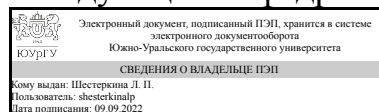


УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой



Л. П. Шестеркина

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА практики

Практика Производственная практика, профессионально-творческая практика для направления 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Уровень Бакалавриат

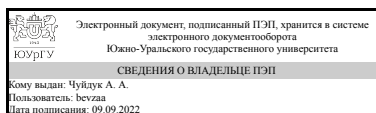
профиль подготовки Реклама и связи с общественностью в новых медиа

форма обучения заочная

кафедра-разработчик Журналистика, реклама и связи с общественностью

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Минобрнауки от 08.06.2017 № 512

Разработчик программы,
преподаватель



А. А. Чудук

1. Общая характеристика

Вид практики

Производственная

Тип практики

профессионально-творческая

Форма проведения

Дискретно по видам практик

Цель практики

Познакомить студента с рыночно-исследовательской и проектной деятельностью в сфере рекламы и связей с общественностью (PR). В рамках данной практики студенты должны получить аналитические навыки, приобрести умение подготовки сценариев промо-акций различных продуктов/услуг.

Задачи практики

- Рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая: участие в организации и проведении маркетинговых исследований с целью составления прогноза развития рынка, его емкости и динамики спроса и предпочтений потребителей и разработки мер по повышению конкурентной позиции фирмы, организации, товаров и услуг;
- Проектная: участие в проектировании программ и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью.

Краткое содержание практики

В рамках практики обучающиеся должны научиться проводить анализ рекламной и PR-деятельности предприятия/организации; маркетинговый анализ конкурентной среды предприятия; подготовку сценария промо-акции продукта/услуги.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения практики

| Планируемые результаты освоения ОП ВО | Планируемые результаты обучения при прохождении практики |
|--|--|
| ПК-1 ПКО-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий | Знает: Функционал менеджера по коммуникациям в рамках текущей деятельности отделов рекламы и связей с общественностью и принципы реализации коммуникационного проекта; |
| | Умеет: Осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии |
| | Имеет практический опыт: Участия в |

| | |
|---|--|
| | творческом процессе создания проектов по рекламе и связям с общественностью; |
| ПК-2 ПКО-2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта | Знает: Принципы создания текстов по рекламе и связям с общественностью с учетом специфики каналов коммуникаций; |
| | Умеет: Создавать основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной и PR-кампании; |
| | Имеет практический опыт: Осуществления авторской деятельности с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта; |

3. Место практики в структуре ОП ВО

| Перечень предшествующих дисциплин, видов работ | Перечень последующих дисциплин, видов работ |
|---|--|
| Имиджелогия Реклама и связи с общественностью в международной сфере Международные медиакоммуникации Корпоративная культура | Современная пресс-служба Практикум по видам профессиональной деятельности Планирование и проведение рекламной кампании |

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым для прохождения данной практики и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

| Дисциплина | Требования |
|---------------------------------|---|
| Международные медиакоммуникации | Знает: Особенности международных коммуникационных кампаний, Специфику разных типов СМИ и других медиа, мировой и отечественный опыт в области медиакоммуникаций Умеет: Создавать коммуникационный продукт для международных коммуникационных кампаний, Создавать коммуникационные продукты с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта Имеет практический опыт: Анализа международных коммуникационных кампаний, Создания информационных поводов для кампаний и проектов с сфере международных медиакоммуникаций |
| Корпоративная культура | Знает: Методы организации профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью на основе принципов |

