**Автономная некоммерческая организация**
**высшего образования**
**«РОССИЙСКИЙ НОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Утверждаю
Проректор по учебной работе
_____Г.А. Шабанов
«09» октября 2015 г.

# Программа учебно-ознакомительной практики

студентов факультета гуманитарных технологий

Направление подготовки: реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: реклама и связи с общественностью в коммерческом секторе

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Программа доработана, рассмотрена и утверждена на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью «09» октября 2015 года, протокол №1.

Заведующий кафедрой
_____ Е.Ю. Чилингир

**Москва-2015 г.**

## 1. Вид практики, способы и формы ее проведения

**Вид практики:** учебно-ознакомительная.

**Формы проведения практики**: офисная, аналитическая, научно-исследовательская.

**Места проведения практики:**

Департамент управления информацией РосНОУ, отдел рекламы и маркетинга РосНОУ, рекламные и PR–агентства, пресс-службы, отделы по рекламе и СО организаций, кафедра рекламы и СО РосНОУ.

**Время проведения практики**:

- для студентов очной формы обучения — 4 семестр;
- для студентов очно-заочной формы обучения — 6 семестр;
- для студентов заочной формы обучения — 6 семестр.

## 2. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

**Целями** учебно-ознакомительной практики являются закрепление и углубление теоретической подготовки, приобретение практических навыков и компетенций в сфере профессиональной деятельности.

**Задачами** учебно-ознакомительной практики являются развить навыки:

- использования основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способность анализировать социально-значимые проблемы и процессы;
- владения основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, работы с компьютером как средством управления информацией;
- работы с информацией в глобальных компьютерных сетях;
- осуществления под контролем профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в коммерческих структурах;
- ведения диалога, приемов убеждения;

- создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы;
- общения, умения устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами;
- обсуждения профессиональных проблем, отстаивания своей точки зрения, объяснения сущности явлений, событий, процессов, умения делать выводы, давать аргументированные ответы;
- сбора и систематизации научно-практической информации по теме исследований в области связей с общественностью и рекламы.

**Компетенции обучающихся, формируемые в результате прохождения учебно-ознакомительной практики**

В результате прохождения данной учебной практики, обучающиеся должны приобрести следующие практические навыки, умения, общекультурные и профессиональные компетенции:

- готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-3);
- умением использовать нормативные правовые документы в своей деятельности (ОК-5);
- владением основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией (ОК-12);
- способностью работать с информацией в глобальных компьютерных сетях (ОК-13);
- владением одним из иностранных языков на уровне не ниже разговорного (ОК-14);
- осуществление профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в коммерческих структурах (ПК-1);
- владением основами речи, знает ее виды, правила речевого этикета и ведения диалога, законы композиции и стиля, приемы убеждения (ПК-5);

- создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы (ПК-6);
- общение, умение устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами (ПК-9);
- способностью проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий (ПК-11).

## 3. Место учебно-ознакомительной практики в структуре ОП бакалавриата

Учебная практика базируется на знаниях Гуманитарного, социального и экономического цикла (русский язык и культура речи, иностранный язык, отечественная история, культурология, психология, социология, философия, экономика, профессиональная этика, всемирная история), Математического и естественнонаучного цикла (Математика и статистика, Компьютерные технологии и информатика), Профессионального цикла (безопасность жизнедеятельности, основы теории коммуникации, социология массовой коммуникации, психология массовой коммуникации, теория и практика массовой информации, организация и проведение рекламных кампаний, основы менеджмента, введение в профессию, право и СМИ, стилистика и литературное редактирование, история мировой литературы и искусства, основы журналистики, фотодело в рекламе и СО).

