

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Воронежский государственный технический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета  Скляров К.А.  
«31» августа 2018 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ**

«Преддипломная практика»

**Направление подготовки** 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

**Профиль** Реклама и связи с общественностью в промышленности и производственной сфере

**Квалификация выпускника** магистр

**Нормативный период обучения** 2 года / 2 года и 4 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 2018

## **1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПРАКТИКИ**

**1.1. Цели практики:** преддипломная практика направлена на закрепление теоретических знаний и практических навыков в сфере профессиональной деятельности, связанных с темой будущей выпускной квалификационной работы студента.

### **1.2. Задачи прохождения практики**

- формирование у обучающихся целостного представления об организации научно-исследовательской деятельности и системе управления научными исследованиями;
- приобретение опыта организации самостоятельной и коллективной научно-исследовательской работы; обобщение и систематизация данных для выполнения выпускной квалификационной работы;
- развитие у обучающихся личностно-профессиональных качеств исследователя.

## **2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРАКТИКИ**

Вид практики – Производственная практика  
Тип практики – Преддипломная 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 «Преддипломная практика» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока Б2.

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

Процесс прохождения практики «Преддипломная практика» направлен на формирование следующих компетенций:

ПК-1 - Способность принимать участие в поиске и анализе информации, определении структуры и создании контента

ПК-2 - Способность к созданию и анализу текстов в PR и рекламе  
ПК-3 - Способность участвовать в разработке коммуникационной стратегии организации

ПК-4 - Способен создавать каналы внутренней коммуникации (корпоративные СМИ, коммуникационные программы и мероприятия по созданию и продвижению внутренних ценностей организации) и оптимизировать их работу

ПК-5 - Способность управлять процессами стратегического планирования, подготовки и реализации коммуникационных программ и мероприятий

ПК-6 - Способность проводить сравнительный анализ возможностей различных медиа-каналов для выхода на аудиторию с использованием наиболее подходящих медиа-носителей

ПК-7 - Способен проводить исследования общественной среды и общественного мнения, анализировать полученные данные и формулировать предложения по оптимизации рекламной деятельности и связей с общественностью организации

Компетенция	Результаты обучения, характеризующие сформированность компетенции
ПК-1	знать основные подходы к анализу и синтезу, научным обобщениям, выводам и аргументированию для целей повышения эффективности разработки и осуществления программы научно-исследовательской деятельности
	уметь выдерживать заданный план и график проведения научно-исследовательской работы, концентрироваться на своевременном и рациональном выполнении первоочередных действий, связанных с изучением, оценкой и прогнозированием тенденций развития исследуемой сферы профессиональной деятельности
	владеть навыками выдвижения новых идей для целей ранжирования и определения приоритетов в текущей и перспективной научно-исследовательской работе
ПК-2	знать основы технологии производства рекламного и PR продукта
	уметь осуществлять выбор форм и методов рекламы и связей с общественностью в СМИ, определять конкретные носители рекламы и их оптимальное сочетание
	владеть основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации
ПК-3	знать алгоритм осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий
	уметь генерировать стратегические альтернативы осуществления коммуникационных кампаний и

	<p>мероприятий и обосновывать их выбор</p> <p>владеть навыками интеграции коммуникационных кампаний и мероприятий в систему управления коммуникационной деятельностью, а также в систему управления предприятием и организацией в целом</p>
ПК-4	<p>знать основные понятия и термины рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности</p>
	<p>уметь участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; участвовать в формировании и поддержании корпоративной культуры</p>
	<p>владеть базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга</p>
ПК-5	<p>знать реализовать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности</p>
	<p>уметь организовать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы</p>
	<p>владеть базовыми навыками медиапланирования</p>
ПК-6	<p>знать основные подходы к анализу и синтезу, научным обобщениям, выводам и аргументированию для целей повышения эффективности разработки и осуществления программы научно-исследовательской деятельности</p>
	<p>уметь проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий</p>
	<p>владеть навыками участия в проектировании в области рекламы и связей с общественностью фирмы, организации, обеспечению средств и методов по реализации проектов, участию в организации работы проектных команд</p>
ПК-7	<p>знать современные инструменты разработки планов, программ и других материалов прогнозно-</p>

