



УТВЕРЖДАЮ

Ректор

Исаков И.Ж.

01 июля 2020 г.

## ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

**Учебная практика (практика по приобретению первичных 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**

Форма обучения **Очная, заочная**

*(очная, очно-заочная, заочная)*

2020 г.

## **1. Вид и формы (форма) проведения практики**

*Вид (тип) практики:* учебная практика (практика по приобретению первичных профессиональных навыков).

*Формы (форма) проведения практики:* дискретно по периодам проведения практик - путем чередования в календарном учебном графике периодов учебного времени для проведения практик с периодами учебного времени для проведения теоретических занятий.

Содержание и последовательность прохождения практики определяется соответствующими программой и учебным планом. Прохождение практики осуществляется непрерывным циклом в определенные учебным планом сроки с учетом возможностей учебно-производственной 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 учебной практики (практики по приобретению первичных профессиональных навыков) у обучающихся должны быть сформированы следующие **компетенции:**

**ОПК-4** - способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности;

**ОПК-6** - способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.

**Целью** прохождения практики является достижение следующих результатов обучения:

### **знания:**

- сущность, структуру и технологические особенности коммуникационного процесса в различных сферах;

- основы современной информационной и библиографической культуры, необходимые для решения информационно-коммуникационных задач;

### **умения:**

- применять знания и навыки работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью; управлять общественным мнением и формировать имидж организации в информационном пространстве; осуществлять регулярный мониторинг существующих средств массовой информации, адекватно реагировать на информационные потоки;

- решать под контролем стандартные задачи в профессиональной деятельности с использованием информационно-коммуникационных технологий;

### **навыки (опыт деятельности):**

- использования методов и приемов развития маркетинговых коммуникаций в различных сферах, методов изучения и управления потребительским спросом, методик и способов организации коммуникационного процесса;

- применения профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах.

Прохождение практики ориентировано на следующие:

**области и (или) сферы профессиональной деятельности:** сфера рекламы и связей с общественностью.

**типы задач профессиональной деятельности:** маркетинговый.

## **3. Место практики в структуре образовательной программы**

Учебная практика (практика по приобретению первичных профессиональных навыков) относится к обязательной части Блока 2 «Практики» образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Учебная практика (практика по приобретению первичных профессиональных навыков) является обязательным разделом основной образовательной программы подготовки бакалавров. Она представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся.

Учебная практика (практика по приобретению первичных профессиональных навыков) представляет собой логическое продолжение теоретического обучения в 1-4 семестрах для очной формы обучения и в 1-6 семестрах для заочной формы обучения.

В связи с этим практика базируется на освоении учебных дисциплин: «Основы теории коммуникации», «Информационные технологии в рекламе и связях с общественностью», «Социология массовых коммуникаций», «Технология управления общественным мнением» и др.

Для успешного освоения данной практики требуется наличие «входных» знаний, умений и навыков обучающихся, сформулированных в целях и задачах изучения каждой из вышеперечисленных дисциплин, а так же компетенции, приобретенные при их освоении.

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

*Очная форма обучения*      *II курс, 4 семестр*

	Наименование	Форма контроля	Фактическое кол-во ЗЕТ	Кол-во недель
1.	Учебная практика (практика по приобретению первичных профессиональных навыков)	Зачет с оценкой	10	6 2/3

*Заочная форма обучения*      *III курс, 6 семестр*

	Наименование	Форма контроля	Фактическое кол-во ЗЕТ	Кол-во недель
1.	Учебная практика (практика по приобретению первичных профессиональных навыков)	Зачет с оценкой	10	6 2/3

#### **5. Содержание практики**

Этапы практики и их содержание:

*Подготовительный этап:*

- выбор места прохождения практики;
- инструктивно-методическое занятия на кафедре перед прохождением практики;
- получение документации по практике;
- изучение необходимой литературы, рекомендуемой руководителем практики.

*Основной этап:*

- характеристика организации (места прохождения практики) и специфика деятельности;
- ознакомление с основными должностными обязанностями и применения профессиональных функций в сфере рекламы и связей с общественностью;
- проанализировать основы рекламной и PR-деятельности в различных сферах;
- формирование навыков деловой коммуникации;
- ознакомление с текущим документооборотом предприятия (организации);
- выполнение основные обязанности и задания, возложенные на студента непосредственным руководителем практики;
- 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 преподавателя подготовка к защите отчета по практике;
- защита отчета.

Формой текущего контроля являются регулярные консультации преподавателя - руководителя практики от кафедры; контроль со стороны руководителя практики по месту ее прохождения.