Требования к знаниям, умениям и готовностям обучающихся, приобретенным в результате освоения предшествующих частей ОП и неотъемлемых при освоении данной практики:

- владение культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения;

- умение логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь;
- готовность к кооперации с коллегами, работе в коллективе;
- умение использовать нормативные правовые документы в своей деятельности;
- стремление к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства;
- умение критически оценивать свои достоинства и недостатки, наметить пути и выбрать средства развития достоинств и устранения недостатков;
- осознание социальной значимости своей будущей профессии, обладание высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности;
- способность понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны;
- владение одним из иностранных языков на уровне не ниже разговорного;
- знание своих прав и обязанностей как гражданина своей страны; умение использовать действующее законодательство РФ, правовые документы в своей деятельности; демонстрировать готовность и стремление к совершенствованию и развитию общества на принципах гуманизма, свободы и демократии;
- владение основами речи, знание ее видов, правил речевого этикета, законов композиции и стиля, приемов убеждения.

На знаниях, умениях и навыках, полученных в ходе учебно-ознакомительной практики базируется изучение дисциплин Гуманитарного, социального и экономического цикла (Деловой иностранный язык), Математического и естественнонаучного цикла (Концепции современного

естествознания, Компьютерная графика), Профессионального цикла (Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и СО), Коммуникационный менеджмент, Основы статистики и бухучета, Брендинг, Основы имиджелогии, Практикум эффективного общения). Дальнейшее развитие знаний, умений и навыков происходит в процессе прохождение производственной практики.

## 4. Объем практики в зачетных единицах и ее продолжительность в академических часах.

Общая трудоемкость учебно-ознакомительной практики составляет 9 зачетных единиц (з.е.) 324 часа (ч.), 6 недель.

## 5. Структура и содержание учебно-ознакомительной практики

| № п\п | Этапы практики | Виды работы на практике, включая самостоятельную работу студента и трудоемкость (в часах) | Форма текущего контроля |
|---|---|---|---|
| **1** | Подготовительный этап | Ознакомительная лекция, инструктаж по содержанию и методике прохождения практики. Изучение литературы по теме практики. Получение задания на практику. | Очное присутствие |
| **2** | Рабочий этап | Изучение структуры организации, отдела, в котором проходит практика. Наблюдение за работой сотрудников отдела или агентства. Ознакомление с нормативными правовыми документами и их использованием в своей деятельности.<br>Развитие навыков кооперации с коллегами, работы в коллективе.<br>Написание и редактирование и верстка текстов (анонс, новость, | Ведение дневника практики |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | пресс-релиз, интервью, репортаж и др.).<br>Участие в подготовке и организации мероприятий (выставки, дни открытых дверей, конференции, студенческие мероприятия и др). Получение навыка публичных выступлений, консультативная работа на мероприятиях, в консультационных центрах, в социальных сетях.<br>Коммуникации со СМИ. Донесение информации до целевых аудиторий.<br>Участие в научных исследованиях кафедры рекламы и СО.<br>Получение технических навыков обработки информации, работы с офисной техникой и программами. | |
| **3** | Заключительный этап | Подготовка отчета по практике.<br>Получение отзыва-характеристики. | Дифференцированный зачет |

## 6. Формы отчетности по практике

По результатам учебно-ознакомительной практики студенты представляют следующие отчетные документы:

1) письменный отчет студента о практике;
2) отзыв-характеристика руководителя с места практики.

Письменный отчет студента об учебно-ознакомительной практике включает краткую характеристику и анализ деятельности предприятия (организации) и подразделения, в котором он проходил практику, описание

задач, решением которых он занимался в ходе практики, а также заключение о том, как практика повлияла на формирование собственного профессионального интереса. Отчет студента о практике оформляется в виде печатного текста.

Отзыв-характеристика руководителя с места практики оформляется на бланке организации. Отзыв-характеристика заверяется подписью с указанием фамилии, имени, отчества, должности руководителя практики от организации и печатью.

Отчетные документы, представленные студентом, являются основанием для допуска студента к зачету по учебно-ознакомительной практике.

Устный зачет по практике проходит в форме выполнения типовых заданий.

**Период проведения аттестации**:

для студентов очной формы обучения — 4 семестр;

для студентов очно-заочной формы обучения — 6 семестр;

для студентов заочной формы обучения — 6 семестр.

