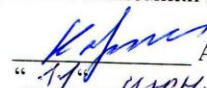


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Ивановский государственный энергетический университет
имени В.И. Ленина»

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета экономики и управления

 А.М. Карякин
"17 июня 2014"
м.п.

ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Уровень ООП

бакалавриат

Направление подготовки

031600.62 – Реклама и связи с общественностью

Профиль бакалавриата

Реклама и связи с общественностью
в коммерческой сфере

Факультет экономики и управления

Выпускающая кафедра «Связи с общественностью и массовые коммуникации»

Иваново 2014

При разработке программы практики в основу положены:

- 1) ФГОС ВПО по направлению подготовки 031600.62 – Реклама и связи с общественностью, утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации 29 марта 2010 года № 221. Зарегистрирован в Минюсте РФ 11 мая 2010 г. (регистрационный № 17166).
- 2) Учебный план по направлению подготовки 031600.62 – Реклама и связи с общественностью, профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере», одобрен Ученым советом ГОУ ВПО «ИГЭУ» протокол № 9 от «26» марта 2014 г.

Программа практики одобрена на заседании кафедры «Связи с общественностью и массовые коммуникации», протокол № 11 от 10 июня 2014 г.

Заведующий кафедрой



О.Ю. Олейник

Разработчики:

*Заведующий кафедрой,
профессор*



(подпись)

О.Ю. Олейник

Председатель УМК:

доцент



(подпись)

Т.В.Киселева

Декан факультета экономики и управления



(подпись)

А.М. Карякин

1. Цели практики

- формирование у студентов предметного представления об особенностях избранной квалификации и основных направлениях будущей профессиональной деятельности;
- непосредственная ориентация студентов на профессионально-практическую подготовку.

2. Задачи практики

- формирование у студентов практических навыков и компетенций в сфере профессиональной деятельности;
- обучение практическим навыкам тележурналистики;
- закрепление теоретических знаний, полученных при изучении базовых дисциплин;
- подготовка к изучению профильных дисциплин и к прохождению производственной практики:
 - получение дополнительной мотивации на активную деятельность по развитию своего общего культурного и профессионального уровня;

3. Место практики в структуре ООП бакалавриата

Учебная практика базируется на компетенциях и умениях, формируемых при изучении дисциплин гуманитарного, социального и экономического, а также некоторых дисциплин математического и профессионального циклов. Учебная практика представляет собой вид учебных занятий, в ходе которых закрепляются знания и умения, приобретаемые студентами, прежде всего, в результате освоения следующих теоретических курсов: «Основы теории коммуникаций», «Теория и практика массовой информации», «Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)».

Учебная практика включает в себя как учебные занятия, так и самостоятельную работу студента, которые ориентированы на его профессионально-практическую подготовку.

Учебная практика имеет также логическую и содержательно-методическую связь с дисциплинами, формирующими профессиональные качества будущего бакалавра рекламы и связей с общественностью, создавая определенную основу для них успешного освоения. Прежде всего, это такие дисциплины, как «Разработка и технологии производства рекламного продукта», «Основы медиапланирования», «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью», «Интернет-технологии в рекламно-информационной деятельности». Кроме того, навыки, полученные на занятиях по учебной практике, составляют определенную основу для прохождения производственной практики.

Содержание учебной практики предполагает, прежде всего, знакомство студентов с такими видами будущей профессиональной деятельности как коммуникационная и проектная. Практика призвана способствовать формированию представлений о том, как осуществляются:

- коммуникационные процессы в межличностной, культурной, образовательной сферах;
- сбор и систематизация научно-практической информации по теме исследований в области рекламы и связей с общественностью;
- разработка, подготовка к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы.

4. Формы проведения практики

Учебная практика организуется и проводится в следующих формах:

1. Лекции, беседы, инструктажи, выполнение творческих заданий. Данная форма осуществляется в рамках учебного процесса и организуется преподавателями кафедры в учебных аудиториях ИГЭУ. Для проведения инструктивных занятий могут привлекаться студенты старших курсов, непосредственно участвующие в создании того или иного проекта и знакомящие младших товарищей со своим опытом в этой сфере.

2. Обучение на мастер-классах, проводимых сотрудниками местных телерадиокомпаний, специалистами-практиками в сфере рекламы и связей с общественностью. Мастер-класс подразумевает обучение навыкам в различных сферах профессиональной деятельности (менеджер по рекламе, телеоператор, видеомонтажер и т.д.).

