

Государственное образовательное учреждение
«Приднестровский государственный университет им. Т.Г. Шевченко»

Институт государственного управления и социально-гуманитарных наук

Кафедра рекламы и связей с общественностью



Е.М. Бобкова

2024г.

ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

Б2.О.02.01(П) Профессионально-творческая практика

на 2024/2025 учебный год

на 2025/2026 учебный год

Направление

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль:

Общий

Квалификация

бакалавр

Форма обучения:

очная

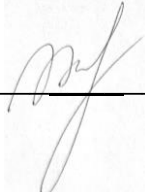
ГОД НАБОРА 2023

Тирасполь 2024г.

Программа производственной практики «Профессионально-творческая практика» разработана в соответствии с требованиями Государственного образовательного стандарта ВО по направлению подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью и основной профессиональной образовательной программы (учебного плана) по профилю подготовки общий.

Составители рабочей программы:

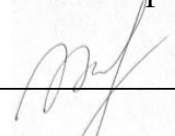
к.п.н. доцент  Ю.С.Бондаренко

ст.препод  Л.В. Колодка

Программа практики утверждена на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью

« 4 » сентября 2024 г. протокол № 1

и.о. зав. кафедрой рекламы и связей с общественностью

 Л.В. Колодка

« 4 » сентября 2024 г.

1. Цели и задачи профессионально-творческой практики

Профессионально-творческая практика является одной из наиболее важных составных частей в процессе подготовки бакалавров и нацелена на ознакомление студентов с особенностями практической деятельности в рекламных агентствах, отделах рекламы и связях с общественностью различных компаний, коммуникационных агентствах, пресс-службах. Цель прохождения студентами практики развитие и закрепление профессиональных навыков, расширение и систематизация знаний, полученных при изучении дисциплин специальности, а также развитие и закрепление профессиональных навыков по одному из профилей выбранной специальности. В результате прохождения практики студент должен освоить отдельные виды профессиональной деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью, профессиональную терминологию специалиста по рекламе и связям с общественностью, получить представления о сфере работы специалиста.

Задачами практики являются:

приобрести знания в области практической реализации рекламы и связей с общественностью в современной организации;

собрать практические материалы по темам практики и представить их в отчете;

обобщить полученные данные и дать оценку организации работы специалиста на объекте прохождения практики, сформулировать грамотные выводы для принятия и реализации управленческих решений.

2. Место практики в структуре ОПОП

Профессионально-творческая практика студентов 2 и 3 курса направления подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью относится к обязательному разделу учебного плана Б2.О.02.01(П). Практика является обязательным этапом обучения бакалавра рекламы и связей с общественностью и предусматривается производственным планом соответствующих подразделений вузов; ей предшествуют курсы «Теории коммуникации», «Основы промоушен и маркетинга», «Мультимедиа технологии в рекламе и PR», «Дизайн в рекламе», «Методология и методы исследования в PR», предполагающие проведение лекционных и семинарских занятий с обязательным итоговым контролем в форме зачета с оценкой. Требования к входным знаниям, умениям и готовности студентов, приобретенных в результате освоения предшествующих частей ООП: студент должен знать теоретические основы работы специалиста по рекламе и связям с общественностью в различных организациях и предприятиях, требования к продуктам профессиональной деятельности, быть готовым к работе в творческом коллективе. В практике принимают участие студенты второго курса, обучающиеся по указанному направлению. Практика проводится после прослушивания основного курса в сроки, определяемые подразделением, отвечающим за ее организацию и проведение.

3. Вид, тип и формы проведения практики

Вид практики - производственная

Тип практики - профессионально-творческая

Формы проведения практики - дискретно

4. Место и время проведения практики

Профессионально-творческая практика форма проведения производственной практики предполагает работу в качестве сотрудника рекламных агентств, отделов рекламы и связей с общественностью различных компаний, коммуникационных агентств, пресс-служб. Практика проходит непосредственно на предприятии или в организации под руководством сотрудника предприятия. Студенты могут самостоятельно выбрать объекты для прохождения практики, для чего представляют на кафедру заявление с письменным согласием руководства организации о приеме студента на практику. Студенты могут

проходить практику индивидуально или группами по несколько человек в зависимости от заявки организации. Объектами прохождения практики могут быть: рекламные, коммуникационные агентства, пресс-структуры различных государственных, коммерческих и общественных организаций.

Руководство практикой осуществляет руководитель от кафедры «Реклама и связи с общественностью», отвечающий за общую подготовку и организацию, проводящие непосредственную работу со студентами, в том числе аспиранты, для которых этот вид работы может являться одной из форм педагогической нагрузки.

5. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения практики и индикаторы их достижения

Категория компетенций	Код и наименование компетенций	Код и наименование достижения компетенций
<i>Обязательные профессиональные компетенции и индикаторы их достижения</i>		
Организация процесса создания коммуникационного продукта	ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ИД-1 ПК-1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью ИД-1 ПК-1. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии ИД-1 ПК-1. Участствует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры
Осуществление авторской деятельности по созданию текста рекламы / связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации	ПК-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ИД ПК 2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ИД ПК 2.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта ИД ПК 2.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-

		кампании
Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-3. способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ИД ПК 3.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью ИД ПК 3.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью ИД ПК 3.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR кампании при создании коммуникационного продукта
Продвижение социально значимых ценностей с помощью коммуникационного продукта	ПК-4. Продвижение социально значимых ценностей с помощью коммуникационного продукта социальной ответственности	ИД ПК 4.1. Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы ИД ПК 4.1. При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной Социальной ответственности ИД ПК 4.1. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде
Продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации	ПК-5. Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	ИД ПК 5.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта ИД ПК 5.2. Принимает участие в организации и выполнении Маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта ИД ПК 5.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами

6. Структура и содержание практики

Общая трудоемкость практики составляет 18 зачетных единиц, 648 часов.

Практика проводится в течение 12-ти недель во 3, 4, 6 семестре в различных типах учреждений разных организационно-правовых форм. Практика содержит ряд ключевых этапов:

Этап 1. Этап подготовки к практике

Этап 2. Этап реализации

Этап 3. Этап контроля и анализа

Общая трудоемкость практики составляет 18 зачетных единиц, 648 часов

6.1 Структура профессионально-творческой практики

№ п/п	Разделы (этапы практики)	Виды учебной работы на практике, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость в часах						Формы текущего контроля
		ВСЕГО в семестре			СРС в семестре			
		3	4	6	3	4	6	
1	Этап подготовки к практике	16	16	16	16	16	16	Инструктаж по технике безопасности, получение индивидуальных и групповых заданий
2	Этап реализации	72	180	288	72	180	288	Проверка дневника практиканта
3	Этап контроля и анализа	20	20	20	20	20	20	Защита отчета
Итого		3 з.е. / 108 ч.	6 з.е./ 216 ч.	9 з.е./ 324 ч.	3 з.е. / 108 ч.	6 з.е./ 216 ч.	9 з.е./ 324 ч.	
Формы контроля		ЗаО	ЗаО	ЗаО	ЗаО	ЗаО	ЗаО	
Количество недель		2	4	6	2	4	6	
Всего		18 з.е. / 648 ч.			18 з.е. / 648 ч			.

6.2. Содержание профессионально-творческой практики

Наименование и содержание разделов (этапов)	Деятельность студента	Деятельность руководителя практики
Этап подготовки к практике	Оформление документов для прохождения практики. Прибытие на базу практики, согласование подразделения, в котором будет организовано рабочее место. Прохождение вводного инструктажа. (до начала практики)	Решение организационно-методических вопросов, составление плана графика посещения учреждений и организаций, разработка

		заданий на практику, подготовка раздаточных материалов.
Этап реализации	1. Сбор материала для написания отчета по практике. 2. Участие в выполнении отдельных видов работ по заданию руководителя практикой от предприятия. 3. Самостоятельное выполнение отдельных видов работ (по заданию руководителя практикой от предприятия).	Участие в беседе с сотрудниками и, ознакомление их с целью, задачами и содержанием практики Консультирование студентов по текущим вопросам практики.
Этап контроля и анализа	Обработка, анализ и систематизация собранного нормативного и фактического материала. Оформление отчета о прохождении практики. (во время или после завершения практики)	Разработка примерного плана и проведение итоговой конференции. Анализ и оценивание итоговых отчетных материалов студента, дает обратную связь студенту по итогам практики.

7. Формы отчётности по практике

По итогам практики студент представляет руководителю отчетную документацию:

7.1. Дневник практики ведется индивидуально на протяжении всей практики (начиная с установочной конференции), содержит индивидуальный план работы студента и отражает результаты работы студента-практиканта за каждый день.

Подписывается дневник руководителем практики от кафедры и является допуском к итоговому отчету по практике.

Дневник должен содержать следующие разделы:

- индивидуальное задание;
- график прохождения основных этапов практики;
- ежедневный краткий отчет о выполнении заданий практики, информация о сборе полевого материала.