	аналитического характера
	уметь принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных компаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований
	владеть навыками разработки планов, программ и других материалов прогнозноаналитического характера

## 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
<b>Итого</b>			<b>216</b>

## 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 4 семестре для очной формы обучения, 5 семестре для заочной формы обучения по четырехбалльной системе:

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

Комп е- тенци я	Результаты обучения, характеризующие сформированность компетенции	Экспертная оценка результатов	Отлично	Хорошо	Удовл.	Неудовл.
ПК-1	знать основные подходы к анализу и синтезу, научным обобщениям, выводам и аргументированию для целей повышения эффективности разработки и осуществления программы научно-исследовательской деятельности	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 выдерживать заданный план и график проведения научноисследовательской работы, концентрироваться на своевременном и рациональном выполнении первоочередных действий, связанных с изучением, оценкой и прогнозированием тенденций развития исследуемой сферы профессиональной деятельности	2 - полное приобретенные умения 1 – неполное приобретенные умения 0 – умение не приобретенное				
	владеть навыками выдвижения новых	2 - полное приобретен				

	идей для целей ранжирования и определения приоритетов в текущей и перспективной научно-исследовательской работе	ие владения 1 – неполное приобретен ие владения 0 – владение не приобретен о				
ПК-2	знать основы технологии производства рекламного и PR продукта	2 - полное освоение знания 1 – неполное освоение знания 0 – знание не освоено				
	уметь осуществлять выбор форм и методов рекламы и связей с общественностью в СМИ, определять конкретные носители рекламы и их оптимальное сочетание	2 - полное приобретен ие умения 1 – неполное приобретен ие умения 0 – умение не приобретен о				
	владеть основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации	2 - полное приобретен ие владения 1 – неполное приобретен ие владения 0 – владение не приобретен о				
ПК-3	знать алгоритмы осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий	2 - полное освоение знания и 1 – неполное освоение знания 0 – знание не освоено				
	уметь генерировать стратегические альтернативы осуществления коммуникационных кампаний	2 - полное приобретен ие умения 1 – неполное приобретен ие умения				

	мероприятий обосновывать выбор	и их	ие умения 0 – умение не приобретен о				
	владеть навыками интеграции коммуникационных кампаний мероприятий систему управления коммуникационной деятельностью, также в систему управления предприятием организацией в целом	и	2 - полное приобретен ие владения и 1 – неполное приобретен ие владения а 0 – владение не приобретен и о				
ПК-4	знать основные понятия и термины рекламы и связей общественностью как сферы профессиональной деятельности		2 - полное освоение знания и 1 – неполное освоение знания 0 – знание не освоено				
	уметь участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней внешней коммуникации, в том числе государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации;	в	2 - полное приобретен ие умения и 1 – неполное приобретен ие умения и 0 – умение не приобретен о				
	участвовать в формировании и поддержании корпоративной культуры	и					
	владеть базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей общественностью и рекламой, владение	и	2 - полное приобретен ие владения и 1 – неполное приобретен ие владения				

	навыками литературного редактирования, копирайтинга	0 – владение не приобретен о				
ПК-5	знать реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности	2- полное освоение знания неполное освоение знания 0 – знание не освоено				
	уметь организовать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	2- полное приобретен ие умения 1 – неполное приобретен ие умения 0 – приобретен ие умения				
	владеть навыками медиапланирования	2- полное приобретен ие владения 1 – неполное приобретен ие владения 0 – владение не приобретен о				
ПК-6	знать основные подходы к анализу и синтезу, обобщениям, выводам и аргументированию для целей повышения эффективности разработки осуществления программы научно-исследовательской деятельности	2- полное освоение знания неполное освоение знания 0 – знание не освоено				
	уметь проводить исследования конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных наблюдательных	2 - полное приобретен ие умения 1 – неполное приобретен ие умения				