3. Обучение практическим навыкам тележурналистики на Студии студенческого телевидения (СТВ), действующей с 2004 г. на базе учебной лаборатории кафедры «Связи с общественностью и массовые коммуникации». СТВ позволяет студентам участвовать в освещении различных сторон студенческой жизни ИГЭУ и других вузов, а также важнейших общественных и культурных событиях в жизни молодежи Ивановской области.

Общее научное и учебно-методическое руководство практикой осуществляется заведующим кафедрой, который несёт ответственность за организацию, уровень и качество руководства студентами в период прохождения ими практики.

5. Место и время проведения практики

Местом проведения практики являются:

- кафедра «Связи с общественностью и массовые коммуникации»;
- учебная лаборатория кафедры.

Время проведения учебной практики:

- 1-й семестр – в течение одной недели;
- 2-й семестр – в течение трех недель;
- 4-й семестр – в течение трех недель;
- 5-й семестр – в течение одной недели.

6. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения практики

В ходе учебной практики студенты в известной мере начинают овладевать профессиональными качествами в процессе знакомства с опытом организации и проведения мероприятий в области рекламы и связей с общественностью. Они также начинают учиться реализовывать свои творческие способности через создание собственных проектов и участие в работе проектных команд.

В процессе практики студенты получают определенные навыки, связанные с деятельностью средств массовой информации, в т.ч. – учатся разрабатывать сценарный план и сценарий передачи, проводить съемки, брать интервью, монтировать сюжеты, вести передачу, участвовать в процессе создания рекламных роликов.

Учебная практика призвана способствовать комплексному формированию профессиональных компетенций.

В результате прохождения практики обучающийся должен приобрести следующие практические навыки, умения, универсальные и профессиональные компетенции:

- готовность к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-3);
- умение использовать нормативные правовые документы в своей деятельности (ОК-5);
- использование основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способность анали-

зирать социально-значимые проблемы и процессы (ОК-9);

- владение основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией (ОК-12);

- способность работать с информацией в глобальных компьютерных сетях (ОК-13);

- способность под контролем планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ПК-3);

- владение основами речи, знать ее виды, правила речевого этикета и ведения диалога, законы композиции и стиля, приемы убеждения (ПК-5);

- обладать базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, владеть навыками литературного редактирования, копирайтинга (ПК-6);

- способность реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности (ПК-12);

- способность участвовать в формировании эффективных внутренних коммуникаций, нацеленность на создание и поддержание благоприятного психологического климата в коллективе, мотивацию сотрудников на активную деятельность и развитие организации; осуществление работы по повышению квалификации и общего культурного и профессионального уровня сотрудников (ПК-22);

- способность организовать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-28);

- способность собирать и систематизировать научно-практическую информацию по теме исследований в области связей с общественностью и рекламы (ПК-33);

- владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-34);

- владеть навыками составления и оформления материалов для экспертных заключений и отчетов (ПК-35).

7. Структура и содержание практики

Общая трудоемкость практики составляет 12 зачетных единиц, 432 часа.

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работ на практике, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля
		Работа в лаборатории		Проведение видеосъемок, мероприятия по сбору, обработке и систематизации материала		
		с преподавателем	самостоятельно	с преподавателем	самостоятельно	
1	Организация практики. Организационное собрание, разъяснение задач практики	2				
2	Подготовительный этап. Знакомство с учебной лабораторией кафедры, инструктирование о правилах работы в лаборатории, определение индивидуальных групп	4				Фиксирование заданий в документации лаборатории

	повых) заданий.					
3	Выполнение творческого компетентностно-ориентированного задания (подбор и систематизация научно-практической информации по теме исследований в области рекламы и связей с общественностью, разработка сценарного плана, сюжета видеоролика, рекламного текста, слогана, подбор и анализ готового видеоматериала, знакомство с компьютерными программами и сайтами т.д.)	22	22			Наблюдение и анализ деятельности студента
4	Отчет о выполнении задания	4				зачет
	Посещение мастер-классов. Знакомство с литературой и материалами, предоставленными преподавателем.	20	40			Наблюдение и анализ деятельности студента
	Под руководством преподавателя выполнение творческого компетентностно-ориентированного задания, направленного на приобретение новых фактических знаний и практических умений (создание видеосюжета, рекламного ролика, текстовых и графических, рабочих и презентационных материалов в рамках традиционных и современных средств рекламы.)	30	60	10	20	Наблюдение и анализ деятельности студента
	Отчет о выполнении задания	6				зачет
	Самостоятельное выполнение творческого компетентностно-ориентированного задания (создание видеосюжета, рекламного ролика, текстовых и графических, рабочих и презентационных материалов в рамках традиционных и современных средств рекламы; участие в создании программ студенческого телевидения ИГЭУ,	14	60		60	Наблюдение и анализ деятельности студента

