

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Искаков Ирлан Жангазыевич Автономная некоммерческая организация высшего образования

Должность: Ректор

«Университет при Межпарламентской Ассамблее ЕвразЭС»

Дата подписания: 26.10.2022 23:52:01

Уникальный программный ключ:

a748d5b672796bd7b37612bb23a3449357804892a0d120774ea9def3ef7a2bc0

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Производственная практика (практика по приобретению профессиональных навыков)

(наименование вида и типа практики)

Направление подготовки/Специальность **42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

Квалификация выпускника **Бакалавр**

Направленность (профиль) **Реклама и связи с общественностью**

2022 г.

1. Вид и формы (форма) проведения практики

Освоение основных профессиональных образовательных программ предусматривает проведение практики обучающихся. Практика обучающихся в АНО ВО «Университет при МПА ЕврАзЭС» является составной частью основной профессиональной образовательной программы высшего образования и представляет собой одну из форм организации учебного процесса, заключающуюся в практической подготовке обучающихся на базах практики.

Практическая подготовка - форма организации образовательной деятельности при освоении образовательной программы в условиях выполнения обучающимися определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью и направленных на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенций по профилю соответствующей образовательной программы.

Практическая подготовка при проведении практики организуется путем непосредственного выполнения обучающимися определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Практическая подготовка может включать в себя отдельные занятия лекционного типа, которые предусматривают передачу учебной информации обучающимся, необходимой для последующего выполнения работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Практическая подготовка может быть организована:

1) непосредственно в Университете, в том числе в структурном подразделении Университета, предназначенном для проведения практической подготовки (при наличии);

2) в организации, осуществляющей деятельность по профилю соответствующей образовательной программы (далее - профильная организация), в том числе в структурном подразделении профильной организации, предназначенном для проведения практической подготовки, на основании договора, заключаемого между Университетом и профильной организацией.

Обучающиеся, совмещающие обучение с трудовой деятельностью, вправе проходить практику по месту трудовой деятельности в случаях, если профессиональная деятельность, осуществляемая ими, соответствует требованиям образовательной программы к проведению практики.

Виды (типы) практики, способ(ы) и форма(мы) (при наличии) ее проведения определяются образовательной программой, разработанной в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью в соответствии с частью 10 статьи 11 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации».

Вид (тип) практики: производственная практика (практика по приобретению профессиональных навыков)

Содержание и последовательность прохождения практики определяется соответствующими программой и учебным планом. Прохождение практики может осуществляться непрерывно либо путем чередования с реализацией иных компонентов образовательной программы в соответствии с календарным учебным графиком и учебным планом с учетом возможностей соответствующей базы в учреждениях и организациях, выбранных в качестве места прохождения данной практики.

2. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В процессе прохождения производственной практики (практики по приобретению профессиональных навыков) у обучающихся должны быть сформированы следующие **компетенции**:

ПК-2 - способен проводить мероприятия по совершенствованию имиджа организации, продвижению товаров и услуг, контролировать и оценивать эффективность результатов продвижения.

Целью прохождения практики является достижение следующих результатов обучения (индикаторов достижения компетенций):

Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения
ИД-1 (ПК-2). Владеет технологиями конструирования и продвижения имиджа организации	<i>умеет</i>
	РО-1 ИД-1 (ПК-2) анализировать и применять методы мониторинга и исследований имиджа и репутации; РО-2 ИД-1 (ПК-2) поддерживать и транслировать имидж и репутацию в процессе внешней и внутренней коммуникации;
	<i>владеет</i> РО-3 ИД-1 (ПК-2) методологией, методикой и технологиями формирования имиджа и репутации; РО-4 ИД-1 (ПК-2) приемами и средствами коррекции имиджа и репутации в кризисной ситуации, противодействия негативной информации и защиты репутации;
ИД-2 (ПК-2). Разрабатывает концепцию специальных мероприятий и осуществляет их организацию и проведение с учетом гендерной специфики целевой аудитории	<i>владеет</i>
	РО-5 ИД-2 (ПК-2) навыками реализации специальных мероприятий с учетом гендерной специфики целевой аудитории;
ИД-3 (ПК-2). Составляет стратегию по формированию и продвижению бренда	<i>умеет</i>
	РО-6 ИД-3 (ПК-2) создавать стратегию формирования бренда;
	<i>владеет</i> РО-7 ИД-3 (ПК-2) навыками построения бренда: позиционирование, создание идеи бренда, планирование стратегии продвижения бренда;
ИД-4 (ПК-2). Демонстрирует знание специфики продвижения продукции СМИ, идей и	<i>умеет</i>
	РО-8 ИД-4 (ПК-2) разрабатывать стратегию интернет-маркетинга; РО-9 ИД-4 (ПК-2) пользоваться различными

