

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

«22»

2017 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 «28» августа 2017 года, протокол №1.

Заведующий кафедрой

 Е.Ю. Чилингир

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

**Вид практики:** учебная

**Тип 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);
- 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).

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

<b>Компетенция</b>	<b>Знать</b>	<b>Уметь</b>	<b>Владеть навыками</b>
способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1)	профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах ОПК-1-3	осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах ОПК-1-У	осуществления под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах ОПК-1-В
обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с	виды текстов рекламы и связей с общественностью, способы	писать тексты рекламы и связей с общественностью, осуществлять	создания текстов рекламы и связей с общественностью, литературного

общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3)	литературного редактирования, копирайтинга ОПК-3-З	литературное редактирование, копирайтинг ОПК-3-У	редактирования, копирайтинга ОПК-3-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-З	планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия ОПК-4-У	планирования и организации под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий ОПК-4-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-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-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-В
способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6)	способы создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечения внутренней и внешней коммуникации ПК-6-З	участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации ПК-6-У	участия в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации ПК-6-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-З	проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия ПК-7-У	участия в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий ПК-7-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 базовой 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 практики практика по получению первичных профессиональных умений и навыков 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 — 4 часа	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 — 640 часов	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 базовых навыков создания рекламных и PR-текстов, литературного редактирования, копирайтинга. Получение навыков планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий. Получение навыков участия в коммуникационных кампаниях и мероприятиях. Получение навыков решения стандартных задач профессиональной деятельности. Получение технических навыков обработки информации, работы с офисной техникой и программами. Развитие навыков кооперации с коллегами, работы в коллективе.	Наблюдение. Выполнение индивидуальных заданий.
3	Заключительный	Подготовка отчета по практике.	Дифференци

	этап — 4 часа		рованный 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. *Чумиков А.Н., Бочаров М.П., Самойленко С.А.* Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции: учебное пособие. — М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2016.
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. *Гарин Н.Н., Данилов И.А., Жуков О.Б.* Связи с общественностью. Теория, практика, коммуникативные стратегии. — М.: Аспект Пресс, 2011. (<http://www.iprbookshop.ru/>)
3. *Горкина М.Б., Мамонтов А.А., Манн И.Б.* PR на 100%: Как стать хорошим менеджером по PR. — М.: Альпина Паблишер, 2009. — 214 с.
4. *Грачев А.С., Грачева С.А., Спирин Е.Г.* PR-служба компании. — М., 2010.
5. *Кривонос А.Д., Филатова О.Г., Шишкина М.А.* Основы теории связей с общественностью. — СПб., 2012.
6. *Огилви Д.* Огилви о рекламе. — М.: ЭКСМО, 2012. — 232 с.
7. *Резепов И.Ш.* Психология рекламы и PR. — М., 2010.
8. *Романов А.А., Басенко В.П., Дианова В.А.* Реклама и PR. Учебное пособие. — Краснодар: Южный институт менеджмента, 2012.
9. *Чумиков А.Н., Бочаров М.П.* Актуальные связи с общественностью. — М., 2009.
10. *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/](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)