	участие в проектировании в области рекламы и связей с общественностью, участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний в рамках деятельности кафедры и учебной лаборатории)					
	Отчет о выполнении задания	6				зачет
	Оформление коммуникационного проекта для участия в студенческой научно-практической конференции	6	40			Наблюдение и анализ деятельности студента
	Отчет о выполнении задания	6				зачет
ВСЕГО: 432 часа		120	222	10	80	

8. Образовательные технологии (научно-исследовательские, научно-производственные), используемые на практике

Для достижения результатов обучения и формирования компетенций в ходе учебной практики применяются следующие формы организации учебного процесса:

лабораторная работа - практическая работа студента под руководством преподавателя, связанная с использованием учебного мультимедийного и компьютерного оборудования; интегрирует теоретико-методологические знания и практические умения и навыки студентов в едином процессе деятельности учебно-исследовательского характера; имеет своей основной целью проверить, уточнить, закрепить и развить имеющиеся у студента знания путем их практической проверки.

мастер-класс – передача учебной информации от преподавателя к студентам на основе знакомства с конкретным практическим опытом, в т.ч. case-study - анализ реальных проблемных ситуаций, имевших место в соответствующей области профессиональной деятельности, и поиск вариантов лучших решений;

консультация – индивидуальное общение преподавателя со студентом, руководство его деятельностью с целью передачи опыта, углубления теоретических и фактических знаний;

работа в команде – совместная деятельность студентов в группе под руководством лидера, направленная на решение общей задачи путем творческого сложения результатов индивидуальной работы членов команды с делением полномочий и ответственности;

контекстное обучение – мотивация студентов к усвоению знаний путем выявления связей между конкретным знанием и его применением.

обучение на основе опыта – активизация познавательной деятельности студента за счет ассоциации его собственного опыта с предметом изучения.

Тренинговые технологии и технология продуктивного обучения применяются в процессе выработки определенных алгоритмов учебно-познавательных действий студента при выполнении творческих компетентностно-ориентированных заданий. Студент совместно с преподавателем разрабатывают методику и пути выполнения задания. Знания не сообщаются, а добываются студентом в процессе практического выполнения задания. Де-

тельность преподавателя сводится к оперативному управлению этим процессом. Как правило, высокая мотивация, интерес обеспечивают прочность усвоения знаний.

Во время проведения учебной практики значительное внимание уделяется *индивидуальному обучению* студентов приемам и навыкам работы. Студенты под руководством преподавателя и самостоятельно проводят исследования в конкретной предметной области, анализируя их результаты.

В рамках *проектной технологии* практикуется выполнение творческого компетентностно-ориентированного задания, в процессе чего используются различные способы *создания текстов и документов* в сфере связей с общественностью и рекламы. Осуществляется обучение правилам *написания отчета* по результатам выполнения. Проводится анализ выполняемых студентами заданий, составляются рекомендации и предложения.

Компьютерные технологии реализуются в различных аспектах: информационном, обучающем, развивающем. Студент овладевает способами получения, обработки, оформления, хранения информации; развиваются его навыки работы с компьютером и глобальными компьютерными сетями как источником и средством управления информацией.

9. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов на практике

При самостоятельной работе студенту следует обращать внимание на выбор творческого компетентностно-ориентированного задания, получать необходимые консультации у преподавателя о способах его выполнения и оформления. Необходимым условием является усвоение теоретического материала, полученного в ходе изучения дисциплин цикла ГСЭ («Социология», «Русский язык и культура речи», «Иностранный язык», «Культурология», «Психология», а также «Основ теории коммуникаций», «Теории и практика массовой информации», «Основ интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)»), а также информации, полученной в ходе мастер-классов.

Важным элементом учебно-методического обеспечения самостоятельной работы студентов являются материалы, имеющиеся на кафедре и накопленные в учебной лаборатории (библиотека видеороликов и рекламных роликов, выполненных как ведущими отечественными и зарубежными специалистами в области рекламы и связей с общественностью, так и студентами на студии студенческого телевидения ИГЭУ).

В учебной лаборатории созданы необходимые условия технического оснащения самостоятельной работы студентов: как групповой, так и индивидуальной.

