

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Воронежский государственный технический университет»

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета  Акопян А.В.
«31» августа 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ
«Профессионально-творческая практика»

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль Реклама и связи с общественностью

Квалификация выпускника бакалавр

Нормативный период обучения 4 года / 4 года и 11 м.

Форма обучения очная / заочная

Год начала подготовки 2018

Автор программы  /Аксенова О.Н./

Заведующий кафедрой Связи
с общественностью  /Скрипникова Н.Н./

Руководитель ОПОП  /Скрипникова Н.Н./

Воронеж 2021

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПРАКТИКИ

1.1. Цели практики

закрепление знаний и умений, приобретаемых в результате освоения теоретических курсов, формирование умений и навыков практической работы магистрантов применительно к конкретной отрасли деятельности организации.

1.2. Задачи прохождения практики

- подготовка к решению профессиональных задач;
- участие в управлении и организации работы служб по связям с общественностью системы государственного и муниципального управления;
- участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации.

2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРАКТИКИ

Вид практики – Производственная практика

Тип практика – Профессионально-творческая практика

Форма проведения практики – дискретно

Способ проведения практики – стационарная, выездная.

Стационарная практика проводится в профильных организациях, расположенной на территории г. Воронежа.

Выездная практика проводится в местах проведения практик, расположенных вне г. Воронежа.

Способ проведения практики определяется индивидуально для каждого студента и указывается в приказе на практику.

Место проведения практики – перечень объектов для прохождения практики устанавливается на основе типовых двусторонних договоров между предприятиями (организациями) и ВУЗом или ВУЗ.

3. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Практика «Профессионально-творческая практика» относится к обязательной части блока Б2.

4. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс прохождения практики «Профессионально-творческая практика» направлен на формирование следующих компетенций:

УК-4 - Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

ОПК-1 - Способен создавать востребованные обществом и индустрией

медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

ОПК-2 - Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах

ОПК-3 - Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

ОПК-4 - Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

ОПК-6 - Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности

Компетенция	Результаты обучения, характеризующие сформированность компетенции
УК-4	<p>знать виды, средства, формы и методы коммуникаций, профессиональную терминологию и этику</p> <p>уметь работать в команде проекта, коллективе агентства или департамента</p> <p>владеть традиционными и цифровыми технологиями поиска, систематизации и обработки информации, навыками деловой коммуникации</p>
ОПК-1	<p>знать отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ</p> <p>уметь создавать медиатексты и медиапродукты, востребованные сферой рекламы и связей с общественностью</p> <p>владеть навыками подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского языка</p>
ОПК-2	<p>знать систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития</p>

	<p>уметь учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов</p> <p>владеть навыками создания коммуникационных продуктов, учитывая основные тенденции развития общественных и государственных институтов</p>
ОПК-3	демонстрировать кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса
	уметь использовать достижения отечественной и мировой культуры
	владеть средствами художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
ОПК-4	<p>знать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p> <p>уметь соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп</p> <p>владеть основными инструментами поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности</p>
	знать современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
	<p>уметь работать с информацией в глобальных компьютерных сетях</p> <p>владеть основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки</p>
ОПК-6	

	информации, имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией
--	--

5. ОБЪЕМ ПРАКТИКИ

Общий объем практики составляет составляет 6 з.е., ее продолжительность – 4 недели.

Форма промежуточной аттестации: зачет с оценкой.

6. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

6.1 Содержание разделов практики и распределение трудоемкости

по этапам

№ п/п	Наименование этапа	Содержание этапа	Трудоемкость, час
1	Подготовительный этап	Проведение собрания по организации практики. Знакомство с целями, задачами, требованиями к практике и формой отчетности. Распределение заданий. Инструктаж по охране труда и пожарной безопасности.	2
2	Знакомство с ведущей организацией	Изучение организационной структуры организации. Изучение нормативно-технической документации.	10
3	Практическая работа	Выполнение индивидуальных заданий. Сбор практического материала.	192
4	Подготовка отчета	Обработка материалов практики, подбор и структурирование материала для раскрытия соответствующих тем для отчета. Оформление отчета. Предоставление отчета руководителю.	10
5	Защита отчета		2
Итого			216

Практическая подготовка при проведении практики включает в себя отдельные занятия лекционного типа, которые предусматривают передачу учебной информации обучающимся, необходимой для последующего выполнения работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью – 211 час.