	способов проверки научных теорий	0 – умение не приобретено				
	владеть навыками участия проектировании области рекламы и связей общественностью фирмы, организации, обеспечению средств и методов по реализации проектов, участию организации работы проектных команд	2 - полное в приобретении владения 1 – неполное в приобретении владения 0 – владение не приобретено				
ПК-7	знать современные инструменты разработки планов, программ и других материалов прогнозно-аналитического характера	2 - полное освоение знания 1 – неполное освоение знания 0 – знание не освоено				
	уметь принимать участие планировании, подготовке проведении коммуникационных компаний мероприятий соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований	2 - полное в приобретении умения 1 – неполное в приобретении умения 0 – умение не приобретено				
	владеть навыками разработки планов, программ и других материалов прогнозноаналитического характера	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 основной учебной литературы, необходимой для освоения практики**

1. 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>

2. 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>

3. Матвеева, М. А. Реклама и PR-Интернет [Электронный ресурс] : Методическое пособие / М. А. Матвеева, В. Н. Молибог. - Симферополь : Университет экономики и управления, 2018. - 70 с. - ISBN 2227-8397. URL: <http://www.iprbookshop.ru/86412.html>

4. 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>

5. Прохождение производственной практики: методические рекомендации для студентов направления 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» (магистратура) / ФГБОУ ВО «Воронеж. гос. тех. ун-т», каф. связи с общественностью; сост.: Н. Н. Скрипникова, Е. С. Чеснокова. - Воронеж : Воронежский государственный технический университет, 2020. - 45 с. Методические рекомендации подготовлены в электронном виде и содержатся в файле Н.Н. Скрипникова, Е.С. Чеснокова\_ Методические указания\_Практика\_Магистры.pdf.

## **Перечень дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения практики**

1. Скрипникова Н.Н. Методические рекомендации по подготовке и защите выпускной квалификационной работы / Н.Н. Скрипникова. – Воронеж, 2019. – 24 с.

2. Скрипникова Н.Н. Реклама. Консалтинг. Public Relations: теоретические брифы / Н.Н. Скрипникова. - Воронеж. гос.archit.- строит. ун-т, 2015. – 52 с.

3. Скрипникова Н.Н. Event management: технологии и практики / Н.Н. Скрипникова. - Воронеж. гос. техн. ун-т, 2019. – 36 с.

4. Чумиков А. Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд: учеб. пособие / А.Н. Чумиков. - Электрон. текстовые данные. – М.: Аспект Пресс, 2012. - 159 с.

## **8.2 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая**

**перечень лицензионного программного обеспечения, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем:**

Лицензионное программное обеспечение

- Microsoft Office Word 2013/2007
- Microsoft Office Excel 2013/2007
- Microsoft Office Power Point 2013/2007
- Acrobat Professional 11.0 MLP
- ABBYY FineReader 9.0

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

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

Образовательный портал ВГТУ

Блог о контент маркетинге - <https://texterra.ru>

Журнал о маркетинге – [www.4p.ru](http://www.4p.ru)

Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе - [www.sostav.ru](http://www.sostav.ru)

Информационные справочные системы

<http://window.edu.ru>

<https://wiki.cchgeu.ru/>

## **9 МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА, НЕОБХОДИМАЯ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ**

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

## Лист регистрации изменений

№ п/п	Перечень вносимых изменений	Дата внесения изменений	Подпись заведующего кафедрой, ответственной за реализацию ОПОП
1	Актуализирован раздел 8.2 в части состава используемого лицензионного программного обеспечения, современных профессиональных баз данных и справочных информационных систем	31.08.2019	
2	Актуализирован раздел 8.2 в части состава используемого лицензионного программного обеспечения, современных профессиональных баз данных и справочных информационных систем	31.08.2020	