Вести дневник необходимо каждый день в виде таблицы. В ней должны быть указаны место и день практики, виды и содержание работы в течение дня, полученные результаты и отметка о выполнении.

7.2. Письменный отчет. По результатам прохождения профессионально-творческой практики студент составляет отчет о выполнении заданий в соответствии с программой практики и индивидуальным планом, свидетельствующих о закреплении

знаний, умений, приобретении практического опыта, освоении общекультурных и профессиональных компетенций, с описанием решения задач практики. Итоговый отчет по практике выполняется и сдается индивидуально.

7.3. Заполнение ведомости по практике. Ведомость предоставляется студентам во время прохождения инструктажа руководителем практики.

Примечание: Весь отчет оформляется в соответствии с требованиями, предъявляемыми к оформлению курсовых и бакалаврских работ. Отчет должен быть выполнен с использованием компьютера, на одной стороне листа белой бумаги формата А4 в текстовом редакторе MS WORD, шрифтом Times New Roman размером 14 nm через полтора интервала, с выравниванием по ширине страницы.

8. Промежуточная аттестация по итогам практики

По окончании практики руководителем практики от университета организуется итоговая конференция, на которой подводятся итоги прохождения практики, выставляются оценки в зачетную ведомость.

Основаниями для аттестации по практике являются заполненный и подписанный дневник, ведомость, письменный отчет и участие в итоговой конференции.

Проверка выполнения студентами программы практики осуществляется в форме текущего и промежуточного контроля руководителями практики от университета и руководителями (кураторами) практики принимающей стороны.

Текущий контроль проводится в течение периода прохождения практики. Руководители и кураторы следят за выполнением студентами их обязанностей во время практики, составлением отчёта, проверяют качество ведения дневника, собранного материала. В случае выявления существенных недостатков, студенту назначается срок для устранения замечаний.

Промежуточный контроль осуществляется в форме проведения итоговой конференции.

Итоговая конференция проводится руководителем практики в заранее установленное время, не позднее двух дней после окончания практики, о чём студенты информируются заранее. Аттестация по итогам практики – профессионально-ознакомительной - проводится в форме открытой презентации отчёта о приобретенных в процессе прохождения практики умениях и навыках в присутствии представителей учреждений. По результатам аттестации выставляется зачёт с оценкой в 3,4,6 семестрах.

Оценка результатов практики складывается из оценки, выставленной руководителем учреждения, оценки по ведению документации и оценки отчёта студента.

При оценке результатов практики в первую очередь учитываются следующие составляющие:

- уровень теоретического осмысления студентами своей практической деятельности (её целей, задач, содержания, методов);
- степень сформированности профессиональных умений;
- мнение, высказанное руководителем практики в отзыве;
- содержание записей в дневнике и аккуратность его ведения;
- качество отчётной документации и своевременность её сдачи на кафедру (в течение 3 дней по окончании практики);
- выступление на итоговой конференции и пр.

Оценка зачтено «5» (отлично) выставляется студенту, который освоил полностью практические навыки и умения, предусмотренные рабочей программой практики, выполнил в срок и на высоком уровне весь намеченный объём работы, проявил самостоятельность, творческий подход, общую и профессиональную культуру.

Оценка зачтено «4» (хорошо) – студент освоил полностью практические навыки и умения, предусмотренные рабочей программой практики, однако допускает некоторые

неточности, допускает ошибки в оформлении отчетной документации.

Оценка зачтено «3» (удовлетворительно) – студент владеет лишь некоторыми практическими навыками умениями, не вовремя и не в полной мере подготовил документацию по практике.

Оценка не зачтено «2» (не удовлетворительно) выставляется студенту, который не выполнил программу практики, обнаружил слабые теоретические знания, практические умения.

Обучающиеся, не прошедшие практику в установленные сроки или получившие оценку «неудовлетворительно» / «не зачтено» при промежуточной аттестации результатов прохождения практики какого-либо вида, проходят практику повторно по индивидуальному плану.

Студенты, не выполнившие программу практики без уважительной причины или получившие отрицательную оценку при защите отчёта, могут быть отчислены из ИГУП И СГН, в порядке, установленном Уставом университета. Задолженность по практике может быть ликвидирована при наличии письменного разрешения директора Института.