Примерный перечень контрольных вопросов при приеме материалов учебной практики:

1. Понятие и виды коммуникаций.
2. Коммуникативный акт и его составные элементы.
3. Средства массовой коммуникации.
4. Средства массовой информации.
5. Понятие эффективности коммуникации.
6. «Связи с общественностью» (PR) как вид коммуникации.
7. Этические нормы деятельности специалиста по связям с общественностью.
8. Особенности рекламной коммуникации.
9. Нормы, заложенные в основу кодекса рекламной практики.
10. Способы регулирования рекламной деятельности.
11. Понятие «рекламные средства».
12. Классификация рекламных средств.
13. Понятие «рекламное обращение».
14. Основные этапы процесса разработки рекламного обращения.
15. Основные правила создания рекламного обращения (текста).
16. Форма и структура рекламного обращения.

17. Понятие «рекламная компания».
18. Цели проведения и классификация рекламных компаний.
19. Этапы планирования рекламной компании.
20. Основные принципы проведения рекламной компании.

10. Формы промежуточной аттестации (по итогам практики)

Учитывая специфику деятельности студентов в ходе учебной практики, формой итогового отчёта студента могут являться выполненные под руководством преподавателя или самостоятельно авторские творческие задания, прежде всего – видеосюжеты и рекламные ролики, либо оформленные в виде письменного отчета результаты своей индивидуальной практической работы. Руководитель практики самостоятельно определяет формы текущей и промежуточной отчетности в зависимости от специфики конкретного задания. По итогам практики студенты получают зачеты (в 1, 2, 4 и 5 семестрах). Зачет выставляется по результатам защиты практики: представления и обсуждения выполненного творческого задания, ответов на контрольные вопросы, формулируемые при приеме материалов учебной практики.

11. Учебно-методическое и информационное обеспечение практики

а) основная литература:

- Голубков, Всеволод Владимирович. Методические указания по курсу "Рекламоведение и связи с общественностью". Иваново: ИГЭУ., 2002. 72 с.
- Шнейдеров, Виталий Семенович. Фотография, реклама, дизайн на компьютере: самоучитель. 2-е изд. СПб: Питер, 2004.

Кондратьев, Эдуард Викторович. Связи с общественностью: практикум: [учебное пособие] / Э. В. Кондратьев ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное агентство по образованию, Пензенский государственный университет архитектуры и строительства. М.: Академический Проект: Трикста, 2006.—192 с.

б) дополнительная литература:

Пташинский В. Видеоэффекты и анимация в Adobe After Effects CS3: Видеосамоучитель. СПб.: Питер, 2006.

- Положение об учебной лаборатории кафедры «Связи с общественностью, политология, психология и право». – Иваново: ИГЭУ, 2003.

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

- Adobe After Effects CS3, Adobe Premiere Pro, Photoshop CS 8.0, Corel Draw.

г) другое необходимое на различных этапах проведения практики учебно-методическое и информационное обеспечение:

- библиотека видеосюжетов и рекламных роликов учебной лаборатории;
- учебные материалы кафедры по истории развития отечественной и зарубежной рекламы.


12. Материально-техническое обеспечение практики

Учебная практика проводится на базе кафедральной учебной лаборатории, которая расположена в двух кабинетах, общей площадью 76 кв. м. (Б-322 и Б-406). Помещения лаборатории специально оборудованы для проведения видеосъемок, видео- и звукомонтажа с соблюдением действующих санитарных и противопожарных норм, а также требований техники безопасности при проведении учебных и научно-производственных работ. Ежегодно за счет средств ИГЭУ и кафедры производится обновление технических средств и материалов лаборатории. Лаборатория и кафедра оснащены 8 доступными для работы студентов современными компьютерами, имеющими необходимое лицензионное программное обеспечение.

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Ивановский государственный энергетический университет
имени В.И. Ленина»

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета экономики и управления

 А.М. Карякин
« 17 » июня 2014
м.п.

**ПРОГРАММА
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**

Уровень ООП **бакалавриат**

Направление подготовки **031600.62 – Реклама и связи с общественностью**

Профиль бакалавриата **Реклама и связи с общественностью
в коммерческой сфере**

Факультет **экономики и управления**

Выпускающая кафедра **«Связи с общественностью и массовые коммуникации»**

Иваново 2014

При разработке программы практики в основу положены:

- 1) ФГОС ВПО по направлению подготовки 031600.62 – Реклама и связи с общественностью, утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации 29 марта 2010 года № 221. Зарегистрирован в Минюсте РФ 11 мая 2010 г. (регистрационный № 17166).
- 2) Учебный план по направлению подготовки 031600.62 – Реклама и связи с общественностью, профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере», одобрен Ученым советом ГОУ ВПО «ИГЭУ» протокол № 9 от «26» марта 2014 г.

