

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

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета _____ / Акопян А.В. /

25 ноября 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Профессионально-исполнительская 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 2023

Автор программы	_____	О.Н. Аксенова
Заведующий кафедрой	_____	
Связи с общественностью	_____	Н.Н. Скрипникова
Руководитель ОПОП	_____	Н.Н. Скрипникова

Воронеж 2022

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПРАКТИКИ

1.1. Цели практики

формирование умений и навыков практической работы студента применительно к конкретной отрасли деятельности организации. В результате прохождения практик должны быть созданы условия для формирования практических компетенций будущего специалиста по рекламе и связям с общественностью.

1.2. Задачи прохождения практики

- участие в организации работы служб по связям с общественностью предприятий;
- использование модульных технологий в реализации PR-проектов и PR-кампаний;
- участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации;
- использование прикладного подхода к организации проектной деятельности (социологические исследования, информационный аудит, коммуникационный аудит и др.).

2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРАКТИКИ

Вид практики – Производственная практика

Тип практика – Профессионально-исполнительская 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-исполнительская 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 «Профессионально-исполнительская

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)

ПК-1 - Способность осуществлять проработку содержания профессиональной коммуникации

ПК-5 - Способность осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии

ПК-6 - Способность осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

Компетенция	Результаты обучения, характеризующие сформированность компетенции
УК-4	знать виды, средства, формы и методы коммуникаций, профессиональную терминологию и этику
	уметь работать в команде проекта, коллективе агентства или департамента
	владеть традиционными и цифровыми технологиями поиска, систематизации и обработки информации, навыками деловой коммуникации
ПК-1	знать виды и направления профессиональной деятельности, современное состояние рынка рекламных и PR услуг в России, структуру и направления работы коммуникационных агентств и департаментов
	уметь выполнять основные функции ассистента или помощника менеджера или руководителя – мониторинг ситуации, коммуникации с различными контактными группами, подготовка информационных материалов, презентаций, отчетов, планов и графиков работ
	владеть способностью осуществлять деловые коммуникации в профессиональной деятельности
ПК-5	знать основные этапы подготовки и проведения рекламных и PR кампаний, классификацию технологий рекламы и PR
	уметь осуществлять подготовку различных специальных мероприятий
	владеть навыками анализа и решения конкретных ситуаций, а также использования инструментов внутрикорпоративных коммуникаций; способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной
	инфраструктуры организации; участвовать в

	формировании и поддержании корпоративной культуры
ПК-6	знать мировой и отечественный опыт PR, рекламы, журналистики; типологию СМИ, функции и социальные задачи журналистики, систему жанров и форматов прессы, радиовещания и телевидения, специфику интернет-журналистики, алгоритм подготовки и создания материала
	уметь осуществлять поиск темы и выявлять актуальную проблематику, получать информацию в ходе профессионального общения с героями, свидетелями и экспертами, фиксировать полученные сведения, отбирать релевантную информацию из доступных документальных источников, проверять достоверность полученной информации, разграничивая факты и мнения
	владеть навыками принятия и реализации творческих решений на основе имеющегося отечественного и мирового опыта рекламы, PR, журналистики, навыками соблюдения профессиональных этических норм на всех этапах работы, а также навыками подготовки к публикации текста с учетом требований редакции СМИ

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 – 156 час.

6.2 Содержание практической подготовки при проведении практики

Содержание практической подготовки при проведении практики устанавливается исходя из содержания и направленности образовательной программы, содержания практики, ее целей и задач.

Практическая подготовка при проведении практики направлена на формирование умений и навыков в соответствии с трудовыми действиями и (или) трудовыми функциями по профилю образовательной программы.

Практическая подготовка проводится путем непосредственного выполнения обучающимися определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью, способствующих формированию, закреплению и развитию практических навыков и компетенций по профилю соответствующей образовательной программы:

№ п/п	Типы задач профессиональной деятельности	Выполняемые обучающимися в период практики виды работ	Формируемые профессиональные компетенции
1	Организационно-управленческие	Изучение действующих в подразделениях нормативно-правовых актов по его функциональному предназначению, режиму работы, структуре данной организации.	ПК-1 Способность осуществлять проработку содержания профессиональной коммуникации
2	Проектные	Участие в планировании, подготовке и реализации коммуникационных кампаний в соответствии с полученными заданиями (поручениями) руководителя практики в организации и индивидуальным заданием, полученным от руководителя практики в департаменте.	ПК-5 Способность осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии
3	Рекламно-информационные	Создание рекламного, PR или иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации.	ПК-6 Способность осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

При проведении практики в ВГТУ назначается руководитель по практической подготовке от кафедры из числа лиц, относящихся к профессорско-преподавательскому составу университета, который осуществляет реализацию практики в форме практической подготовки, составляет рабочий график (план) проведения практики, разрабатывает

индивидуальные задания для обучающихся, участвует в распределении обучающихся по рабочим местам и видам работ.

