

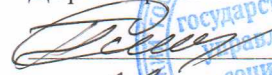
Государственное образовательное учреждение
«Приднестровский государственный университет им. Т.Г. Шевченко»

Институт государственного управления и
социально-гуманитарных наук

Кафедра философии и социальной коммуникации

УТВЕРЖДАЮ

Директор ИГУ и СГН

 Е.М. Бобкова
« 20 » 09 2023 г.



ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

Б2.О.01.01(У) Учебная практика (профессионально-ознакомительная)

на 2023/2024 учебный год

Направление подготовки:

42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

Профиль:

Общий

квалификация (степень) выпускника

Бакалавр

Форма обучения:

Очная

ГОД НАБОРА 2023

Тирасполь 2023 г.

Программа практики «Учебная практика (профессионально-ознакомительная)» 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 общих.

Составитель программы практики

Доцент  В.В. Михайлова

Программа практики утверждена на заседании кафедры философии и социальной коммуникации

« 06 » 09 2023 г. протокол № 1 

1. Цели и задачи практики:

Целью прохождения учебной (профессионально-ознакомительной) практики является подготовка студентов к осознанному и углубленному изучению общепрофессиональных дисциплин, закрепление теоретических знаний, формирование первичных профессиональных навыков по выбранному направлению; получение необходимых практических знаний и навыков для работы в области рекламы и связей с общественностью, способствовать формированию необходимых качеств и формирования культуры поведения будущего специалиста, обучения навыкам взаимодействия при осуществлении профессиональной деятельности.

Задачами учебной (профессионально-ознакомительной) практики являются:

- Формирование у студентов системных знаний и представлений о профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.
- Выработка целостного понимания принципов и норм деятельности специалиста в области рекламы и связей с общественностью.
- Приобретение знания в области практической реализации рекламы и связей с общественностью в современной организации;
- Сбор практических материалов по темам практики и представление их в отчете;
- Обобщение полученных данных и оценка работы специалиста на объекте прохождения практики, формулировка грамотных выводов для принятия и реализации управленческих решений.

2. Место практики в структуре ОПОП:

Учебная (профессионально-ознакомительная) практика студентов 1 курса направления подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью относится к обязательному разделу учебного плана Б2.О.01.01(У).

3. Виды и тип практики

Вид практики - учебная

Тип практики - профессионально-ознакомительная

Формы проведения практики - непрерывная

4. Место проведения практики

Учебная (профессионально-ознакомительная) практика 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 проходить учебную практику индивидуально или группами по несколько человек в зависимости от заявки организации. Руководство практикой осуществляет руководитель от Кафедры философии и социальной коммуникации, отвечающий за общую подготовку и организацию, проводящие непосредственную работу со студентами.

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

Категория (группа) компетенций	Код и наименование	Код и наименование индикатора достижения компетенций
Универсальные компетенции и индикаторы их достижения		

Системное критическое мышление	и УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	ИД ук 1.1. Демонстрирует знание особенностей системного и критического мышления, аргументировано формирует собственное суждение и оценку информации, принимает обоснованное решение. ИД ук 1.2. Применяет логические формы и процедуры, способен к рефлексии по поводу собственной и чужой мыслительной деятельности. ИД ук 1.3. Анализирует источники информации с целью выявления их противоречий и поиска достоверных суждений.
<i>Общепрофессиональные компетенции и индикаторы их достижения</i>		
Продукт профессиональной деятельности	ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиа тексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ИД опк 1.1. Выявляет отличительные особенности медиа текстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиа сегментов и платформ ИД опк 1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем ИД опк 1.3. Представляет результаты исследовательской и проектной деятельности на различных публичных мероприятиях
Общество государство	и ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего	ИД опк 2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и

	освещения в создаваемых медиа текстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	тенденции развития ИД опк 2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов. ИД опк 2.3. Умеет формулировать медиа текст толерантного содержания с национальных и этнических особенностей
Культура	ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ИД опк 3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса ИД опк 3.2. Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов. ИД опк 3.3. Умеет использовать коммуникативные культурные особенности региона в процессе создания и продвижения медиатекста
Аудитория	ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ИД опк 4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп ИД опк 4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает

		основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов ИД опк 4.3. Способен изучить специфические особенности целевой аудитории и выстроить стратегию работы в соответствии с ними
--	--	---

6. Структура и содержание учебной практики

Общая трудоемкость практики составляет 6 зачетных единиц, или 4 недели.

№ п/п	Разделы (этапы практики)	Все виды работ на практике обучающихся (по семестрам)	Трудоемкость (в часах)		Формы текущего контроля
			Контакт. раб.	Сам. раб.	
1	Этап подготовки к практике	Участие в работе установочной конференции. Определение плана-графика работы на практике с распределением рабочей нагрузки (порядок, время, виды работ). Знакомство с правами и обязанностями студентов во время прохождения практики.	-	16	Инструктаж по технике безопасности, получение индивидуальных и групповых заданий
2	Этап реализации	Знакомство, беседа с представителями администрации учреждения (организации); изучение правил внутреннего распорядка; направлений деятельности, режима работы, структуры учреждения; истории развития. Изучение и характеристика содержания оказываемых услуг населению.	-	180	Проверка дневника практиканта

		Экскурсия по учреждению и знакомство со специалистами по PR. Беседа со специалистами по PR. Изучение нормативно-правового обеспечения и регулирования функционирования организации. Самостоятельная работа студентов с документами, регламентирующими деятельность специалистов по PR.			
3	Заключительный этап	Написание отчета по практике. Выступление на итоговой конференции.	-	18	Защита отчета
Итого			-	216	Зачет

7. Формы отчётности по практике

По итогам прохождения практики обучающийся представляет:

1. Дневник практики, включающий в себя:

- индивидуальное задание;
- 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.