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

9.1. Обеспеченность обучающихся учебниками, учебными пособиями

№ п/п	Наименование учебника, учебного пособия	Автор	Год издания	Количество экз-ов	Электронная версия	Место размещения электронно й версии
<i>Основная литература</i>						
1	Этика и связи с общественностью	И. С. Шилкина	2018	-	Электронная версия	Кафедра рекламы и связей с общественностью
2	Технологии рекламы и PR	Б.Л. Борисов	2018	-	Печатная версия	Кафедра рекламы и связей с общественностью
3	Приёмы рекламы и PR	И.Л. Викентьев	2019	-	Электронная версия	Кафедра рекламы и связей с общественностью
<i>Дополнительная литература</i>						
1	Паблик рилейшнз для профессионалов	Г.Г. Почепцов	2005	-	Электронная версия	Кафедра рекламы и связей с общественностью
2	Коммуникативные технологии двадцатого века	Г.Г. Почепцов	2000	-	Электронная версия	Кафедра рекламы и связей с общественностью
3	Приёмы рекламы	И.Л.	2015	-	Электрон	Кафедра

		Викентьев			ная версия	рекламы и связей с общественно стью
4	Политический маркетинг. Искусство и наука побеждать на выборах	Ф.Н. Ильясов	2016	-	Электрон ная версия	Кафедра рекламы и связей с общественно стью
5	Основы маркетинга (для бакалавров)	Умавов Ю.Д.	2019	-	Электрон ная версия	Кафедра рекламы и связей с общественно стью
Итого по дисциплине: 10% печатных изданий _____: 90 % электронных ____						

9.2. Программное обеспечение и Интернет-ресурсы Основное программное обеспечение, используемое в процессе освоения дисциплины, включает такие программные продукты, как: MS Office (Word, PowerPoint); антивирусные программы, мультимедийные кодеки, архиваторы и др.

Необходимы компьютеры с доступом к Интернету, к системе «Moodle». Для обучающихся обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам. К числу основных баз данных, информационных систем, используемых в процессе освоения дисциплины относятся: Электронный каталог книг, диссертаций, газетно-журнальных статей библиотеки МГПУ: <http://www.mspsu.edu.ru>

«Рубрикон»: крупнейший энциклопедический ресурс Интернета, <http://www.rubricon.com/>
Электронная библиотека диссертаций Российской государственной библиотеки, <http://diss.rsl.ru>

Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU: полнотекстовая база данных научных периодических изданий, <http://www.elibrary.ru/>

Интеллект-библиотека IQlib: электронная библиотека полнотекстовых версий печатных изданий, снабженная современной поисковой системой, позволяющей обрабатывать большой массив информации с высокой скоростью и эффективностью; электронный каталог библиографических описаний; энциклопедический и справочный аппарат. <http://www.iqlib.ru/>

Library.ru: Информационно-справочный портал при поддержке Министерства культуры РФ. <http://www.library.ru/>

Информационно-правовая система КонсультантПлюс. <http://www.consultant.ru/>.

Энциклопедические Интернет-ресурсы (Рубрикон <http://www.rubricon.com>; Мегаэнциклопедия <http://mega.km.ru/>; Википедия <http://ru.wikipedia.org>).

Глобальные поисковые системы (Yahoo: www.yahoo.com; Lycos: www.lycos.com; Altavista: www.altavista.com и др.) и локальные (Rambler: www.rambler.ru; Yandex: www.yandex.ru и др.).

1	Библиотека маркетинга	http://www.bma.ru/
---	-----------------------	---

6	Архивы журналов (электр. Вар.)	http://www.cfin.ru/press/
7	Журнал «Практический маркетинг»	http://www.bci-marketing.aha.ru/
8	Корпоративный менеджмент	http://www.cfin.ru/
9	Журнал «Маркетинг в России и за рубежом» (архив)	http://www.cfin.ru/press/marketing/index.shtml
10	Рекламное измерение	http://www.ri.ru

10. Материально-техническое обеспечение практики

Для проведения аудиторных занятий наличествует стандартный набор специализированной учебной мебели и учебного оборудования, а также мультимедийное оборудование для демонстрации презентаций на лекциях.

Реализация учебной программы обеспечивается доступом к информационным ресурсам – институтскому библиотечному фонду и сетевым ресурсам Интернет. Ноутбук, проектор, звуковые колонки, микрофон, экран, доска.

Для проведения практики соответствующее подразделение оснащается техническими средствами в количестве, необходимом для выполнения целей и задач практики: аудио- и видеозаписывающей и воспроизводящей аппаратурой, фотоаппаратурой, портативными и стационарными компьютерами с периферией (принтерами, сканерами), программным обеспечением, расходными материалами, канцелярскими принадлежностями, средствами связи.