Автономная некоммерческая организация
высшего образования
«РОССИЙСКИЙ НОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт бизнес-технологий

Кафедра рекламы и связей с общественностью

Утверждаю
Проректор по учебной работе
_____Г.А.Шабанов
«04» февраля 2020 г.

Программа производственной практики

Производственная практика: преддипломная практика

Код и направление подготовки: **42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

Направленность (профиль):

Реклама и связи с общественностью в коммерческом секторе

Программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью «04» февраля 2020 года, протокол № 7.

Москва
2020 г.

1. Наименование и цель практики

Вид практики: производственная практика.

Тип практики: преддипломная практика.

Способ проведения практики: стационарная.

Форма проведения практики: непрерывная.

Места проведения практики: Рекламные и PR–агентства, пресс-службы, службы по рекламе и СО организаций.

Преддипломная практика предназначена для обучающихся, осваивающих образовательную программу «Реклама и связи с общественностью в коммерческом секторе» в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 г. № 512 (ФГОС ВО 3++).

Целями преддипломной практики являются закрепление и углубление теоретической подготовки, практических навыков и компетенций, а также опыта самостоятельной профессиональной деятельности.

Прохождение практики направлено на подготовку обучающихся к осуществлению деятельности в области связи, информационных и коммуникационных технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы) в соответствии с профессиональным стандартом «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержденным приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 04 августа 2014 г. N 535н, выполнению обобщенной трудовой функции по организации продвижения продукции СМИ (код В), выполнению трудовых функций: организация маркетинговых исследований в области СМИ (код В/01.6); разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ (код В/02.6); организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ (код В/03.6); контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ (код В/04.6).

2. Место практики в структуре ОП бакалавриата

Производственная практика: преддипломная практика относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 2. Прохождение производственной практики: преддипломной практики осуществляется обучающимися очной формы в 8 семестре на 4 курсе, заочной формы — после 1 сессии на 5 курсе.

Прохождению производственной практики: преддипломной практики предшествует изучение обучающимися всех учебных дисциплин учебного плана.

3. Планируемые результаты прохождения практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП

В результате прохождения учебной практики: профессионально-ознакомительной практики, обучающиеся должны освоить следующие дополнительные компетенции:

ДПК-1 — Способен к разработке контента для использования в рекламных компаниях и компаниях по связям с общественностью;

ДПК-2 — Способен к управлению информационными ресурсами, цифровыми коммуникациями;

ДПК-3 — Способен к организации продвижения продукции компании, в том числе средств массовой информации;

ДПК-4 — Способен к организации и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий;

ДПК-5 — Способен к участию в проведении исследований в сфере рекламы и связей с общественностью.

Планируемые результаты прохождения практики

Формируемая компетенция	**Планируемые результаты обучения и код результата обучения**		
	Знать	**Уметь**	**Владеть**
ДПК-1 — Способен к разработке контента для использования в рекламных компаниях и компаниях по связям с общественностью	Виды контента для использования в рекламных компаниях и компаниях по связям с общественностью ДПК-1-З	разрабатывать контент для использования в рекламных компаниях и компаниях по связям с общественностью	навыками разработки контента для использования в рекламных компаниях и компаниях по связям с общественностью

		ДПК-1-У	ДПК-1-В
ДПК-2 — Способен к управлению информационными ресурсами, цифровыми коммуникациями	Виды информационных ресурсов, цифровых коммуникаций ДПК-2-З	управлять цифровыми коммуникациями ДПК-2-У	навыками управления информационными ресурсами ДПК-2-В
ДПК-3 — Способен к организации продвижения продукции компании, в том числе средств массовой информации	Способы организации продвижения продукции компании ДПК-3-З	организовать продвижение продукции компании ДПК-3-У	навыками продвижения продукции компании, в том числе средств массовой информации ДПК-3-В
ДПК-4 — Способен к организации и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий	Виды коммуникационных кампаний и мероприятий ДПК-4-З	организовать коммуникационную кампанию и мероприятие ДПК-4-У	навыками реализации коммуникационных кампаний и мероприятий ДПК-4-В
ДПК-5 — Способен к участию в проведении исследований в сфере рекламы и связей с общественностью	Виды исследований в сфере рекламы и связей с общественностью ДПК-5-З	проводить исследования в сфере рекламы и связей с общественностью ДПК-5-У	навыками проведения исследований в сфере рекламы и связей с общественностью ДПК-5-В

4. Объем практики в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость производственной практики: преддипломной практики составляет 9 зачетных единиц (з.е.) 324 часов. Форма контроля — зачет с оценкой.