## **6. Формы отчетности по практике**

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

## **7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике**

### **7.1 Примерный перечень оценочных средств**

Оценочные средства представляют собой задания, обязательные для выполнения студентом на практике, позволяющие ему приобрести теоретические знания, практически умения (навыки) и опыт, а также решать задачи, связанные с будущей профессиональной деятельностью. Включают в себя:

- задания для текущего контроля уровня успеваемости, оценивающие ход прохождения учащимися практики:

### **Типовое задание на учебную практику (практику по приобретению первичных профессиональных навыков) в высшем учебном заведении**

1. Изучить организационно-управленческую структуру места прохождения практики.
2. Проанализировать основные виды деятельности места прохождения практики;
3. Изучить задачи и функции основных подразделений, ознакомление с должностными обязанностями
4. Проанализировать уровень и состояние осуществления рекламной и PR-деятельности Университета при МПА ЕврАзЭС;
5. Ознакомится с текущим документооборотом организации;
6. Изучить правила деловой коммуникации;
7. Анализ проблем рекламной и PR- деятельности в современных условиях;
8. Анализ управления коммуникациями в Университете при МПА ЕврАзЭС;
9. Составить письменный отчет по практике;
10. Подготовить презентацию выступления;

11. Ответить на вопросы преподавателя, связанные с приобретением компетенций в ходе прохождения практики.

### **Типовое задание на учебную практику (практику по приобретению первичных профессиональных навыков) в сторонних организациях**

1. Характеристика организации: организационная структура, цели, задачи, функции, специфика деятельности.
2. Характеристика структурного подразделения реализующего функции рекламы и PR.
3. Изучить основные должностные обязанности и профессиональные функции специалиста по рекламе и связям с общественностью в структуре организации;
4. Изучить основные нормативно-правовые документы, регламентирующие рекламную и PR-деятельность.
5. Охарактеризовать имидж, фирменный стиль, корпоративная культура организации.
6. Изучить способы формирования эффективной внутренней и внешней коммуникации;
7. Изучить основную целевую аудиторию
8. Определить специфику воздействия разных каналов коммуникации на целевые аудитории для выстраивания эффективной коммуникационной структуры организации;
9. Проанализировать способы и механизмы информирования целевой аудитории о преимущественных качествах предоставляемых товаров и услуг;
10. Проанализировать способы взаимодействия со средствами массовой информации.
11. Дать характеристику внутрикорпоративному PR.
12. Проанализировать основные направления рекламной и PR-деятельности или маркетинговой деятельности организации.
13. Оценить эффективность коммуникационной политики организации.
14. Применять современные информационные технологии для осуществления эффективной электронной коммуникации.
15. Участвовать в планировании, организации и управлении рекламной и PR-деятельности или маркетинговой деятельности организации.

- задания для промежуточной аттестации обучающихся, обеспечивающие оценивание промежуточных и окончательных результатов прохождения практики:

### **Список вопросов к защите отчета по практике**

1. Профессиональные требования к специалисту по связям с общественностью, стандарты, сертификация и лицензирование. Виды кодексов профессионального поведения специалиста.
2. Деятельность по связям с общественностью как коммуникативный процесс.
3. Роль СМИ в формировании общественного мнения.
4. Типология имиджа. Конструирование имиджа организации. Формирование и оценка имиджа организации.
5. Коммуникация и распространение информации в обществе. Определение целевой и ключевой аудитории. Виды и категории целевых аудиторий. Лидеры мнения.
6. PR-технологии в конструировании внутрифирменных (внутрикорпоративных) коммуникаций.
7. Виды и организация рабочих мероприятий по связям с общественностью.
8. Стратегия формирования фирменного стиля. Роль корпоративной философии и фирменной истории
9. Коммуникационные задачи на различных этапах жизненного цикла продукта.
10. Основные направления рекламной и PR деятельности в интернет

11. Сегментация потребителей. Базовая информация и виды исследований для сегментации потребителей.

12. Специфика реализаций функций менеджмента в сфере рекламы и связей общественностью в организациях.

13. Факторы, влияющие на развитие технологий рекламы и связей с общественностью в интернет

14. Основные элементы коммуникационного комплекса.

15. Роль маркетинговых коммуникаций в деятельности предприятий, организаций.

16. Подходы к моделированию коммуникативного пространства

17. СМИ как главная коммуникативная сеть

18. Реклама как форма массовой коммуникации и ее классификация

19. Место личной продажи в коммуникационном комплексе

20. Технологии личной продажи

21. Функции службы по связям с общественностью

22. Выбор эффективных видов, средств и каналов рекламы

23. Содержание и особенности межкультурных коммуникаций

24. Тенденции развития межкультурных коммуникаций

25. Понятие эффективности маркетинговых коммуникаций

26. Продвижение как процесс маркетинговых коммуникаций.

27. Формы продвижения товаров.

28. Разработка системы маркетинговых коммуникаций.

29. Уровни рекламного воздействия и модели рекламы.

30. Разработка рекламного обращения.