## 7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации студентов по практике

**Примерный перечень контрольных вопросов, осваиваемых студентом самостоятельно:**

1. Закон о рекламе. Роль этики в рекламе. — ОК-5
2. Этика и профессиональные стандарты в PR. Кодекс профессионального поведения PR-специалиста. — ОК-5
3. Структура типового PR-агентства. — ОК-3, ПК-1
4. Структура типового рекламного агентства. — ОК-3, ПК-1
5. Функции отделов по связям с общественностью в государственных организациях и учреждениях. — ОК-3, ПК-1
6. Функции рекламных и PR-отделов в коммерческих структурах. — ОК-3, ПК-1
7. Взаимодействие PR-агентства и PR-отдела. — ПК-1, ПК-9

8. Основные направления услуг, оказываемых рекламным, PR-агентством. — ОК-3, ПК-1
9. Виды рабочих мероприятий, проводимых рекламным, PR-агентством. — ОК-3, ПК-1
10. Основные этапы рекламной, PR-кампании. — ОК-3, ПК-1
11. Взаимодействие со СМИ в СО и рекламе. — ПК-1, ПК-9

**Типовые задания:**

1. Подготовьте информационное сообщение (новость) о состоявшемся визите в РосНОУ президента Российской академии наук (для официального сайта вуза) — ОК-12, ПК-1, ПК-5, ПК-6
2. В РосНОУ пройдёт День открытых дверей. Подготовьте рекламное объявление (анонс) для портала Ucheba.ru. — ОК-12, ОК-13, ПК-1, ПК-5, ПК-6
3. В связи с вводом в строй нового учебного корпуса РосНОУ подготовьте основные пункты заявления (на выбор): для прессы; для студентов; для абитуриентов; для преподавателей и сотрудников. — ОК-12, ПК-1, ПК-5, ПК-6
4. Определите состав пресс-кита для журналистов, приглашённых на мероприятие, посвящённое 25-летию РосНОУ. — ОК-12, ПК-1, ПК-6
5. Составьте приглашение выпускникам факультета ГТ РосНОУ на День гуманитария. — ОК-12, ПК-1, ПК-5, ПК-6
6. Составьте краткий сценарий церемонии открытия научной конференции «Осенние чтения». — ОК-3, ПК-1, ПК-5, ПК-6
7. Создайте серию информационных поводов для продвижения Общероссийского рейтинга школьных сайтов. — ОК-12, ПК-1, ПК-6
8. Составьте план продвижения на рынок образовательных услуг нового направления подготовки «Искусствоведение». — ОК-12, ПК-1, ПК-6
9. Подготовьте программу проведения Дня открытых дверей РосНОУ. — ОК-3, ПК-1, ПК-6
10. Используя документ «Правила приёма в РосНОУ», составьте памятку для абитуриента по срокам приёмной кампании. — ОК-5, ПК-1, ПК-6

11. Используя интернет, составьте список вузов, ведущих в этом году приём на бюджетные места магистратуры по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью». — ОК-12, ОК-13, ПК-1
12. Составьте новогоднее обращение ректора РосНОУ. — ПК-1, ПК-5, ПК-6
13. Составьте письмо с предложением информационного партнёрства (на русском и английском языках). — ОК-12, ОК-13, ОК-14, ПК-1, ПК-6, ПК-9

**Оценка результатов практики:**

Для оценки результатов учебно-ознакомительной практики используются следующие методы:

- наблюдение за студентами в процессе прохождения практики и анализ качества отдельных видов их работ;
- беседы с руководителями практики от учреждений, студентами;
- анализ характеристик студентов, написанными руководителями от учреждения и заверенных администрацией учреждения;
- анализ результатов творческой работы студентов, самооценки студентами степени своей подготовленности к деятельности в качестве ассистента менеджера по рекламе и связям с общественностью;
- анализ документации студентов по учебной практике (отчетов по работе);
- демонстрация студентами полученных навыков в ходе проведения зачета.

Основными критериями оценки учебно-ознакомительной практики являются точность выполнения поставленной перед студентом задачи. Оценка является дифференцированной и учитывает полноту и качество выполнения задания, а также точность и информационную насыщенность представленного отчета.

Оценка выставляется руководителем группы, ответственным за прохождение практики данным студентом, с учетом мнения руководителя практики от организации.