Программа практики одобрена на заседании кафедры «Связи с общественностью и массовые коммуникации», протокол № 11 от 10 июня 2014 г.

Заведующий кафедрой

О.Ю. Олейник

Разработчики:

*Заведующий кафедрой,
профессор*

(подпись)

О.Ю. Олейник

Председатель УМК:

доцент

(подпись)

Т.В.Киселева

Декан факультета экономики и управления

(подпись)

А.М. Карякин

1. Цели практики

Производственная практика является составной частью основной образовательной программы подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью».

Целями производственной практики являются:

- приобщение студента к социальной среде предприятия (организации) с целью приобретения социально-личностных компетенций, необходимых для работы в профессиональной сфере;
- закрепление и углубление в ходе практической деятельности студента теоретических знаний, умений и навыков, полученных при изучении дисциплин профессионального цикла;
- приобретение опыта профессиональной деятельности с применением изученных технологий в сфере рекламы и связей с общественностью.

2. Задачи практики

Производственная практика ориентирована на решение следующих задач:

1. Овладение навыками эффективного применения своих знаний в профессиональной деятельности.
2. Обучение студентов методам планирования и организации конкретных мероприятий в сфере рекламы связей с общественностью:
 - составление коммуникационных в сфере рекламы и связей с общественностью;
 - приобретение опыта в анализе информационной среды, навыков в разработке рекламных стратегий, имиджевых мероприятий;
 - участие в подготовке и проведении презентаций, выставок, различных протокольно-деловых мероприятий и т.д.
3. Совершенствование и практическое применение знаний в области маркетинговых коммуникаций, разработка и проведение маркетинговых исследований.
4. Сбор материала для подготовки выпускной квалификационной работы.

3. Место практики в структуре ООП бакалавриата

Производственная практика базируется на компетенциях и умениях, приобретенных в ходе учебной практики и сформированных при изучении дисциплин гуманитарного, социального и экономического, а также математического и профессионального циклов. Она начинается проводиться параллельно с изучением специальных дисциплин, а завершается перед итоговой государственной аттестацией.

Проведение производственной практики в наибольшей степени опирается на знания, умения и готовности обучающегося, приобретенные в результате освоения следующих дисциплин: «Правовое регулирование рекламно-информационной деятельности», «Интернет-технологии в рекламно-информационной деятельности», «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Коммуникационный менеджмент», «Разработка и технология производства рекламного продукта», «Корпоративная культура», «Современная пресс-служба», «Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью», «Управление проектами в рекламной деятельности и связях с общественностью».

Важное значение для успешного прохождения практики студентами, обучающимися по профилю «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере», имеет изучение

следующих профильных дисциплин, предусмотренных ООП бакалавриата: «Бизнес-планирование», «Реклама и связи с общественностью в бизнесе», «Коммерческое право», «Организация предпринимательской деятельности», «Финансовые рынки и институты», «Налоги и налогообложение», «Основы репутационного менеджмента», «Основы консалтинга в бизнесе», «Корпоративная социальная ответственность».

Производственная практика предполагает также применение и закрепление студентами тех навыков и умений, которые они уже должны были получить в ходе учебной практики:

- готовность к кооперации с коллегами, работе в коллективе;
- умение использовать нормативные правовые документы в своей деятельности;
- владение основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией;
- способность работать с информацией в глобальных компьютерных сетях;
- способность под контролем планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия;
- обладать базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, владеть навыками литературного редактирования, копирайтинга;
- обладать базовыми навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения;
- способность обсуждать профессиональные проблемы;
- способность проводить исследования в конкретной предметной области;
- способность организовать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;
- способность собирать и систематизировать научно-практическую информацию по теме исследований в области связей с общественностью и рекламы;
- владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов, составления и оформления материалов для экспертных заключений и отчетов.

Производственная практика предусматривает самостоятельное изучение студентом организации работы предприятия, фирмы, учреждения и, прежде всего, его структурных подразделений, осуществляющих деятельность, связанную с профессиональными интересами обучающегося.

4. Формы проведения практики

Производственная практика проводится в двух основных формах:

1). Подготовка и реализация проекта в сфере рекламы и связей с общественностью. Как правило, студенты объединяются в группы (по 3-4 человека), каждая из которых представляет собой самостоятельный творческий коллектив, разрабатывающий ту или иную прикладную проблему. Подготовленный проект должен пройти презентацию в ходе деловой игры, либо получить апробацию в выступлении на научной студенческой конференции, на конкурсе по рекламе и связям с общественностью.