31. Организация взаимодействия между участниками рекламного процесса.

32. Рекламные агентства, их функции, типы, принципы выбора и оплаты.

33. Собственный рекламный отдел предприятия, функции, организационная структура.

34. Структура интегрированных коммуникаций.

35. Особенности каналов информации и специфика работы с информацией в журналистике, PR, рекламе.

36. Управленческие функции PR, отличия маркетинга и PR.

37. Корпоративный имидж. Стратегия конструирования корпоративного имиджа.

38. Понятие позиционирования.

## 7.2 Образцы оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по практике

### **Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости**

В качестве оценочного средства, позволяющего оценить ход прохождения учащимся практики, 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.

Также дневник служит дополнительным оценочным средством при проведении промежуточной аттестации по практике (на защиту обучающийся обязан предоставить заполненный дневник и отчет о прохождении учебной практики; по окончании практики обучающийся наряду с отчетом сдает дневник практики).

*Пример заполнения дневника*

Дата	Вид выполняемой работы	Отметка о выполнении	Подпись руководителя
	Сбор и анализ информации для выполнения задания по практике		
	Подготовка к выполнению задания по практике: изучение полученной информации, данных; подбор и изучение необходимой литературы		
	Характеристика организации и ее особенности (основные виды деятельности места прохождения практики; задачи и функции основных подразделений)		
	Проанализировать основные должностные обязанности и применения профессиональных функций в сфере рекламы и связей с общественностью;		
	Проанализировать уровень и состояние осуществления маркетинговой деятельности на предприятии (организации)		
	Подготовка и написание отчета		
	Защита отчета		

**Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации по практике**

**ОТЧЕТ ПО ПРАКТИКЕ**

Отчет по учебной практике сдается руководителю вместе с дневником. 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 дневник прохождения практики, отчет и отзыв-характеристику непосредственного руководителя практики и, по возможности, наработанные практические материалы. Результаты защиты отчета по практике отражаются в зачетной книжке студента.

### 7.3 Система оценивания результатов и критерии выставления оценок в ходе промежуточной аттестации по практике

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

#### **«отлично»:**

- обучающийся полностью выполнил программу практики;
- обучающийся имеет собственноручно заполненный дневник, в котором отражены виды работ, выполненные в течение всех дней 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 имеет собственноручно заполненный дневник, в котором отражены виды работ, выполненные в течение всех дней 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 имеет собственноручно заполненный дневник, в котором отражены не все виды работ, выполненные студентом в течение 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 имеет собственноручно заполненный с грубыми нарушениями дневник, в котором отражены не все виды работ, выполненные в течение практики, или не имеет заполненного дневника;
    - 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. Котлер, Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер / Ф. Котлер ; ред. М. Суханова ; пер. с англ. Т.В. Виноградовой, А.А. Чеха, Л.Л. Царук. – 7-е изд. – Москва : Альпина Паблицер, 2016. – 211 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279742> – ISBN 978-5-9614-5016-3. – Текст : электронный.
2. Мазилкина, Е. И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / Е. И. Мазилкина. — Ростов-на-Дону : Феникс, 2012. — 197 с. — ISBN 978-5-222-18945-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/4983.html> (дата обращения: 19.02.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
3. Основы рекламы: учебник. Автор: под ред. Л.М. Дмитриевой. Издательство: Юнити-Дана, 2012 г. <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114757>
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>

### **Ресурсы сети Интернет:**

1. IPRA | International Public Relations Association [www.ipra.org](http://www.ipra.org)
2. International Association of Business Communicators | IABC [www.iabc.com](http://www.iabc.com)
3. ICCO - International Communications Consultancy Organisation [www.iccopr.com](http://www.iccopr.com)
4. World association for market, social and opinion research – ESOMAR [www.esomar.org](http://www.esomar.org)

5. Public Relations Resources & PR Tools for Communications Professionals: Public Relations Society of America (PRSA) [www.prsa.org](http://www.prsa.org)
6. Ассоциация директоров по коммуникациям и корпоративным медиа России - <http://corpmedia.ru/>
7. Ассоциация Коммуникационных Агентств России [www.akarussia.ru](http://www.akarussia.ru)
8. Российская ассоциация по связям с общественностью [www.raso.ru](http://www.raso.ru)
9. Р.А.М.У. - btl форум, маркетинг, рекламный рынок, новости рекламы [www.ramu.ru](http://www.ramu.ru)

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

1. MS Windows 10 Pro;
2. MS Office 2010;
3. СПС Консультант Плюс
4. Электронная библиотечная система «Университетская библиотека Онлайн» - <https://biblioclub.ru/>
5. Электронная библиотечная система IPR BOOKS - <http://www.iprbookshop.ru/>

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

Для проведения учебной практики (практики по приобретению первичных 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.