4.1 Общий объем практики

№	Форма обучения	семестр	Общая трудоемкость		В том числе контактная работа с преподавателем				СР	Контроль
			В з.е.	В часах	всего	Л	З	КоР		
1	Очная	8 семестр	9	324	6	4	0,3	1,7	318	
2	Заочная	5 курс, 1 сессия	9	324	6	4	0,3	1,7	314,3	3,7

4.2. Распределение учебного времени по этапам проведения практики

а) очная форма обучения

№ п\п	Наименование тем учебных занятий	Всего часов	Контактная работа с преподавателем				СР	Результаты обучения
			Всего	Л	З	КоР		
1	Организационное собрание. Получение индивидуального задания	12	4	4			8	
2	Выполнение индивидуального задания по практике	300					300	ДПК-1; ДПК-2; ДПК-3; ДПК-4; ДПК-5
3	Промежуточная аттестация (зачет с оценкой)	12	2		0,3	1,7	10	
	ИТОГО	324	6	4	0,3	1,7	318	

б) заочная форма обучения

№ п\п	Наименование тем учебных занятий	Всего часов	Контактная работа с преподавателем				Контроль	СР	Результаты обучения
			Всего	Л	З	КоР			
1	Организационное собрание. Получение индивидуального задания	8	4	4				4	
2	Выполнение индивидуального задания по практике	310,3						310,3	ДПК-1; ДПК-2; ДПК-3; ДПК-4; ДПК-5
3	Промежуточная аттестация (зачет с оценкой)	2	2		0,3	1,7			
4	Контроль	3,7					3,7		
	ИТОГО	324	6	4	0,3	1,7	3,7	314,3	

5. Содержание практики

Содержание практики включает:

1. Получение индивидуального задания по практике.

2. Ознакомление с местом прохождения практики и руководителем практики от организации.

3. Выполнение работ в рамках обязанностей стажера или ассистента менеджера.

4. Участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации.

5. Участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.

6. Участие в подготовке к выпуску, производстве и распространении рекламной продукции.

7. Подготовка отчета по практике. Анализ результатов практики.

Примерный рабочий график (план) практики

Этапы практики	Сроки практики
Получение индивидуального задания по практике. Ознакомление с содержанием практики, местом прохождения практики и руководителем практики от организации. Прохождение инструктажа по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка	1 неделя
Выполнение индивидуального задания по практике	2-5 недели
Сбор, обработка материалов для подготовки отчета по практике. Оформление отчета по практике	6 неделя
Итого:	6 недель

Общее методическое руководство и контроль за ходом практики обучающихся осуществляется руководителями практики от образовательной организации. Руководитель практики от АНО ВО «Российский новый университет»:

- составляет рабочий график (план) проведения практики;
- участвует в распределении обучающихся по рабочим местам и видам работ в организации;
- осуществляет контроль за соблюдением сроков проведения практики и соответствием ее содержания требованиям, установленным ОП ВО;
- оказывает методическую помощь обучающимся при выполнении ими индивидуальных заданий в ходе практики, а также при сборе материалов для подготовки отчета по практике;
- оценивает результаты прохождения практики обучающимися.

Повседневное руководство практикой студентов осуществляют руководители практики от организации — места прохождения практики:

- согласовывают индивидуальные задания, содержание и планируемые результаты практики;
- предоставляют рабочие места обучающимся;
- обеспечивает безопасные условия прохождения практики обучающимися, отвечающие санитарным правилам и требованиям охраны труда;
- проводят инструктаж обучающихся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка.

6. Формы отчетности по практике

Форма отчетности обучающихся о прохождении практики определена с учетом требований ФГОС ВО 3++:

1. Заявление на практику;
2. Договор с организацией;
3. Индивидуальное задание;
4. Письменный отчет о прохождении практики.

По окончании практики обучающийся предоставляет заполненное и оформленное индивидуальное задание по практике, заверенное подписями руководителей практики. На основании записей в индивидуальном задании прохождения практики обучающийся составляет развернутый отчет о проделанной работе, основу которого должен составлять анализ реализации задания на практику. Отчет о прохождении практики является одним из основных документов, по которым производится оценка результатов прохождения практики. Отчет по практике оформляется в виде пояснительной записки и должен иметь следующую структуру:

1. Общая характеристика организации и подразделения, в котором обучающийся проходил практику.

2. Содержание выполненных практикантом работ (по заданию практики).

3. Заключение о том, как практика повлияла на формирование собственного профессионального интереса.

4. Приложение (при необходимости).

Текст отчета оформляется 14 шрифтом Times New Roman, 1,5 интервал.

В текст отчета могут быть включены рисунки, таблицы, диаграммы, графики и т.д.

Индивидуальное задание по практике и письменный отчет оформляется в папку (по типу скоросшивателя).

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

В процессе прохождения практики руководитель практики от образовательной организации оценивает полноту и качество оформление предоставляемых документов; соответствие представленного отчета индивидуальному заданию по практике.