| | |
|--|---|
| | <p>открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности., Основы командной деятельности в ходе подготовки рекламных и PR-проектов с учетом возможностей, интересов, способностей, навыков участников, способствуя их консолидации и самореализации.</p> <p>Умеет: Оптимально распределять полномочия в коллективе, обеспечивая адаптацию персонала к условиям работы корпорации и поставленным целям, Определять тип корпоративной культуры и использовать средства оптимизации её элементов в организации.</p> <p>Имеет практический опыт: Командной деятельности в ходе подготовки рекламных и PR-проектов с учетом возможностей, интересов, способностей, навыков участников, способствуя их консолидации и самореализации., Участия в подготовке коммуникационных проектов и проведении мероприятий с целью формирования и развития корпоративной идентичности.</p> |
| <p>Имиджелогия</p> | <p>Знает: Основные принципы построения имиджа компании (и др.объектов коммерческой и социально-общественной деятельности)., Теорию и практику имиджмейкинга, основные принципы построения профессионального образа и самопрезентации, этические и моральные принципы эффективных межличностных и массовых коммуникаций.</p> <p>Умеет: Формировать образ компании и продвигать по средствам массовых коммуникаций, проектов и мероприятий., Формировать свой профессиональный образ с применением технологий имиджирования, выстраивать коммуникации на основе приемов аттракции, эмпатии, открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p> <p>Имеет практический опыт: В области построения имиджа организации и др.объектов (территории, личность) и его продвижения на разномасштабном уровне., Управления технологиями имиджмейкинга, самопрезентации и применяет их в профессиональных межличностных, корпоративных и массовых коммуникациях.</p> |
| <p>Реклама и связи с общественностью в международной сфере</p> | <p>Знает: Особенности рекламного и PR-продукта в международной сфере, Особенности планирования и проведения международных рекламных и PR-кампаний</p> <p>Умеет: Создавать информационные поводы для</p> |

| | |
|--|---|
| | <p>международных рекламных и PR-проектов, Разрабатывать рекламные и PR-продукты с учетом специфики зарубежных рынков</p> <p>Имеет практический опыт: Применения творческих решений в реализации рекламных и PR-проектов с учетом мирового и отечественного опыта, Анализа международных рекламных и PR-проектов</p> |
|--|---|

4. Объём практики

Общая трудоемкость практики составляет зачетных единиц 6, часов 216, недель 4.

5. Структура и содержание практики

| № раздела (этапа) | Наименование или краткое содержание вида работ на практике | Кол-во часов |
|-------------------|--|--------------|
| 1 | <p>Ознакомительный этап.</p> <p>Ознакомительные лекции, инструктаж по технике безопасности. Изучение истории создания организации, современного состояния и основных направлений деятельности организации. Посещение всех основных подразделений организации, описание специфических видов деятельности данных подразделений.</p> | 24 |
| 2 | <p>Анализ рекламной и PR-деятельности предприятия/организации.</p> <p>Ознакомление с документами, характеризующими как рекламную, так и PR-деятельность предприятия/организации. Посещение всех подразделений организации, ведущих рекламную и PR-деятельность. Изучение и сравнительный анализ должностных инструкций сотрудников подразделений, ведущих рекламную и PR-деятельность предприятия/организации. Описание всех видов деятельности подразделений, ведущих рекламную и PR-деятельность предприятия/организации. Характеристика всех целевых аудиторий предприятия/организации. Определение особенностей рекламной и PR-деятельности предприятия/организации, связанных со спецификой проблем и задач основной сферы его деятельности (в том числе отдельных отраслей бизнеса, политики, социальной сферы).</p> | 32 |
| 3 | <p>Маркетинговый анализ макро- и микросреды предприятия.</p> <p>Маркетинговый анализ положения предприятия на рынке. Дать оценку сильных и слабых сторон компании, и ее внешних возможностей и угроз. Составить матрицу SWOT-анализа.</p> | 64 |
| 4 | Подготовка сценария промо-акции продукта/услуги. | 48 |

| | | |
|---|---|----|
| | Участие в подготовке и проведении промо-акции предприятия (организации). Подготовить предложения по проведению промо-акции продукта/услуги, самостоятельно разработать сценарий, принять участие в осуществлении промо-акций предприятия (организации) в случае их проведения. | |
| 5 | Анализ основных положений Российского Кодекса практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (АКАР) применительно к организации, выбранной для прохождения практики. Изучение соблюдения основных положений Российского Кодекса практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (АКАР) в организации, выбранной для прохождения практики. | 12 |
| 6 | Анализ основных положений Российского кодекса профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью (РАСО), применительно к организации, выбранной для прохождения практики. Изучение соблюдения основных положений Российского кодекса профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью (РАСО), в организации, выбранной для прохождения практики. | 12 |
| 7 | Подготовка отчета о практике. | 24 |

6. Формы отчетности по практике

По окончании практики, студент предоставляет на кафедру пакет документов, который включает в себя:

- дневник прохождения практики, включая индивидуальное задание и характеристику работы практиканта организацией;
- отчет о прохождении практики.
- характеристику работы практиканта организацией;

Формы документов утверждены распоряжением заведующего кафедрой от 31.08.2020 №1.