При проведении практики в профильных организациях (на основании договоров, заключаемых ВГТУ с организациями) содержание практики и планируемые результаты обучения по практике, установленные в рабочей программе практики, согласовываются с профильной организацией (дневник практики, приложения к договору о практической подготовке при проведении практики обучающихся). Руководителями по практической подготовке от кафедры (осуществляет реализацию практики в форме практической подготовки) и от профильной организации (обеспечивает реализацию практики в форме практической подготовки со стороны профильной организации) составляются совместные рабочие графики (план) проведения практики и согласовываются индивидуальные задания для обучающихся (дневник практики).

На протяжении всего периода практики обучающийся в соответствии с индивидуальным заданием на практику (в т.ч. групповым (бригадным) заданием) выполняет определенные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью и направленные на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенций по профилю ОПОП, собирает и обрабатывает необходимый материал, оформляет дневник практики и отчет по результатам прохождения практики, содержащий описание профессиональных задач, решаемых обучающимся на практике.

6.3 Примерный перечень индивидуальных заданий для обучающихся, выполняемых в период практики

- дать общую характеристику деятельности организации;
- изучить устав организации, должностные инструкции в рекламном/PR-отделе;
- провести анализ проектов, коммуникационных мероприятий и программ, реализуемых в отделе;
- провести оценку эффективности реализуемых коммуникационных направлений и программ;
- провести мониторинг общественного мнения, мониторинг СМИ; оформить соответствующие аналитические материалы;
- провести анализ инструментов информационной работы с внешними и внутренними аудиториями;
- определить основные недостатки действующей системы информационно-коммуникационного сопровождения деятельности компании, применяемых рекламных и PR-инструментов позиционирования имиджа и продвижения организации.

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, 6 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 максимально возможного количества баллов	61%-80% от максимально возможного количества баллов	41%-60% от максимально возможного количества баллов	Менее 41% от максимально возможного 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,	2 - полное приобретение владения				

	систематизации и обработки информации, навыками деловой коммуникации	1 – неполное приобретение владения 0 – владение не приобретено				
ПК-1	знать виды и направления профессиональной деятельности, современное состояние рынка рекламных и PR услуг в России, структуру и направления работы коммуникационных агентств и департаментов	2 – полное освоение знания 1 – неполное освоение знания 0 – знание не освоено				
	уметь выполнять основные функции ассистента или помощника менеджера или руководителя – мониторинг ситуации, коммуникации с различными контактными группами, подготовка информационных материалов, презентаций, отчетов, планов и графиков работ	2 – полное приобретение умения 1 – неполное приобретение умения 0 – умение не приобретено				
	владеть способностью осуществлять деловые коммуникации в профессиональной деятельности	2 – полное приобретение владения 1 – неполное приобретение владения 0 – владение не приобретено				
ПК-5	знать основные этапы подготовки и проведения рекламных и PR кампаний, классификацию технологий рекламы и PR	2 – полное освоение знания 1 – неполное освоение знания 0 – знание не освоено				
	уметь осуществлять подготовку различных специальных мероприятий	2 – полное приобретение умения 1 – неполное приобретение умения 0 – умение не приобретено				
	владеть навыками анализа и решения конкретных ситуаций, а также использования инструментов внутрикорпоративных коммуникаций;	2 – полное приобретение владения 1 – неполное приобретение владения 0 – владение не				

	способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации; участвовать в формировании и поддержании корпоративной культуры	приобретено				
ПК-6	знать мировой и отечественный опыт PR, рекламы, журналистики; типологию СМИ, функции и социальные задачи журналистики, систему жанров и форматов прессы, радиовещания и телевидения, специфику интернет-журналистики, алгоритм подготовки и создания материала	2 - полное освоение знания 1 - неполное освоение знания 0 - знание не освоено				
	Уметь осуществлять поиск темы и выявлять актуальную проблематику, получать информацию в ходе профессионального общения с героями, свидетелями и экспертами, фиксировать полученные сведения, отбирать релевантную информацию из доступных документальных источников, проверять достоверность полученной информации, разграничивая факты и мнения	2 - полное приобретение умения 1 - неполное приобретение умения 0 - умение не приобретено				
	владеть навыками принятия реализации творческих решений на основе имеющегося отечественного и мирового опыта PR, рекламы, журналистики, навыками соблюдения профессиональных этических норм на всех этапах работы, а также навыками подготовки к	2 - полное приобретение владения 1 - неполное приобретение владения 0 - владение не приобретено				

	публикации текста с учетом требований редакции СМИ					
--	--	--	--	--	--	--

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. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации : правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике; учебное пособие / Ф.И. Шарков. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 334 с. - ISBN 978-5-394-00783-5. URL:

<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453930>

2. 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>

3. Щепилова, Г. Г. Основы рекламы: учебник для бакалавров : учебник / Г.Г. Щепилова, К.В. Щепилов. - Москва|Берлин : Директ-Медиа, 2019. - 473 с. : ил., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-9917-1. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=500663>

4. 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

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

Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе - www.sostav.ru

Информационные справочные системы

<http://window.edu.ru>

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

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.