По результатам защиты отчета практиканту выставляется дифференцированная оценка — отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно. Оценка фиксируется в ведомости и зачетной книжке обучающегося.

Схема соответствия типовых контрольных заданий и оцениваемых знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Формируемая компетенция	**Планируемые результаты обучения**	**Номер задания на практику (ЗП), номер контрольного задания (КЗ)**
ДПК-1 — Способен к разработке контента для использования в рекламных компаниях и компаниях по связям с общественностью	ДПК-1-З ДПК-1-У, ДПК-1-В	ЗП-1, КЗ-1, 6
ДПК-2 — Способен к управлению информационными ресурсами, цифровыми коммуникациями	ДПК-2-З ДПК-2-У, ДПК-2-В	ЗП-2, КЗ-2, 7
ДПК-3 — Способен к организации продвижения продукции компании, в том числе средств массовой информации	ДПК-3-З ДПК-3-У, ДПК-3-В	ЗП-3, КЗ-3, 8
ДПК-4 — Способен к организации и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий	ДПК-4-З ДПК-4-У, ДПК-4-В	ЗП-4, КЗ-4, 9

ДПК-5 — Способен к участию в проведении исследований в сфере рекламы и связей с общественностью	ДПК-5-З ДПК-5-У, ДПК-5-В	ЗП-5, КЗ-5, 10

ЗП-1. Опишите виды контента для использования в рекламных компаниях и компаниях по связям с общественностью.

ЗП-2. Проанализируйте информационные ресурсы и цифровые коммуникации, используемые организацией, в которой проходила практика.

ЗП-3. Проанализируйте план продвижения продукции компании, в которой проходила практика.

ЗП-4. Примите участие в подготовке и проведении коммуникационной кампании. Дайте ее характеристику. Проведите оценку ресурсов, которые требуются для проведения подобного кампании.

ЗП-5. Примите участие в проведении исследований имиджа компании и отношения к ней и ее продукции целевых аудиторий.

7.2.1. Контрольные задания для оценки знаний:

1. Подготовка макетов рекламных модулей, листовок и буклетов для полиграфии.
2. Проанализируйте возможности социальных сетей и мессенджеров для продвижения компании.
3. В чем специфика продвижения средств массовой информации?
4. Основные составляющие коммуникационной кампании.
5. Охарактеризуйте возможности специализированных баз данных СМИ для проведения исследований.

7.2.2. Контрольные задания для оценки умений:

6. Разработайте идею фирменного стиля для формировании корпоративного имиджа.
7. Разработайте информационные поводы для вовлечения в цифровые коммуникации аудитории социальных сетей.

8. Предложите перечень основных мероприятий по работе со СМИ в ходе PR-кампании организации, в которой проходила практика.

9. Разработайте план коммуникационной кампании организации, в которой проходила практика.

10. Проведите медиа-анализ имиджа «вашей» организации в СМИ, составьте план информационной кампании по коррекции имиджа.

7.2.3. Контрольные задания для оценки навыков

Контроль степени усвоения владений и опыта деятельности, полученных в результате прохождения практики по показателям осваиваемых компетенций, осуществляется по материалам подготовленного обучающимся отчета.

Критерии оценивания

На «отлично» оценивается практика студента, который освоил все предусмотренные рабочей программой компетенции, полностью выполнил учебные задания практики, полностью освоил теоретические аспекты разделов, сформировал необходимые практические навыки работы, качество выполнения расчетных работ оценено положительно. Сданы все отчетные материалы по практике.

На «хорошо» оценивается работа студента, который освоил все предусмотренные рабочей программой компетенции, полностью выполнил учебные задания практики с небольшими ошибками, полностью освоил теоретические аспекты разделов, сформировал большую часть практических навыков работы, качество выполнения расчетных работ оценено положительно. Сданы все отчетные материалы по практике.

На «удовлетворительно» оценивается работа студента, который освоил все предусмотренные рабочей программой компетенции, выполнил не все учебные задания практики, допустил небольшие ошибки, освоил не все теоретические аспекты разделов, сформировал некоторые практические навыки работы, качество выполнения расчетных работ недостаточно. Сданы все

отчетные материалы по практике, присутствуют ошибки при оформлении отчетных материалов.

На «неудовлетворительно» оценивается работа студента, который не продемонстрировал освоения компетенций, все учебные задания практики не выполнены полностью, и имеются ошибки, теоретические аспекты разделов освоены частично. Отчетные материалы по практике не готовы или не представлены.

8. Перечень учебной литературы и ресурсов сети Интернет, необходимых для проведения практики

а) Основная литература:

1. *Чумиков А.Н., Бочаров М.П., Самойленко С.А.* Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции: учебное пособие. — М.: Дело, 2016. — 520 с. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/51076.html.