Факультетский руководитель при выставлении оценки руководствуется следующими критериями:

1. качество выполнения отдельных видов деятельности студента;
2. отношение к учебно-ознакомительной практике;
3. качество отчетной документации;
4. полученные навыки.

На «отлично» оценивается практика студента, который выполнил весь объем работы, требуемой программой практики, ответственно и с интересом относился ко всем видам работ, показал качество отчетной документации, продемонстрировал не менее 5 полученных навыков.

На «хорошо» оценивается работа студента, полностью выполнившего объем работы, требуемой программой практики, но допустившего незначительные ошибки, работавшего вполне самостоятельно, проявившего заинтересованность в работе, продемонстрировал не менее 4 полученных навыков.

На «удовлетворительно» оценивается работа студента, который также выполнил объем работы, требуемой программой практики, однако в процессе работы не проявил достаточной заинтересованности, инициативы и самостоятельности, продемонстрировал не менее 3 полученных навыков.

На «неудовлетворительно» оценивается работа студента, который не выполнил программу практики, работы не выполнял либо выполнял на низком уровне, не смог продемонстрировать хотя бы 3 полученных навыка.

## 8. Перечень учебной литературы и ресурсов сети Интернет, необходимых для проведения учебно-ознакомительной практики

а) Основная литература:

1. *Гарин Н.Н., Данилов И.А., Жуков О.Б.*Связи с общественностью. Теория, практика, коммуникативные стратегии. — М.: Аспект Пресс, 2011. (http://www.iprbookshop.ru/)
2. *Панкратов Ф.Г., Баженов Ю.К., Шахурин В.Г.* Основы рекламы. Учебник. — М.: Дашков и К, 2012. (http://www.iprbookshop.ru/)

б) дополнительная литература:

1. *Блэк С.* Паблик рилейшнз: Что это такое? Пер. с англ. — М.: Модино Пресс, 1990. — 239 с.
2. *Горкина М.Б., Мамонтов А.А., Манн И.Б.* PR на 100%: Как стать хорошим менеджером по PR. — М.: Альпина Паблишер, 2009. — 214 с.
3. *Грачев А.С., Грачева С.А., Спирина Е.Г.* PR-служба компании. — М., 2010.
4. *Кривоносов А.Д., Филатова О.Г., Шишкина М.А.* Основы теории связей с общественностью. — СПб., 2012.
5. *Огилви Д.* Огилви о рекламе. — М.: ЭКСМО, 2012. — 232 с.
6. *Резепов И.Ш.* Психология рекламы и PR. — М., 2010.
7. *Романов А.А., Басенко В.П., Дианова В.А.* Реклама и PR. Учебное пособие. — Краснодар: Южный институт менеджмента, 2012.
8. *Чумиков А.Н., Бочаров М.П.* Актуальные связи с общественностью. — М., 2009.
9. *Шарков Ф.И.* Интегрированные коммуникации. Реклама, паблик рилейшнз, брендинг. — М., 2011.

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы

http://www.gorkina.ru/index.html — Образовательный проект в сфере связей с общественностью «Школа PR Марины Горкиной».

http://www.pressclub.host.ru/PR_Lib/ — PR-библиотека на сайте агентства «Международный пресс-клуб».

http://pr-info.ru — Электронное информационное издание «PR-Info. Public Relations в российском контексте».

http://pr-life.ru — Информационный портал «Пиар-лайф».

http://www.pr-news.spb.ru — Интернет-сайт газеты «PR-news».

http://www.rupr.ru — Интернет-версия всероссийского научно-популярного журнала «Public Relations в России».

## 9. Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по учебно-ознакомительной практике включают:

- стандартный офисный пакет приложений Microsoft Office;
- информационные справочные системы: http://help.yandex.ru/search/; http://news.yandex.ru/; http://blogs.yandex.ru/; https://news.google.ru/.

## 10. Описание материально-технической базы, необходимой для проведения учебно-ознакомительной практики.

Офисные рабочие места, оборудованные компьютерами с выходом в интернет.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО по направлению и профилю подготовки Реклама и связи с общественностью.

Автор (ы) Чилингир Е.Ю.

Рецензент (ы) к.ф.-м.н., директор по продвижению группы компаний LANIT Education Д.А. Юрьев.