

Автономная некоммерческая организация
высшего образования
«РОССИЙСКИЙ НОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет гуманитарных технологий
Кафедра рекламы и связей с общественностью



Утверждаю

Проректор по учебной работе

 Г.А.Шабанов

«16» 12 2016 г.

**Программа практики по получению первичных
профессиональных умений и навыков**

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

Прикладной бакалавриат

Программа разработана, рассмотрена и утверждена на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью «16» декабря 2016 года, протокол №4.

Заведующий кафедрой



Е.Ю. Чилингир

1. Вид практики, способы и формы ее проведения

Вид практики: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков.

Способ проведения практики: стационарная.

Форма проведения практики: дискретная.

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 — 3 и 4 семестр;
- для студентов заочной формы обучения — 5 и 6 семестр.

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

Целями практики по получению первичных профессиональных умений и навыков являются закрепление и углубление теоретической подготовки, приобретение практических навыков и компетенций в сфере профессиональной деятельности.

Задачами практики по получению первичных профессиональных умений и навыков являются развить навыки:

- участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации;
- участие в формировании и поддержании корпоративной культуры.

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:

- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);
- владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2);
- обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);
- умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);
- умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5);
- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6).
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);
- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7).

Описание показателей и критериев оценивания компетенций, а также шкалы оценивания.

Компетенция	Знать	Уметь	Владеть навыками
способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области	профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных	осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с	осуществления под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с

рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1)	структурах ОПК-1-П-З	общественностью в различных структурах ОПК-1-П-У	общественностью в различных структурах ОПК-1-П-В
владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2)	методы и приемы работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью ОПК-2-П-З	работать в отделах рекламы и отделах связей с общественностью ОПК-2-П-У	работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью ОПК-2-П-В
обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3)	виды текстов рекламы и связей с общественностью, способы литературного редактирования, копирайтинга ОПК-3-П-З	писать тексты рекламы и связей с общественностью, осуществлять литературное редактирование, копирайтинг ОПК-3-П-У	создания текстов рекламы и связей с общественностью, литературного редактирования, копирайтинга ОПК-3-П-В
умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4)	способы планирования и организации под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий ОПК-4-П-З	планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия ОПК-4-П-У	планирования и организации под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий ОПК-4-П-В
умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5)	способы проведения под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий ОПК-5-П-З	проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия ОПК-5-П-У	проведения под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий ОПК-5-П-В
способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6)	способы решения стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности ОПК-6-П-З	решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности ОПК-6-П-У	решения стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности ОПК-6-П-В
способностью участвовать в создании эффективной	способы создания эффективной коммуникационной	участвовать в создании эффективной	участия в создании эффективной коммуникационной

коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6)	инфраструктуры организации, обеспечения внутренней и внешней коммуникации ПК-6-П-З	коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации ПК-6-П-У	инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации ПК-6-П-В
способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7)	формы планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий ПК-7-П-З	проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия ПК-7-П-У	участия в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий ПК-7-П-В

3. Место практики по получению первичных профессиональных умений и навыков в структуре ОП бакалавриата

Учебная практика базируется на знаниях Базовой части учебного плана (Русский язык и культура речи, Иностранный язык, Отечественная история, Культурология, Психология, Философия, Экономика, Логика, Социология, Риторика, Всемирная история, История мировой литературы и искусства, Математика и статистика, Компьютерные технологии и информатика, Основы теории коммуникации, социология массовых коммуникаций, психология массовых коммуникаций, теория и практика массовой информации, безопасность жизнедеятельности, физическая культура), Вариативной части учебного плана (Введение в профессию, Основы журналистики).

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

- способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);
- способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);
- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);

- способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4);
- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);
- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);
- способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-8);
- готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-9);
- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);
- обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);
- умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);
- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6);
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);

- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);
- способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8).

На знаниях, умениях и навыках, полученных в ходе учебной практики базируется изучение дисциплин профессиональной части учебного плана (Правоведение, Практика рекламы, Теория связей с общественностью, Работа с медиатекстами, Основы менеджмента), Вариативной части учебного плана (Техника и технологии рекламной фотографии). Дальнейшее развитие знаний, умений и навыков происходит в процессе прохождения производственной практики.

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

Общая трудоемкость учебно-ознакомительной практики составляет 18 зачетных единиц (з.е.) 648 часов (ак.ч.), 12 недель.

5. Структура и содержание практики по получению первичных профессиональных умений и навыков

№ 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. Составление индивидуальных заданий.
2	Рабочий этап	Изучение структуры организации, отдела, в котором проходит практика. Наблюдение за работой сотрудников отдела или агентства. Выполнение под контролем профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью. Получение	Наблюдение. Выполнение индивидуальных заданий.

		<p>базовых навыков создания рекламных и PR-текстов, литературного редактирования, копирайтинга.</p> <p>Получение навыков планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий.</p> <p>Получение навыков участия в коммуникационных кампаниях и мероприятиях.</p> <p>Получение навыков решения стандартных задач профессиональной деятельности.</p> <p>Получение технических навыков обработки информации, работы с офисной техникой и программами.</p> <p>Развитие навыков кооперации с коллегами, работы в коллективе.</p>	
3	Заключительный этап	Подготовка отчета по практике.	Дифференцированный зачет

6. Формы отчетности по практике

По результатам практики по получению первичных профессиональных умений и навыков студенты представляют следующие отчетные документы:

- 1) письменный отчет студента о практике;
- 2) индивидуальное задание с отметками о выполнении.

Письменный отчет студента о практике по получению первичных профессиональных умений и навыков 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.

Индивидуальное задание включает содержание практики, планируемые результаты, рабочий график (план) проведения практики, отметки о выполнении с подписью руководителя практики от организации.