2. Управление маркетинговыми коммуникациями: учебно-методическое. — Омск: Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2016. — 98 с. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/59666.html

б) дополнительная литература:

1. *Кошелев А.* PR-проектирование. От идеи до воплощения в реальность. — М.: Дашков и К^0, 2012.

2. Связи с общественностью. Теория, практика, коммуникативные стратегии. / под ред. Горохова В.М., Гринберг Т.Э. — М., 2011.

3. *Ульяновский А.В.* Маркетинговые коммуникации: 28 инструментов миллениума, М.: Эксмо, 2008. – 432с.

4. *Чумиков А.Н.* Кейсы и деловые игры по связям с общественностью. — М., 2010.

5. *Шарков Ф.И.* Интегрированные коммуникации. Реклама, паблик рилейшнз, брендинг. — М, 2011. (http://www.iprbookshop.ru)

9. Перечень комплектов лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, используемого при прохождении практики

При прохождении практики и оформлении отчета предполагается применение современных информационных технологий. Комплект программного обеспечения для их использования включает:

- пакеты офисного программного обеспечения Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint), OpenOffice;
- веб-браузер (Google Chrome, Mozilla Firefox, Internet Explorer др.);
- электронная библиотечная система IPRBooks;
- система размещения в сети Интернет и проверки на наличие заимствований курсовых, научных и выпускных квалификационных работ ВКР-ВУЗ.РФ.

Для доступа к учебному плану и результатам освоения дисциплины, формирования Портфолио обучающегося используется Личный кабинет студента (он-лайн доступ через сеть Интернет http://lk.rosnou.ru). Для обеспечения доступа обучающихся во внеучебное время к электронным образовательным ресурсам учебной дисциплины, а также для студентов, обучающихся с применением дистанционных образовательных технологий, используется портал электронного обучения на базе СДО Moodle (он-лайн доступ через сеть Интернет https://e-edu.rosnou.ru).

10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «интернет», необходимых для прохождения практики

http://www.advertology.ru — Тематический портал «Адвертолоджи — наука о рекламе».

http://www.branding.ru — Портал «Брендинг.Ру».

http://www.e-xecutive.ru — Сайт «И-Экзекьютив».

http://www.marketer.ru — Сайт «Маркетер».

http://www.marketing.spb.ru — Портал «Маркетинг: Энциклопедия маркетинга».

http://www.media-21vek.ru — Сайт журнала «MASSMEDIA. XXI век».

http://www.piar.ru — Авторский проект Вячеслава Теричева «Пиар.Ру».

http://www.prnews.ru — Специализированный сервер «PR News» для распространения корпоративной информации.

http://www.pronline.ru — Сайт «PR-онлайн».

http://www.raso.ru — Официальный сайт Российской ассоциации по связям с общественностью (РАСО).

http://www.7st.ru — электронный журнал «Семь статей».

Рекомендуется для изучения по теме «Теория и практика связей с общественностью».

http://www.sovetnik.ru —— Профессиональный PR-портал, возникший на основе журнала «Советник».

http://www.soob.ru — Журнал «Сообщение».

Рекомендуется для изучения по теме «Теория и практика связей с общественностью».

http://www.sostav.ru — Информационно-аналитический портал «Состав.Ру».

http://www.createbrand.ru — Специализированный интернет-портал «Создание бренда».

11. Обучение инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Прохождение практики обучающимися с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии **с** Приказом Министерства образования и наОПКи РФ от 9 ноября 2015 г. № 1309 «Об утверждении Порядка обеспечения условий доступности для инвалидов объектов и предоставляемых услуг в сфере образования, а также оказания им при этом необходимой помощи», «Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса»

Министерства образования и наОПКи РФ от 08.04.2014г. № АК-44/05вн, «Положением о порядке обучения студентов – инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья», утвержденным приказом ректора от 6 ноября 2015 года №60/о, «Положением о службе инклюзивного образования и психологической помощи» АНО ВО «Российский новый университет» от » от 20 мая 2016 года № 187/о.

Лица с ограниченными возможностями здоровья и инвалиды обеспечиваются электронными образовательными ресурсами, адаптированными к состоянию из здоровья.

Предоставление специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, подбор и разработка учебных материалов для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья производится преподавателями с учетом их индивидуальных психофизиологических особенностей и специфики приема-передачи учебной информации.

С обучающимися по индивидуальному плану и индивидуальному графику проводятся индивидуальные занятия и консультации.

12. Перечень учебных аудиторий, используемых для проведения практики

Для проведения организационного собрания по практике используется лекционная аудитория, оборудованная экраном, компьютером и проектором, позволяющим осуществлять демонстрацию презентаций.

Занятия с инвалидами по зрению, слуху, с нарушениями опорно-двигательного аппарата проводятся в специально оборудованных аудиториях по их просьбе, выраженной в устной или письменной форме.

.

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