технологий посредством инструментов сети Интернет	инструментами интернет-маркетинга;
	<i>владеет</i>
	РО-10 ИД-4 (ПК-2) навыками веб-аналитики и анализа эффективности рекламных кампаний в сети Интернет;
ИД-5 (ПК-2). Выбирает оптимальные способы управления внутренними и внешними коммуникационными потоками	<i>умеет</i>
	РО-11 ИД-5 (ПК-2) управлять информационными потоками внутри фирмы;
	РО-12 ИД-5 (ПК-2) управлять коммуникационными процессами во внешней сфере организации;
	<i>владеет</i>
ИД-6 (ПК-2). Владеет инструментами планирования качественных и количественных данных рекламной кампании при закупке времени и места в СМК	<i>владеет</i>
	РО-14 ИД-6 (ПК-2) навыком разработки эффективных медиапланов;
ИД-7 (ПК-2). Владеет навыками координации маркетинговых усилий в управлении продажами	<i>умеет</i>
	РО-15 ИД-7 (ПК-2) использовать технологии эффективных продаж.

3. Место практики в структуре образовательной программы

Производственная практика (практика по приобретению профессиональных навыков) относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 2 «Практики» образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

4. Объем практики в зачетных единицах и ее продолжительности в неделях

	Наименование	Форма контроля	Фактическое кол-во ЗЕТ	Кол-во недель
1.	Производственная практика (практика по приобретению профессиональных навыков)	Зачет с оценкой	15	10

5. Содержание практики

Этапы практики и их содержание:

Подготовительный этап:

- выбор места прохождения практики;
- получение направления на практику;
- получение материалов для прохождения практики (дневник, программа);
- подготовка плана практики.

Основной этап:

- характеристика организации (места прохождения практики) и специфика деятельности;
- ознакомление со спецификой деятельности отдела, реализующего цели и задачи в области рекламы и связей с общественностью;
- ознакомление с основными должностными обязанностями и профессиональными функциями специалиста по рекламе и связям с общественностью в структуре организации;
- проанализировать организацию, планирование, управление и эффективность основных направлений рекламной деятельности и PR-деятельности.
- сбор необходимых материалов и документов для выполнения отчета по практике.

Аттестация по итогам практики:

- обработка и анализ полученных материалов по результатам практики;
- с учетом замечаний руководителя практики подготовка к защите отчета по практике;
- защита отчета.

6. Формы отчетности по практике

Формами отчетности по практике являются: отзыв-характеристика, отчет о прохождении практики, которые обучающиеся предоставляют для прохождения промежуточной аттестации по практике.

7. Оценочные материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по практике

Оценочные материалы представляют собой задания, обязательные для выполнения обучающимся на практике, позволяющие ему приобрести теоретические знания, практически умения (навыки) и опыт, а также решать задачи, связанные с будущей профессиональной деятельностью в рамках практической подготовки при проведении практики. Включают в себя:

7.1. Для проведения текущего контроля успеваемости

Для проведения текущего контроля успеваемости, позволяющего оценить ход прохождения практики обучающимся, используется дневник практики. В дневнике отражаются результаты текущей работы, выполненные задания. Дневник практики заполняется лично обучающимся. Записи о выполненных работах производятся по мере необходимости, но не реже 1 раза в неделю. Достоверность записей проверяется руководителем и заверяется его подписью.