7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по практике

Вид промежуточной аттестации – дифференцированный зачет. Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

7.1. Контрольные мероприятия (КМ)

| № КМ | Семестр | Вид контроля | Название контрольного мероприятия | Вес | Макс.балл | Порядок начисления баллов | Учитель |
|------|---------|--------------|-----------------------------------|-----|-----------|---------------------------|---------|
|------|---------|--------------|-----------------------------------|-----|-----------|---------------------------|---------|

| | | | | | | | |
|---|---|------------------|--|---|----|--|------------------------|
| 1 | 6 | Текущий контроль | Проверка дневника прохождения практики | 1 | 30 | 30 баллов: начисляется, если правильно оформлено задание на практику, сформулированы цель и задачи практики (соотносятся с видом практики), описаны как минимум 3 задачи; календарный график прохождения практики представлен полно: описан каждый из дней периода практики; документ содержит тематические блоки – этапы практики и приведено детальное описание каждого из этапов, отражены виды выполненной работы; отмечены освоенные студентом компетенции; в документе есть виза руководителя и печать предприятия; 20 баллов: начисляется, если при оформлении задания на практику, в описании цели и ряда задач практик допущены ошибки (цель или задачи сформулированы неточно и/или описано не более 2 задач); содержание практики и календарный график практики отражены недостаточно полно (есть пропуски в календарном графике; несоответствие календарного графика установленным срокам практики); лист компетенций заполнен руководителем с места практики; 10 баллов: начисляется, если значительная часть запланированной работы не выполнена; календарный график представлен описанием не более 10 дней от общего количества дней практики или заполнен некорректно (не в соответствии с установленными учебным планом сроками практики); содержание и итог выполненной работы не описаны; лист компетенций не заполнен руководителем с места практики; 0 баллов: начисляется, если дневник не заполнен. | дифференциальный зачет |
| 2 | 6 | Текущий контроль | Проверка отчета по практике | 1 | 30 | 30 баллов: начисляется, если отчет оформлен в соответствии с утвержденными требованиями: имеет титульный лист с правильным указанием вида практики и подразделения; содержит не менее 5 страниц полного текста Times New Roman 14 кеглем (допустимо наличие скриншотов/картинок/фото/таблиц/диаграмм и др. иллюстративного материала); видна четкая структура отчета (имеет содержание), вводные данные о выбранном месте практики, трудовом коллективе; подробно описаны этапы выполнения практических заданий от куратора/руководителя с места | дифференциальный зачет |

| | | | | | | | |
|---|---|--------------------------|--|---|---|---|------------------------|
| | | | | | <p>практики; подведены итоги, дана собственная оценка применению теоретических знаний, полученных в предшествующих семестрах учебного года, в практической деятельности; освоены и закреплены необходимые компетенции и получены определенные навыки; 20 баллов: начисляется, если при оформлении отчета по практике допущены ошибки; отчет не содержит четкой структуры и логики изложения, количество страниц составляет не более 4 (включая титульный лист); не описан приобретенный практический опыт; 10 баллов: начисляется, если содержание отчета не соотносится с дневником практиканта; не в полной мере описано выполнение ассистентских заданий от куратора/руководителя практики; не в полной мере освоены и/или раскрыты навыки создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечения внутренней и внешней коммуникации; работы в отделе рекламы/маркетинговом отделе/рекламном агентстве. 0 баллов: начисляется, если отчет не заполнен или отсутствует.</p> | | |
| 3 | 6 | Промежуточная аттестация | <p>Защита отчета по итогам практики (выступление с докладом о результатах пройденной практики)</p> | - | 40 | <p>40 баллов: начисляется, если студент представил весь пакет утвержденных документов и материалов по практике своевременно; студент защитил доклад по итогам пройденной практики, ответил на все вопросы преподавателя (комиссии преподавателей) согласно установленным срокам; доклад целостный и содержательный, имеет четкую логику и структуру, содержит описание каждого из этапов практики; студент имеет положительный отзыв (характеристику) с места практики; 30 баллов: начисляется, если студент представил весь пакет утвержденных документов и материалов по практике своевременно; в докладе правильно сформулированы и отражены цель и задачи практики; публичная защита отчета по результатам пройденной практики состоялась в установленные сроки, однако есть нарушения регламента выступления; соблюдены орфоэпические и речевые нормы современного русского языка; студент ответил не на все вопросы преподавателя (комиссии); 20 баллов: начисляется, если пакет утвержденных</p> | дифференциальный зачет |

