления договоров Уметь: оформлять необходимую документацию по реализации договоров Владеть: навыками составления договоров гражданско-правового характера
ПК-5	Способен выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей	Знать: характеристики целевой аудитории потребителей Уметь: выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ Владеть: информацией о потребительском спросе, целевой аудитории потребителей
ПК-6	Способен составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов исследования, владение текстовым редактором для составления отчетов	Знать: особенности составления аналитических отчетов, Уметь: проводить презентацию результатов исследования Владеть: текстовым редактором для составления отчетов
ПК-7	Способен разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга, информационных, коммуникационных и PR-компаний	Знать: особенности разработки концептуальных и стратегических документов Уметь: разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга, информационных,

		коммуникационных и PR-компаний Владеть: навыками работы с документами в области маркетинга и PR
ПК-8	Способен интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций	Знать: основные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций Уметь: интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций Владеть: навыками средства продвижения
ПК-9	Способен осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение	Знать: основные правила планированию мероприятий Уметь: планировать расходы на проведение мероприятий по продвижению продукции Владеть: навыком планирования мероприятий
ПК-10	Способен выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями	Знать: особенности выступления на публичных мероприятиях Уметь: выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями Владеть: навыками выступления с докладами и презентациями
ПК-12	Способен анализировать результаты продвижения продукции СМИ на основе полученных данных	Знать: методы продвижения продукции СМИ Уметь: анализировать результаты продвижения продукции СМИ на основе полученных данных, работать с полученными данными Владеть: способностью продвижения продукции СМИ
ПК-13	Способен составлять планы работы, оценивать их содержание и трудоемкость выполнения в зависимости от квалификации	Знать: основные правила составления планов работы Уметь: составлять планы работы Владеть: навыком оценивания содержания и трудоемкость выполнения планов работы
ПК-16	Владеет программным обеспечением и техническими средствами для регулярной коммуникации, мониторинга информации в интернет	Знать: технические средства для коммуникации и мониторинга Уметь: проводить мониторинг в интернете Владеть: программным обеспечением и техническими средствами для регулярной коммуникации, мониторинга

ПК-18	Способен владеть популярными сервисами для оценки посещаемости и характеристики аудитории сайта	информации в интернет Знать: критерии оценки посещаемости сервисов Уметь: оценивать посещаемость и характеристику аудиторий сайта Владеть: популярными сервисами для оценки посещаемости и характеристики аудитории сайта
ПК-22	Способен формулировать ключевые послания и сообщения	Знать: ключевые послания и сообщения Уметь: формулировать ключевые послания и сообщения Владеть: навыками формулировки посланий и сообщений
ПК-23	Владеть методиками оценки результатов информационной, коммуникационной и PR-компаний	Знать: методики оценки результатов компаний Уметь: оценивать результаты информационной, коммуникационной и PR-компаний Владеть: методиками оценки результатов информационной, коммуникационной и PR-компаний
ПК-24	Способен организовывать инфраструктуру коммуникации и информационного обмена между участниками проекта	Знать: особенности информационного обмена и инфраструктуры коммуникации Уметь: организовывать инфраструктуру коммуникации и информационного обмена между участниками проекта Владеть: навыками информационного обмена

7. Место преддипломной практики в структуре ОПОП

Преддипломная практика является завершающей и базируется на знаниях, полученных в ходе освоения образовательной программы подготовки бакалавров по направлению 42.03.02 «Реклама и связи с общественностью». Для успешного прохождения преддипломной практики требуются теоретические знания в области массовой коммуникации и информации, рекламы и связей с общественностью, знание механизмов влияния массовой информации на целевые аудитории.

Преддипломная практика позволяет закрепить теоретические знания с помощью практической деятельности и, таким образом, дает представление о степени подготовленности студента к профессиональной деятельности.

8. Место и время проведения преддипломной практики

Преддипломная практика проводится на базе предприятий Владимирской области и иных регионов, а также при необходимости на базе ВлГУ, в 8 семестре в соответствии с графиком учебного процесса.

9. Объем преддипломной практики в зачетных единицах и ее продолжительность в неделях или академических часах
Общая трудоемкость практики составляет 6 зачетных единицы/216 часов/4 недели

10. Структура и содержание преддипломной практики

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды 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 преддипломной 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 преддипломной практике

Основные показатели оценки планируемых результатов

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Основные показатели оценки результата
УК-6 Способность управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	«Зачтено» : «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
ПК-1 Способен использовать современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные рекламные продукты	

<p>ПК-2 Способен находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы исследования</p>	<p>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>ПК-3 Способен вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)</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</p>
<p>ПК-4 Способен составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договоров</p>	<p>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;</p>
<p>ПК-5 Способен выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей</p>	<p>«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</p>
<p>ПК-6 Способен составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов исследования, владение текстовым редактором для составления отчетов</p>	
<p>ПК-7 Способен разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга, информационных, коммуникационных и PR-компаний</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</p>	

докладами и презентациями	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;
ПК-12 Способен анализировать результаты продвижения продукции СМИ на основе полученных данных	«Незачтено»
ПК-13 Способен составлять планы работы, оценивать их содержание и трудоемкость выполнения в зависимости от квалификации	«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 уточняющие вопросы, не продемонстрировано умение излагать материал в логической последовательности, систематично, аргументированно; 50% компетенций и более не освоены
ПК-16 Владеет программным обеспечением и техническими средствами для регулярной коммуникации, мониторинга информации в интернет	
ПК-18 Способен владеть популярными сервисами для оценки посещаемости и характеристики аудитории сайта	
ПК-22 Способен формулировать ключевые послания и сообщения	
ПК-23 Владеть методиками оценки результатов информационной, коммуникационной и PR-компаний	
ПК-24- Способен организовывать инфраструктуру коммуникации и информационного обмена между участниками проекта	

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

13. Перечень информационных технологий, используемых при проведении преддипломной 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 преддипломной 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 преддипломной практики

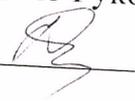
Материально-технические средства и профессиональное оборудование управления по воспитательной работе и связям с общественностью ВлГУ (помещения, оборудованные телефонной линией, компьютерами, выходом в интернет).

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

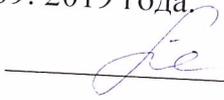
Выбор мест прохождения практики для лиц с ограниченными возможностями здоровья производится с учетом состояния здоровья обучающихся и требований по доступности.

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  А.А. Никешин, старший преподаватель

Рецензент Руководитель пресс-службы ВПО «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.