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ПРОХОЖДЕНИЮ ПРАКТИКИ

7.1 Подготовка отчета о прохождении практики

Аттестация по итогам практики проводится в виде зачета с оценкой на основе экспертной оценки деятельности обучающегося и защиты отчета. По завершении практики студенты в последний день практики представляют на выпускающую кафедру: дневник практики, включающий в себя отзывы руководителей практики от предприятия и ВУЗа о работе студента в период практики с оценкой уровня и оперативности выполнения им задания по практике, отношения к выполнению программы практики и т.п.; отчет по

практике, включающий текстовые, табличные и графические материалы, отражающие решение предусмотренных заданием на практику задач. В отчете приводится анализ поставленных задач; выбор необходимых методов и инструментальных средств для решения поставленных задач; результаты решения задач практики; общие выводы по практике. Типовая структура отчета:

1. Титульный лист
2. Содержание
3. Введение (цель практики, задачи практики)
4. Практические результаты прохождения практики
5. Заключение
6. Список использованных источников и литературы
7. Приложения (при наличии)

7.2 Этап промежуточного контроля знаний

Результаты промежуточного контроля знаний оцениваются в 6 семестре для очной формы обучения, 8 семестре для заочной формы обучения по четырехбалльной системе:

- «отлично»;
- «хорошо»;
- «удовлетворительно»;
- «неудовлетворительно».

Компетенция	Результаты обучения, характеризующие сформированность компетенции	Экспертная оценка результатов	Отлично	Хорошо	Удовл.	Неудовл.
УК-4	знать виды, средства, формы и методы коммуникаций, профессиональную терминологию и этику	2 - полное освоение знания 1 – неполное освоение знания 0 – знание не освоено	Более 80% от максимального возможного количества баллов	61%-80% от максимального возможного количества баллов	41%-60% от максимального возможного количества баллов	Менее 41% от максимального количества баллов
	уметь работать в команде проекта, коллективе агентства или департамента	2 - полное приобретение умения 1 – неполное приобретение умения 0 – умение не приобретено				
	владеть традиционными и цифровыми технологиями поиска, систематизации и обработки информации, навыками деловой коммуникации	2 - полное приобретение владения 1 – неполное приобретение владения 0 – владение не приобретено				
ОПК-1	знать отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или)	2 - полное освоение знания				

	коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ	1 – неполное освоение знания 0 – знание не освоено				
	уметь создавать медиатексты и медиапродукты, востребованные сферой рекламы и связей с общественностью	2 - полное приобретение умения 1 – неполное приобретение умения 0 – умение не приобретено				
	владеть навыками подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского языка	2 - полное приобретение владения 1 – неполное приобретение владения 0 – владение не приобретено				
ОПК-2	знать систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития	2 - полное освоение знания 1 – неполное освоение знания 0 – знание не освоено				
	уметь учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов	2 - полное приобретение умения 1 – неполное приобретение умения 0 – умение не приобретено				
	владеть навыками создания коммуникационных продуктов, учитывая основные тенденции развития общественных и государственных институтов	2 - полное приобретение владения 1 – неполное приобретение владения 0 – владение не приобретено				
ОПК-3	демонстрировать кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса	2 - полное освоение знания 1 – неполное освоение знания 0 – знание не освоено				
	уметь использовать достижения отечественной и мировой культуры	2 - полное приобретение умения 1 – неполное приобретение умения 0 – умение не				