Кафедра «Связи с общественностью и массовые коммуникации», как выпускающая кафедра, на протяжении многих лет активно использует данную форму практической деятельности студентов, проекты которых неоднократно признавались лучшими или занимали призовые места на различных международных и всероссийских студенческих конфе-

ренциях, фестивалях, конкурсах в области рекламы и связей с общественностью (в Санкт-Петербурге, Москве, Казани, Ростове-на-Дону, Оренбурге, Омске).

2). Прохождение практики в сторонних организациях.

В ходе производственной практики студенты отрабатывают роли (работают в качестве) менеджера по рекламе и связям с общественностью, сотрудника информационного отдела (пресс-службы), маркетолога, референта – помощника руководителя в государственных и общественных учреждениях и организациях, коммерческих структурах и т.д. Студенты занимаются вопросами рекламной деятельности, связей со СМИ, принимают участие в подготовке и реализации различных проектов и мероприятий во внешне- и внутрикорпоративных коммуникациях предприятия, организации, фирмы.

Каждый студент должен развить имеющиеся и освоить новые практические навыки профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.

В ходе производственной практики в сторонних организациях студенту предстоит осуществить сбор эмпирической информации в соответствии с темой и концепцией своей выпускной квалификационной работы. В дальнейшем он должен заниматься обработкой, описанием, осмыслением, интерпретацией, систематизацией, анализом собранного на практике материала и написанием выпускной квалификационной работы.

5. Место и время проведения практики

Производственная практика проводится на базе лаборатории кафедры «Связи с общественностью и массовые коммуникации» и в сторонних организациях.

Студенты, обучающиеся по профилю «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере», проходят практику, прежде всего в коммерческих организациях и фирмах, а также на предприятиях различной формы собственности, с которыми ИГЭУ заключил договора о практике, либо направляющих в ИГЭУ заявки на прохождение практики студентами. Кроме того, производственная практика может быть организована на государственных промышленных предприятиях, в информационно-аналитических и рекламных агентствах, органах государственной власти и местного самоуправления, средствах массовой информации (редакциях газет, радио, телевидения), иных организациях и учреждениях. Базы практики подбираются кафедрой с учетом тематики исследований, выполняемых студентами, в соответствии с профилем обучения и интересами заказчиков. Если студенты выбирают место практики самостоятельно с учетом места предстоящей работы, то направление на практику и другие документы о прохождении практики проходят согласование в установленном порядке.

Время проведения практики:

6-й семестр – в течение двух недель (выполнение проектной деятельности на базе учебной лаборатории);

8-й семестр – в течение четырех недель (практика в сторонних организациях).

6. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения практики

Производственная практика призвана способствовать комплексному формированию профессиональных компетенций.

В результате прохождения производственной практики обучающийся должен приобрести следующие практические знания, навыки и умения, способствующие овладению универсальными и профессиональными компетенциями:

1. знать:

- сущность, содержание, технологии проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью; организацию работы в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печат-

ти, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы; технологии менеджмента, маркетинговых и социологических исследований;

- значение, организационную структуру, функции, основы бизнес-процессов и технологических процессов на предприятии или в учреждении, выступающем в качестве базы практики, а также содержание и характер осуществляющейся на нем деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью;

(ОК- 3), (ОК-4), (ОК-5), (ПК-2), (ПК-16), (ПК-17).

2. уметь:

- организовать деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью, осуществлять проектирование, планировать, готовить и проводить коммуникационные кампании и мероприятия в соответствии с целями и задачами организации, обеспечивать внутреннюю и внешнюю коммуникации, организовать и проводить социологические и маркетинговые исследования, опросы, анкетирование;

(ОК-9), (ОК-12, (ОК-13), (ПК-1), (ПК-4), (ПК-10), (ПК-11), (ПК-14), (ПК-15), (ПК-18), (ПК-19), (ПК-23), (ПК-25), (ПК-26), (ПК-27), (ПК-29), (ПК-30), (ПК-31), (ПК-32), (ПК-33);

3. владеть:

- навыками бизнес-планирования, навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве; навыками бренд-менеджмента, медиапланирования; навыками осуществления мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, работы с современными информационными системами; навыками общения, языком делового общения, включая иностранный язык, навыками подготовки проектной и отчетной документации

(ОК-14), (ПК-7), (ПК-8), (ПК-9), (ПК-13), (ПК-20), (ПК-21), (ПК-24), (ПК-34), (ПК-35),

В результате производственной практики у студента формируются общекультурные и профессиональные компетенции, необходимые для самостоятельной работы в коммерческих организациях, фирмах, а также на предприятиях различной формы собственности – после окончания ИГЭУ.