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|
| | | | | | <p>документов представлен своевременно, однако есть нарушения в оформлении документов; публичная защита осуществлена с нарушением регламента, результат практической деятельности в рамках выступления представлен недостаточно полно, фрагментарно; не соблюдены орфоэпические и речевые нормы современного русского языка; студент ответил не на все вопросы преподавателя (комиссии); 10 баллов: начисляется, если студент имеет низкую оценку от руководителя места практики; утвержденные документы заполнены с нарушениями и сданы несвоевременно; публичная защита не состоялась. 0 баллов: начисляется, если отчет, дневник, характеристика практиканта не представлены; публичная защита не состоялась.</p> |
|--|--|--|--|--|--|

7.2. Процедура проведения, критерии оценивания

- Процедура промежуточной аттестации проходит в соответствии с Положением о текущем контроле и промежуточной аттестации обучающихся в ЮУрГУ.

Аттестационные испытания проводятся преподавателем, ответственным за практику, и кураторами учебных групп в день, назначенный распоряжением заведующего кафедрой. - Процедура проведения промежуточной аттестации по практике представляет собой публичную защиту доклада о результатах проделанной работы в рамках практики. Время ответа – не более 10 минут. - Экзаменатору предоставляется право задавать обучающимся дополнительные вопросы в рамках программы практики текущего семестра. - Оценка результатов промежуточной аттестации по практике складывается из оценки руководителя по практике от предприятия и результатов устной публичной защиты и объявляется обучающимся в день его проведения.

7.3. Оценочные материалы

| Компетенции | Результаты обучения | № КМ | | |
|-------------|--|------|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 |
| ПК-1 | Знает: Функционал менеджера по коммуникациям в рамках текущей деятельности отделов рекламы и связей с общественностью и принципы реализации коммуникационного проекта; | + | | + |
| ПК-1 | Умеет: Осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии | + | | + |
| ПК-1 | Имеет практический опыт: Участия в творческом процессе создания проектов по рекламе и связям с общественностью; | + | | + |
| ПК-2 | Знает: Принципы создания текстов по рекламе и связям с общественностью с учетом специфики каналов коммуникаций; | | + | + |
| ПК-2 | Умеет: Создавать основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной и PR-кампании; | | + | + |

| | | | |
|------|--|--|----|
| ПК-2 | Имеет практический опыт: Осуществления авторской деятельности с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта; | | ++ |
|------|--|--|----|

Типовые контрольные задания по каждому мероприятию находятся в приложениях.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение практики

Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

1. Мудров, А. Н. Основы рекламы [Текст] учеб. для вузов по специальности 350700 "Реклама" А. Н. Мудров. - М.: Экономистъ, 2006. - 318 с. ил.
2. Федотова, Л. Н. Реклама в коммуникационном процессе [Текст] учеб. для вузов по специальности "Связи с общественностью" Л. Н. Федотова. - М.: Камерон, 2005. - 462, [1] с.
3. Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью. Вводный курс [Текст] учеб. пособие для вузов по специальности "Связи с общественностью" С. М. Емельянов. - СПб. и др.: Питер, 2006. - 240 с.
4. Хакимова, Е. М. Практикум по письменной речи специалистов по связям с общественностью и рекламе. Орфография [Текст] учеб. пособие для 1 курса по специальности "Связи с общественностью" Е. М. Хакимова ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Мас. коммуникация ; ЮУрГУ. - Челябинск: Издательский Центр ЮУрГУ, 2009. - 64, [1] с. ил. электрон. версия

б) дополнительная литература:

1. Музыкант, В. Л. Формирование брэнда средствами PR и рекламы [Текст] учеб. пособие для вузов по специальностям 061500 "Маркетинг", 350700 "Реклама" В. Л. Музыкант. - 2-е изд., с изм. - М.: Экономистъ, 2006. - 606, [1] с.
2. Пелленен, Л. В. Взаимодействие со СМИ как PR-технология в системе массовой коммуникации [Текст] монография Л. В. Пелленен. - Челябинск: Цицero, 2013. - 139 с. ил.
3. Пелленен, Л. В. PR в сфере промышленности [Текст] учеб. пособие по специальности 030602 "Связи с общественностью" Л. В. Пелленен ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Фак. журналистики, Каф. Связи с общественностью ; ЮУрГУ. - Челябинск: Цицero, 2012. - 245 с. ил.