Отчетные документы, представленные студентом, являются основанием для допуска студента к зачету по учебной практике.

Устный зачет по практике проходит в форме выполнения типовых заданий.

Период проведения аттестации:

для студентов очной формы обучения — 3 и 4 семестр;

для студентов заочной формы обучения — 5 и 6 семестр.

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

Примерный перечень контрольных вопросов, осваиваемых студентом самостоятельно:

1. Функции отделов по рекламе и связям с общественностью в различных организациях и учреждениях — ОПК-1.
2. Законы написания рекламных слоганов, рекламных текстов, пресс-релизов, имиджевых статей — ОПК-3.
3. Виды рабочих мероприятий, проводимых рекламным, PR-агентством — ОПК-4, ПК-7.
4. Основы библиографической культуры — ОПК-6.
5. Основы информационной безопасности — ОПК-6.
6. Применение информационно-коммуникационных технологий в рекламе и связях с общественностью — ОПК-6.
7. Взаимодействие PR-агентства и PR-отдела — ПК-6.
8. Взаимодействие со СМИ в связях с общественностью и рекламе — ПК-6.
9. Основные направления услуг, оказываемых рекламным, PR-агентством — ПК-6.
10. Основные этапы планирования и проведения коммуникационной кампании. — ОПК-4, ПК-7.

Типовые задания:

1. Подготовьте информационное сообщение (новость) о состоявшемся визите в РосНОУ президента Российской академии наук (для официального сайта вуза) — ОПК-1, ОПК-3.

2. В РосНОУ пройдёт День открытых дверей. Подготовьте рекламное объявление (анонс) для портала Ucheba.ru. — ОПК-1, ОПК-3.
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 — ОПК-1, ОПК-3.
4. Определите состав пресс-кита для журналистов, приглашённых на мероприятие, посвящённое 25-летию РосНОУ — ОПК-4, ПК-7.
5. Составьте краткий сценарий церемонии открытия научной конференции «Осенние чтения». — ОПК-4, ПК-7.
6. Используя интернет, составьте список вузов, ведущих в этом году приём на бюджетные места магистратуры по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» — ОПК-6.
7. Составьте инструкцию по соблюдению техники информационной безопасности РосНОУ — ОПК-6.
8. Создайте серию информационных поводов для продвижения Общероссийского рейтинга школьных сайтов — ПК-6.
9. Подготовьте программу проведения Дня открытых дверей РосНОУ — ПК-6.
10. Составьте письмо с предложением информационного партнёрства — ПК-6.

Оценка результатов практики:

Для оценки результатов практики по получению первичных профессиональных умений и навыков используются следующие методы:

- наблюдение за студентами в процессе прохождения практики и анализ качества отдельных видов их работ;
- беседы с руководителями практики от организации, студентами;
- анализ выполнения индивидуальных заданий, подписанных руководителями от организации;
- анализ результатов творческой работы студентов, самооценки студентами степени своей подготовленности к деятельности в качестве стажера, ассистента менеджера по рекламе и связям с общественностью;

- анализ документации студентов по учебной практике (отчетов о работе);
- демонстрация студентами полученных навыков в ходе проведения зачета.

Основными критериями оценки практики по получению первичных профессиональных умений и навыков 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 практике по получению первичных профессиональных умений и навыков;
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 учебной 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 практики по получению первичных профессиональных умений и навыков

Офисные рабочие места, оборудованные компьютерами с выходом в интернет.

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

Автор — к.культурологии, доцент Чилингир Е.Ю.

АНО ВО «РОССИЙСКИЙ НОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(АНО ВО «РосНОУ»)

Факультет гуманитарных технологий

Кафедра рекламы и связей с общественностью

ОТЧЕТ

о прохождении практики по получению первичных профессиональных
умений и навыков

Место прохождения практики _____

Выполнил(а) студент(ка)

_____ курса _____ группы

фамилия, имя, отчество

Руководитель практики от кафедры

ученая степень, звание, должность

фамилия, имя, отчество

Руководитель практики от организации

должность

фамилия, имя, отчество

Москва 20____

ПЛАН
написания отчета по практике по получению первичных
профессиональных умений и навыков

1. Общая характеристика организации, где проходила практика, анализ ее деятельности (организационно-правовая форма; организационная структура; сфера деятельности; характер услуг, работ).
2. Анализ работы отдела, где проходила практика.
3. Функциональные обязанности в соответствии с занимаемой должностью.
4. Влияние практики на формирование собственного профессионального интереса.

Приложения

1. Индивидуальное задание с отметками о выполнении.
2. Материалы, подтверждающие полученные в ходе прохождения практики навыки (при наличии).

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Российский новый университет»
(АНО ВО «Российский новый университет»)

**Индивидуальное задание, содержание, планируемые результаты и
совместный рабочий график (план) проведения практики**

(Ф.И.О. обучающегося полностью)

Направление подготовки: реклама и связи с общественностью

Профиль: реклама и связи с общественностью в коммерческом секторе.

Вид практики: учебная

Тип практики: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков.

Наименование предприятия (организации) места прохождения практики

Наименование структурного подразделения:

Сроки прохождения практики: с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.

Содержание практики _____

(указываются основные виды и задачи профессиональной деятельности, в выполнении которых обучающийся приобретает опыт)

№	Индивидуальные задания, раскрывающие содержание практики	Планируемые результаты практики	Совместный рабочий график (план) проведения практики	Отметка о выполнении
1.	(Индивидуальные задания должны формировать все показатели всех закрепленных за практикой компетенций)	(Указываются этапы формируемых компетенций)	(Срок выполнения)	

Руководитель практики
от АНО ВО «Российский новый университет»

Ф.И.О.
(подпись)

«Согласовано»

Руководитель практики от организации
(В случае, если практика организована
в профильной организации)

Ф.И.О.
(подпись)