

**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**

«Профессионально-исполнительская практика»

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль Реклама и связи с общественностью

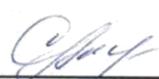
Квалификация выпускника бакалавр

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

Форма обучения очная / заочная

Год начала подготовки 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** 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

иностранным(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

<b>Компетенция</b>	<b>Результаты обучения, характеризующие сформированность компетенции</b>
УК-4	знать виды, средства, формы и методы коммуникаций, терминологию и этику профессиональную
	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,

	<p>функции и социальные задачи журналистики, систему жанров и форматов прессы, радиовещания и телевидения, специфику интернет-журналистики, алгоритм подготовки и создания материала</p>
	<p>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</p>
	<p>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</p>

## 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, 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 максимального возможного количества баллов
	уметь работать в команде проекта, коллективе агентства или департамента	2 - полное приобретение умения 1 – неполное приобретение умения 0 – умение не приобретено				

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

	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	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 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	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. 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.

### **8.1.2 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. архит.- 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	