

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 производственной практики

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 (производственная).

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 8 недель, в специально отведенное для этого время, обозначенное в сетке расписания 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**
ПК-14	способность реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности	Знать: • профессиональные функции в области рекламы Уметь: • решать практические задачи в области рекламы Владеть: • способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности
ПК-15	владение навыками работы в отделе	Знать: • систему работы в отделе

	работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве	рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве Уметь: <ul style="list-style-type: none"> • участвовать в решении производственных задач; Владеть: <ul style="list-style-type: none"> • навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве
--	--	---

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 1-18 неделе 7 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 12 зачетных единицы/432 часов/8 недель.

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	428				Записи в дневнике практики
---	---	-----	--	--	--	----------------------------

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

Основные показатели оценки планируемых результатов

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Основные показатели оценки результата
<p>ПК-14 способность реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности</p> <p>ПК-15 владение навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве</p>	<p>«Отлично» - 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>«Хорошо» - 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>«Удовлетворительно» - 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>«Неудовлетворительно» - необходимые практические навыки работы не сформированы, выполненные учебные задания содержат грубые ошибки, практикант пропускал рабочие дни без</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.

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

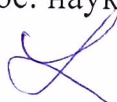
Материально-технические средства и профессиональное оборудование, предоставляемые предприятием – местом производственной практики.

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

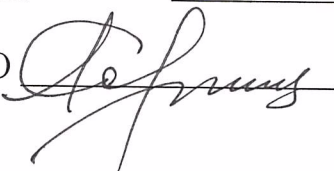
Выбор мест прохождения практики для лиц с ограниченными возможностями здоровья производится с учетом состояния здоровья обучающихся и требований по доступности.

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“ Фришнов А.Н. 

Программа одобрена на заседании УМК кафедры ЖРСО
протокол № 1 от « » 29.08. 2016 года.

Зав. кафедрой ЖРСО  С.А.Говердовская-Привезенцева

**ЛИСТ ПЕРЕУТВЕРЖДЕНИЯ
ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**

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

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

Программа 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 Гуманитарный

Кафедра журналистики, рекламы, и связей с общественностью

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

(подпись, ФИО)

Актуализация программы практики

(наименование дисциплины)

Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль/программа подготовки

Уровень высшего образования

Форма обучения

Владимир 20__

Рабочая программа учебной дисциплины актуализирована в части рекомендуемой литературы.

Актуализация выполнена: _____

(подпись, должность, ФИО)