7. Структура и содержание практики

Общая трудоемкость практики составляет 9 зачетных единиц, 324 часа.

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работ на практике, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля
		Проектная работа в учебной лаборатории		Практическая деятельность в сторонней организации		
		С преподавателем	Самостоят.	С преподавателем	Самостоят.	
1	Организация практики, получение проектного задания в сфере рекламы и связей с общественностью	2				
	Выбор методов и средств, разработка плана действий по реализации проекта; закрепление этапов работы над проектом за членами команды	2	6			Консультирование

	Практическая деятельность по разработке и созданию проекта	6	60			Наблюдение и анализ деятельности студента
	подготовка презентации		20			
	проведение презентации, ее обсуждение и оценка	6	6			Получение зачета
	Организация практики: проведение общего собрания со студентами, разъяснение порядка прохождения практики, назначение руководителей от кафедры и предприятия (после предварительного согласования), получение студентом задания на практику в сторонней организации			4		
	Инструктаж на месте прохождения практики, составление плана прохождения практики				4	
	Производственный этап: самостоятельная работа по реализации задач практики, выполнению производственных и исследовательских заданий, сбор материала для выпускной квалификационной работы, фиксация содержания и результатов в плане прохождения практики			4	160	Консультирование
	Обобщение, обработка и анализ полученной информации и результатов деятельности, реализованной в ходе практики, подготовка отчета по практике			4	28	Консультирование
	Защита отчета по практике			6	6	Получение зачета
	Всего: 324 часа	16	92	18	198	

Непосредственное научное руководство производственной практикой возлагается на руководителей, назначаемых из числа наиболее опытных преподавателей и научных сотрудников кафедры.

Руководитель практики от кафедры:

— поддерживает тесные непосредственные контакты с руководством предприятия, учреждения, организации, являющейся базой практики;

— оказывает студентам научную, методическую и организационную помощь на различных этапах практики; проводит консультации по текущим вопросам проводимых исследований;

— осуществляет контроль за обеспечением предприятием, учреждением, организацией нормальных условий труда и быта студентов; контролирует выполнение практикантами правил внутреннего трудового распорядка;

— проверяет отчет по практике, пишет отзыв о прохождении студентами производственной практики; информирует кафедру о ходе и итогах практики, принимает участие в работе комиссии по приему зачетов по практике.

В функции руководителя практики от предприятия входит:

– ознакомить с правилами внутреннего распорядка предприятия и обеспечить их выполнение практикантами;

– принять участие в составлении плана прохождения практики студентом;

– ставить практические задачи, обеспечивать возможность личного участия практиканта в проводимых мероприятиях в сфере рекламы и связей с общественностью;

– по окончании практики дать письменную характеристику по работе практиканта;

– проверить, заверить подписью и печатью составленный студентом отчет.

8. Образовательные технологии (научно-исследовательские, научно-производственные), используемые на практике

Проектные технологии, используемые при подготовке методом подготовки в малой группе творческого проекта в сфере рекламы связей с общественностью. Создание общего для группы проекта требует, с одной стороны, знания каждым технологии процесса проектирования, а с другой – умений вступать в общение и поддерживать межличностные отношения с целью решения профессиональных вопросов. Работа по выполнению проекта включает следующий алгоритм:

- объяснение преподавателем условий проектной работы, определение главной темы (или проблемы), над которой будет работать группа;

- выбор направлений деятельности, необходимой для реализации выбранной идеи, методов и средств, а также разработка плана действий;

- распределение ролей, закрепление этапов работы над проектом за членами команды;

- самостоятельная лабораторная и внеаудиторная командная работа по разработке и созданию проекта: сбор информации, опросы, интервью, наблюдения и т.п.;

- подготовка презентации в форме рефератов, сообщения, аудио- или видео- материала;

- презентация результатов и их последующее обсуждение.

Имитационные технологии реализуются в ходе практики в сторонних организациях, где студенты в ходе своей деятельности играют определенную должностную роль. «Моделью» выступает сама действительность, а имитация затрагивает исполнение должностных функций под контролем руководителя-организатора в реальных производственных условиях.

Case-study – анализ реальных проблемных ситуаций, имевших место или возникших в соответствующей области профессиональной деятельности на конкретном предприятии или организации. CASE – единый информационный комплекс, содержащий описание конкретной ситуации, проблемы, решение которой должно быть решено в ходе индивиду-

альной самостоятельной работы студента, разрабатывающего предложения по решению проблемы.