		приобретено				
	владеть средствами художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	2 - полное приобретение владения 1 – неполное приобретение владения 0 – владение не приобретено				
ОПК-4	знать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	2 - полное освоение знания 1 – неполное освоение знания 0 – знание не освоено				
	уметь соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	2 - полное приобретение умения 1 – неполное приобретение умения 0 – умение не приобретено				
	владеть основными инструментами поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности	2 - полное приобретение владения 1 – неполное приобретение владения 0 – владение не приобретено				
ОПК-6	знать современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	2 - полное освоение знания 1 – неполное освоение знания 0 – знание не освоено				
	уметь работать с информацией в глобальных компьютерных сетях	2 - полное приобретение умения 1 – неполное приобретение умения 0 – умение не приобретено				
	владеть основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией	2 - полное приобретение владения 1 – неполное приобретение владения 0 – владение не приобретено				

Экспертная оценка результатов освоения компетенций производится

руководителем практики (или согласованная оценка руководителя практики от ВУЗа и руководителя практики от организации).

8 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

8.1 Перечень учебной литературы, необходимой для освоения практики

1. Аксенова, О. Н. Теория и практика массовой информации [Электронный ресурс] : Учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» / О. Н. Аксенова, С. В. Меликян, Е. В. Швец. - Воронеж : Воронежский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2017. - 104 с. - ISBN 978-5-7731-0503-9. URL: <http://www.iprbookshop.ru/72947.html>

2. Скрипникова, Надежда Николаевна Связи с общественностью: Теоретические брифы: учеб. пособие. - Воронеж : [б. и.], 2012 -58 с.

3. Скрипникова, Н.Н. Реклама. Консалтинг. Public Relations [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н.Н. Скрипникова. - Воронеж : Воронежский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2015. - 53 с. - ISBN 978-5-89040-561-6. URL: <http://www.iprbookshop.ru/59126.html>

4. Кузнецова, Е.В. Связи с общественностью [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие / Е.В. Кузнецова. - Саратов : Вузовское образование, 2017. - 125 с. - ISBN 978-5-906172-26-6. URL: <http://www.iprbookshop.ru/61081.html>

5. Карпова, Г. Г. Реклама и связи с общественностью [Электронный ресурс] : Учебно-методическое пособие / Г. Г. Карпова, Г. Р. Шамьенова, А. Ю. Егорова. - Саратов : Саратовский государственный технический университет имени Ю.А. Гагарина, ЭБС АСВ, 2016. - 308 с. - ISBN 978-5-7433-3018-8. URL: <http://www.iprbookshop.ru/80116.html>

6. Тевлюкова, О. Ю. Основы рекламы [Электронный ресурс] : Учебное пособие / О. Ю. Тевлюкова. - Основы рекламы ; 2029-09-09. - Новосибирск : Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ», 2015. - 156 с. - Гарантированный срок размещения в ЭБС до 09.09.2029 (автопродлонгация). - ISBN 978-5-7014-0707-5. URL: <http://www.iprbookshop.ru/87143.html>

7. Методические рекомендации для проведения всех видов практик для бакалавров, обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. //Скрипникова Н.Н., Е.С.Чеснокова, С.В.Меликян. – Воронеж: ВГТУ.- 2020.- 26 с. [Электронный ресурс]

8. Прохождение учебной и производственной практики: методические рекомендации для студентов направления 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью» (бакалавриат) / ФГБОУ ВО «Воронеж. гос. тех. ун-т», каф. связи с общественностью; сост.: Н. Н. Скрипникова, Е. С. Чеснокова, С. В. Меликян. – Воронеж : Воронежский государственный технический университет, 2020. - 40 с. Методические

рекомендации подготовлены в электронном виде и содержатся в файле Н.Н. Скрипникова, Е.С. Чеснокова, С.В. Меликян_Методические указания – практика Бакалавры.pdf.

8.2 Перечень ресурсов сети "Интернет", необходимых для проведения практики

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

<http://www.edu.ru/>

Образовательный портал ВГТУ

8.3 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по практике, включая перечень лицензионного программного обеспечения, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

Для подготовки отчета по практике обучающийся использует следующие программные средства – -Microsoft InternetExplorer (или другой интернет-браузер), MicrosoftWord (или другой текстовый редактор), AdobeReader.

9 МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА, НЕОБХОДИМАЯ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Кабинеты, лаборатории, бытовые помещения, соответствующие действующим санитарным и противопожарным нормам, а также требованиям техники безопасности.