из них методические указания для самостоятельной работы студента:

Не предусмотрена

Электронная учебно-методическая документация

| № | Вид литературы | Наименование ресурса в электронной форме | Библиографическое описание |
|---|----------------|--|----------------------------|
|---|----------------|--|----------------------------|

| | | | |
|---|--|---------------------------------------|---|
| 1 | Методические пособия для самостоятельной работы студента | Учебно-методические материалы кафедры | Бевз, А.А. Методические указания по подготовке, организации и проведению студенческой практики. – Челябинск, кафедра журналистики, рекламы и связей с общественностью ИМСГН ЮурГУ, 2019. https://sites.susu.ru/fj2/wp-content/uploads/sites/58/2021/11/2019-Методические-указания-по-подготовке-организации-и-проведению-студенческой-практики.pdf |
|---|--|---------------------------------------|---|

9. Информационные технологии, используемые при проведении практики

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Adobe-Creative Suite Premium (Bridge, Illustrator, InDesign, Photoshop, Version Cue, Acrobat Professional, Dreamweaver, GoLive)(бессрочно)
2. Microsoft-Windows(бессрочно)
3. Microsoft-Office(бессрочно)
4. Corel-CorelDRAW Graphics Suite X(бессрочно)
5. Microsoft-Visual Studio(бессрочно)
6. ABBYY-FineReader 8(бессрочно)

Перечень используемых информационных справочных систем:

1. -База данных polpred (обзор СМИ)(бессрочно)
2. -Информационные ресурсы ФГУ ФИПС(бессрочно)

10. Материально-техническое обеспечение практики

| Место прохождения практики | Адрес места прохождения | Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, обеспечивающие прохождение практики |
|--|---|---|
| АО "Промышленная Группа "Метран" | 454138, Челябинск, пр-т Новоградский, 15 | компьютерная техника, программы Corel-CorelDRAW Graphics Suite X, Microsoft-Windows; |
| Благотворительный фонд "ДОБРЫЙ ВОЛШЕБНИК" | 454018, Челябинск, Косарева, 63, помещение 1 | компьютерная техника, программы Corel-CorelDRAW Graphics Suite X, Microsoft-Windows; |
| Администрация Копейского городского округа Челябинской области | 456618, г.Копейск, ул.Ленина, д.52 | компьютерная техника, программы Corel-CorelDRAW Graphics Suite X, Microsoft-Windows; |
| ЗАО Типография Автограф | 454091, г. Челябинск, ул. Постышева, 2 | компьютерная техника, программы Corel-CorelDRAW Graphics Suite X, Microsoft-Windows; |
| Издательский дом ООО "Студия Фьюжен" | 454014, г. Челябинск, ул. Ворошилова ,15-2 | компьютерная техника, программы Corel-CorelDRAW Graphics Suite X, Microsoft-Windows; |
| Челябинское региональное | 454048, | компьютерная техника, программы |

| | | |
|---|--|--|
| благотворительное общественное движение помощи онкобольным детям "Искорка фонд" | Челябинск, ул. Братьев Кашириных, д. 99Б | Corel-CorelDRAW Graphics Suite X, Microsoft-Windows; |
| Автономная некоммерческая организация Редакция газеты "ВПЕРЕД" | 457100, г. Троицк, Ленина, 106 | компьютерная техника, программы Corel-CorelDRAW Graphics Suite X, Microsoft-Windows; |
| Администрация г. Челябинска | 454000, г. Челябинск, пл.Революции, 2 | компьютерная техника, программы Corel-CorelDRAW Graphics Suite X, Microsoft-Windows; |
| Администрация Губернатора Челябинской области | 454089, г. Челябинск, ул.Цвиллинга, д.27 | компьютерная техника, программы Corel-CorelDRAW Graphics Suite X, Microsoft-Windows; |