7.2 Для проведения промежуточной аттестации по практике

Для проведения промежуточной аттестации по практике используется отчет по практике, который сдается руководителю. В отчете должно быть отражено следующее:

- данные о месте и сроках прохождения практики,
- описание деятельности организации – базы прохождения практики (не более одной-двух страниц),
- собственный анализ различных аспектов работы организации,
- описание выполненной в ходе практики работы с кратким изложением содержания изученных материалов,
- краткий анализ наиболее сложных и интересных, а также спорных проблем, с которыми столкнулся практикант в ходе прохождения практики,
- материалы, которые обучающийся использовал в ходе практики,
- свои выводы, замечания, предложения.

Отчет может содержать введение и заключение.

Отчет должен быть структурирован на главы и (или) параграфы.

К отчету должны быть приложены копии материалов и документов, в составлении которых практикант принимал участие.

Отчет о прохождении практики должен быть выполнен на компьютере на стандартных листах А-4. Текст печатается на одной стороне листа. Междустрочный интервал – 1,5, шрифт текста – 14 (Times New Roman). Ориентировочный объем отчета составляет 10-12 страниц. В данный объем не входят приложения и список использованных источников. По согласованию с преподавателем объем отчета может быть увеличен.

Защита отчета о прохождении практики проходит в форме зачета с оценкой. На защите обучающиеся представляют наработанные практические материалы. Результаты защиты отчета по практике отражаются в зачетной книжке студента.

Список вопросов к защите отчета по практике

1. Маркетинговые исследования: этапы реализации и методы проведения.
2. Деятельность по связям с общественностью как коммуникативный процесс.
3. Роль СМИ в формировании общественного мнения.
4. Оценка эффективности кампании по связям с общественностью Оперативный контроль и корректировка текущих процессов. Виды результатов.
5. Функции отдела по организации связей с общественностью в государственных организациях и учреждениях, коммерческих структурах и политических организациях.
7. Типология имиджа. Конструирование имиджа организации.
8. PR-технологии в конструировании внутрифирменных (внутрикорпоративных) коммуникаций.
9. Брендинг: сущность и содержание. Различия понятий: товарный знак, торговая марка, бренд. Бренд-менеджмент как средство эффективного позиционирования компании и/или фирменных товаров.
10. Виды и организация рабочих мероприятий по связям с общественностью.
11. Стратегия формирования фирменного стиля. Роль корпоративной философии и фирменной истории
12. Виды и способы продвижения продукции в Интернет.
13. Виды компаний или предприятий в сфере рекламы и связей с общественностью. Типовая организационная структура коммуникационного агентства.
14. Исследование и рейтинги СМИ. Параметры и виды исследований.

15. Коммуникационные задачи на различных этапах жизненного цикла продукта.
16. Медиапланирование (медиаakit) в коммуникационной кампании стратегия и тактика, основные показатели.
17. Объекты менеджмента и виды профессиональной деятельности менеджеров в области «рекламы и связей с общественностью».
18. Организационная структура отдела рекламы или связей с общественностью, его место в общей структуре предприятия.
19. Основные виды исследования при разработке и реализации информационно-коммуникационной кампании.
20. Основные направления рекламной и PR деятельности в интернет
21. Основные характеристики качественных и количественных параметров результатов рекламной или PR кампании, оценка эффективности рекламы и PR.
22. Особенности кадрового состава в рекламной отрасли.
23. Принципы таргетирования и методы изучения целевых аудиторий в системе коммуникаций; их роль в разработке коммуникационной программы.
24. Сегментация потребителей. Базовая информация и виды исследований для сегментации потребителей и таргетирования коммуникаций.
25. Специфика реализаций функций менеджмента в сфере рекламы и связей общественностью в организациях.
26. Специфика рекламных технологий в местах продаж (мерчендайзинг, POSM, SP).
27. Специфика управления и мотивации персонала в рекламной и PR индустрии.
28. Специфика ценообразования в области индустрии рекламы и связей с общественностью. Принципы и методы формирования бюджета рекламы и PR.
29. Тенденции на рынке исследований. Основные операторы рынка исследований.
30. Типизация видов и форм рекламных (коммуникационных) технологий
31. Факторы, влияющие на развитие технологий рекламы и связей с общественностью в интернет
32. Характеристика новых СМИ в интернет, продвижение продукции и услуг в социальных сетях.
33. Принципы таргетирования и методы изучения целевых аудиторий в системе коммуникаций; их роль в разработке коммуникационной программы.
34. Основные характеристики качественных и количественных параметров результатов рекламной или PR кампании, оценка эффективности рекламы и PR.
35. Особенности кадрового состава в рекламной отрасли.
36. Объекты менеджмента и виды профессиональной деятельности менеджеров в области «рекламы и связей с общественностью».
37. Организационная структура отдела рекламы или связей с общественностью, его место в общей структуре предприятия.
38. Основные виды исследования при разработке и реализации информационно-коммуникационной кампании.
39. Основные направления рекламной и PR деятельности в интернет
40. Коммуникационные задачи на различных этапах жизненного цикла продукта.
41. Медиапланирование (медиаakit) в коммуникационной кампании стратегия и тактика, основные показатели.