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

2. Отчет по итогам практики.

Составляется отчет о выполнении заданий в соответствии с программой практики и индивидуальным планом, свидетельствующих о закреплении знаний, умений, приобретении практического опыта, освоении общекультурных и общепрофессиональных компетенций, с описанием решения задач практики. Итоговый отчет по практике выполняется и сдается индивидуально.

3. Ведомость по практике.

Ведомость предоставляется студентам во время прохождения инструктажа руководителем практики.

8. Промежуточная аттестация по итогам практики

По окончании Учебной (профессионально-ознакомительной) практики руководителем практики от университета организуется итоговая конференция, на котором 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 учебной 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.

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**» выставляется студенту, который выполнил в срок и на высоком уровне весь намеченный объём работы, проявил самостоятельность, творческий подход, общую и профессиональную культуру.

Оценка «**не зачтено**» 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 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 ИГУиСГН, в порядке, установленном Уставом университета. Задолженность по практике может быть ликвидирована при наличии письменного разрешения директора Института.

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение практики

9.1. Обеспеченность обучающихся учебниками, учебными пособиями

№ п/п	Наименование учебника, учебного пособия	Автор	Год издания	Количество экз-ов	Электронная версия	Место размещения электронной версии
<i>Основная литература</i>						
1	Этика и связи с общественностью	Шилкина И.С.	2018	1	Электронная версия	Кафедра философии и социальной

						коммуникации
2	Технологии рекламы и PR	Борисов Б.Л.	2018	1	Печатная версия	Кафедра философии и социальной коммуникации
3	Основы маркетинга (для бакалавров)	Умавов Ю.Д.	2019	1	Электронная версия	Кафедра философии и социальной коммуникации
4	Теория и практика рекламы и связей с общественностью	Тулупов В.В.	2022	1	Электронная версия	Кафедра философии и социальной коммуникации
5	Приёмы рекламы и PR	Викентьев И.Л.	2019	1	Электронная версия	Кафедра философии и социальной коммуникации
<i>Дополнительная литература</i>						
1	Паблик рилейшнз для профессионалов	Почепцов Г.Г.	2005	1	Электронная версия	Кафедра философии и социальной коммуникации
2	Политический маркетинг. Искусство и наука побеждать на выборах	Ильясов Ф.Н.	2016	1	Электронная версия	Кафедра философии и социальной коммуникации
3	Связи с общественностью в органах власти : учебник и практикум для вузов	Борщевский, Г. А	2021	1	Электронная версия	Кафедра философии и социальной коммуникации
4	Связи с общественностью : учебное пособие	Варакута С. А.	2019	1	Электронная версия	Кафедра философии и социальной

						коммуникации
5	Технологии рекламы и связей с общественностью в маркетинге : учебник для вузов	Душкина М. Р.	2021	1	Электронная версия	Кафедра философии и социальной коммуникации
Итого по практике: 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.mspu.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. Вер.)	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

9.3. Методические указания и материалы по прохождению практики

Студенты проходят практику по установленному рабочему плану практики, разрабатываемому совместно с преподавателем-руководителем практики. На рабочие места практиканты распределяются руководителем практики от организации в соответствии с их индивидуальными заданиями. При наличии в организациях вакантных мест студенты-практиканты могут работать на штатных должностях. Практика тесно связана с результатами теоретической и практической подготовки высококвалифицированных специалистов по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью». В рамках практики студент отрабатывает теоретические знания на конкретном проекте – участии в подготовке и проведении рекламных и/или PR-мероприятий, ведении клиентской базы, участие в проведении промо-мероприятий и др. Деятельность практиканта на месте прохождения практики сопровождается руководителем практики от принимающего предприятия, который определяет перечень индивидуальных заданий для практиканта, необходимых для выполнения, помимо заданий кафедры. Руководители практики на местах дают студентам дополнительные к программе указания, отражающие особенности ее прохождения в конкретной организации. Обязательным условием является соответствие индивидуальных заданий направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью». Работа по подготовке материалов итогового отчета, анализ и систематизация полученной информации осуществляется студентом самостоятельно.

В результате проведенной работы студенты делают выводы о сущности, задачах и методах профессиональной деятельности в рамках обучения по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью», осуществляют сбор эмпирического материала для подготовки отчета по итогам практики. Для решения конкретных вопросов, возникающих в процессе прохождения учебной практики, студент обязательно должен обращаться за помощью к руководителю практикой от предприятия, а также активно пользоваться учебной, монографической и периодической литературой, действующим законодательством и другими нормативными документами. По прибытии на место практики и в период ее прохождения студент обязан:

- представиться администрации учреждения и организации;
- изучить инструкцию по технике безопасности работы на предприятии;
- ознакомиться с деятельностью предприятия;
- приступить к выполнению общего и индивидуального заданий практики;
- выполнять все работы в данном юридическом учреждении под руководством руководителя практики от предприятия;
- подчиняться действующим на предприятии / в учреждении / организации правилам внутреннего трудового распорядка. Поддерживать надлежащую трудовую дисциплину;
- нести ответственность за выполняемую работу и ее результаты наравне со штатными сотрудниками;
- по окончании практики подготовить и защитить отчет о результатах ее прохождения.

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 учебной 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.