42. Виды и методы исследований в рекламе и связей с общественностью. Факторы, определяющие выбор способа проведения исследований.

43. Виды и способы продвижения продукции в Интернет.

44. Виды компаний или предприятий в сфере рекламы и связей с общественностью. Типовая организационная структура коммуникационного агентства.

7.3. Шкала оценивания результатов промежуточной аттестации и критерии выставления оценок

При форме контроля «зачет с оценкой» для оценки результатов прохождения обучающимися практики по итогам защиты отчета о практике используется шкала оценивания, включающая следующие оценки – «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно». Оценки выставляются в соответствии с приведенными ниже критериями:

«отлично»:

- обучающийся полностью выполнил программу практики;
- обучающийся способен продемонстрировать практические умения и навыки работы, освоенные им в соответствии с программой практики;
- у обучающегося сформированы на высоком уровне все компетенции, предусмотренные программой практики;
- обучающийся способен изложить ключевые понятия о явлениях и процессах, наблюдаемых во время практики;
- обучающийся способен изложить теоретические основы и обосновать выбор конкретного метода для проведения исследования;
- обучающийся подготовил индивидуальный отчет о самостоятельной работе во время прохождения практики;
- обучающийся защитил индивидуальный отчет о самостоятельной работе во время прохождения практики.
- ошибки и неточности отсутствуют.

«хорошо»:

- обучающийся по большей части выполнил программу практики;
- обучающийся способен продемонстрировать большинство практических умений и навыков работы, освоенных им в соответствии с программой практики;
- у обучающегося сформированы на среднем уровне все компетенции, предусмотренные программой практики;
- обучающийся способен изложить теоретические основы и обосновать выбор конкретного метода для проведения исследования;
- обучающийся подготовил индивидуальный отчет о самостоятельной работе во время прохождения практики;
- обучающийся защитил индивидуальный отчет о самостоятельной работе во время прохождения практики с некоторыми несущественными замечаниями;
- в ответе отсутствуют грубые ошибки и неточности.

«удовлетворительно»:

- обучающийся более, чем наполовину выполнил программу практики;
- обучающийся способен с затруднениями продемонстрировать практические умения и навыки работы, освоенные им в соответствии с программой практики;
- у обучающегося сформированы на низком уровне все компетенции, предусмотренные программой практики;
- обучающийся способен с существенными ошибками изложить теоретические основы и обосновать выбор конкретного метода для проведения исследования;
- обучающийся подготовил индивидуальный отчёт о самостоятельной работе во время прохождения практики;
- обучающийся защитил индивидуальный отчёт о самостоятельной работе во время прохождения практики, однако к отчёту были замечания;
- в ответе имеются грубые ошибки (не более 2-х) и неточности.

«неудовлетворительно»:

- обучающийся не выполнил программу практики;
- обучающийся не способен продемонстрировать практические умения и навыки работы, освоенные им в соответствии с программой практики;
- у обучающегося не сформированы компетенции, предусмотренные программой практики;
- обучающийся не способен изложить теоретические основы и обосновать выбор конкретного метода для проведения исследования;
- обучающийся не полностью подготовил индивидуальный отчёт о самостоятельной работе во время прохождения практик или не подготовил его;
- обучающийся не защитил индивидуальный отчёт о самостоятельной работе во время прохождения практики.
- в ответе имеются грубые ошибки.

8. Перечень учебной литературы и ресурсов сети «Интернет», необходимых для проведения практики

Учебная литература:

1. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование / Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин ; под общ. ред. Ф.И. Шаркова. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 486 с. : ил – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112200> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-01185-6. – Текст : электронный.

2. Ткаченко, Н.В. Креативная реклама: технологии проектирования / Н.В. Ткаченко, О.Н. Ткаченко ; под ред. Л.М. Дмитриевой. – Москва : Юнити, 2015. – 336 с. – (Азбука рекламы). – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114422> – ISBN 978-5-238-01568-2. – Текст : электронный.

3. Чумиков, А.Н. Имидж – репутация – бренд: традиционные подходы и новые технологии / А.Н. Чумиков. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. – 106 с. : ил. – Режим

доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=375635> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-6019-5. – DOI 10.23681/375635. – Текст : электронный.

4. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование: Учебник. Авторы: Шарков Ф.И., Бузин В.Н. Издательство: Дашков и К, 2012 г. <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454107>

5. Основы рекламы: учебник. Автор: под ред. Л.М. Дмитриевой. Издательство: Юнити-Дана, 2012 г. <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114757>

Ресурсы сети интернет:

1. IPRA | International Public Relations Association www.ipra.org
2. International Association of Business Communicators | IABC www.iabc.com
3. ICCO - International Communications Consultancy Organisation www.iccopr.com
4. World association for market, social and opinion research – ESOMAR www.esomar.org
5. Public Relations Resources & PR Tools for Communications Professionals: Public Relations Society of America (PRSA) www.prsa.org
6. Ассоциация директоров по коммуникациям и корпоративным медиа России - <http://corpmedia.ru/>
7. Ассоциация Коммуникационных Агентств России www.akarussia.ru
8. Российская ассоциация по связям с общественностью www.raso.ru
9. Р.А.М.У. - btl форум, маркетинг, рекламный рынок, новости рекламы www.ramu.ru

9. Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

<http://biblioclub.ru/> – электронная библиотечная система «Университетская библиотека Онлайн»

<http://www.iprbookshop.ru/> – электронная библиотечная система IPR BOOKS

Справочная правовая система Консультант Бизнес: Версия Проф

Профессиональные базы данных в составе СПС Консультант:

- Законодательство Санкт-Петербурга и Ленинградской области

- Международное право

Dr.Web Desktop Security Suite (Комплексная защита)

Project Expert 7 for Windows

MS Windows 7 Профессиональная

MS Windows 10 Pro

MS Office 2010

VS Office 2013

MS Office 2016

Moodle 3.8.2

10. Описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики

Для проведения производственной практики (практики по приобретению профессиональных навыков) необходимо следующее материально-техническое обеспечение:

- аудитория или рабочее место в организации, где проходит практика, обеспеченная компьютерной техникой и выходом в интернет;
- помещение для самостоятельной работы, читальный зал, (парты, стулья, методические материалы, ноутбук)
- учебная аудитория для промежуточной аттестации (столы, стулья, проектор, экран, компьютер, доска);

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья форма проведения практики устанавливается образовательной организацией с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья. При определении мест прохождения учебных и производственных практик обучающимся инвалидом образовательная организация должна учитывать рекомендации, данные по результатам медико-социальной экспертизы, содержащиеся в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда. При необходимости для прохождения практики инвалидами создаются специальные рабочие места с учетом нарушенных функций и ограничений их жизнедеятельности.