Компьютерные технологии реализуются в различных аспектах: информационном, обучающем, развивающем. Студент применяет на практике способы получения, обработки, оформления, хранения информации; развиваются его навыки работы с компьютером и глобальными компьютерными сетями как источником и средством управления информацией.

Консультация, собеседование – индивидуальное общение преподавателя – руководителя практики – со студентом в ходе выполнения проектного задания или прохождения практики в сторонней организации с целью передачи опыта, углубления теоретических и фактических знаний, умений.

Выполнение задач практики предполагает использование студентом **исследовательских технологий** по сбору, систематизации, анализу информационных данных в области связей с общественностью и рекламы: проведение маркетинговых и социологических исследований, подготовку, организацию и проведение анкетирования и опросов, разработку соответствующих аналитических справок и обзоров.

В ходе практики студент осуществляет **разработку документации** в сфере связей с общественностью и рекламы: планов мероприятий, деловых текстов, пресс-релизов, проектов, программ и т.д. По итогам практики **составляется отчет**, в котором дается характеристика содержания и проводится анализ выполнения студентом заданий, полученных и реализованных в ходе практики.

9. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов на практике

При самостоятельной работе студенту следует обращать особое внимание на выбор способов и средств выполнения проектного задания и реализации задач практики в сторонней организации. В целях оказания помощи в решении этого вопроса предусматривается консультационная деятельность преподавателя, являющегося руководителем практики конкретного студента на кафедре. Важное значение имеет предварительная информация, которую студент получает о месте прохождения практики от руководителя практики и из других источников (СМИ, Интернет, экскурсии, встречи и мастер-классы с участием представителей предприятий и учреждений, выступающих в качестве базы практики).

Задание на практику и план прохождения практики составляются таким образом, чтобы студент получил возможность в ходе их выполнения осуществлять целенаправленную самостоятельную работу по сбору информации и эмпирического материала для написания выпускной квалификационной работы.

В ходе обработки материалов, полученных по результатам практики и при подготовке отчета студенту на кафедре предоставляются необходимые образцы, правила оформления отчета.

Предусматриваются консультации с преподавателем – руководителем практики, который затем проверяет отчет и дает в своем отзыве характеристику проделанной студентом самостоятельной работы.

Примерный перечень контрольных вопросов при приеме материалов производственной практики.

Студент должен уметь дать характеристику наиболее значимых сторон и вопросов, связанных с его производственной практикой :

- организационная структура, основные направления деятельности базы практики;
- функции и нормативная документация, регламентирующая деятельность структурного подразделения, в котором проходила практика;

- характеристика внутрикорпоративной культуры;
- эффективность разработки и принятия решений, системы учета и отчетности;
- уровень информационного и технического обеспечения;
- правила работы со служебными документами;
- конкретные мероприятия, проекты, программы, презентации и другие формы деятельности, в подготовке и проведении которых практикант принимал непосредственное участие;
- характеристика технологий, методов и средств в сфере рекламы и связей с общественностью, использованных для решения задач практики;
- итоги личного участия практиканта в конкретных видах деятельности, его предложения, оценка своего вклада;
- положительные и отрицательные моменты, трудности, которые возникали в ходе практики;
- оценка того, как практика повлияла на развитие профессиональных навыков и умений;
- оценка объема и качества собранного эмпирического материала для выпускной квалификационной работы.

10. Формы промежуточной аттестации (по итогам практики)

При прохождении первого этапа (первой формы) производственной практики в конце 6-го семестра студентам выдаётся проектное задание (индивидуальное или групповое) в котором указываются: тема проекта; сроки его подготовки, форма его презентации или апробации.

При прохождении второго этапа (второй формы) производственной практики после завершения теоретического курса обучения в 8-м семестре студентам выдаётся задание на практику, в котором указываются база практики (организация-заказчик), сроки проведения и задачи практики, назначается научный руководитель практики. По итогам практики студент должен подготовить информационно-аналитический отчет, включающий указание:

- задания, полученного на практику, места прохождения практики, структурного подразделения предприятия или организации, в котором студент работал; кто руководил практикой от предприятия;
- как выполнен индивидуальный план практики; в каких рекламных или PR-мероприятиях участвовал и в какой роли;
- аспектов и видов деятельности, которые составили содержание производственной практики, результатов выполненных заданий;
- оценку практики самим студентом, выводы и практические рекомендации, адресованные руководству конкретного учреждения, организации, фирмы, предприятия;

Особое внимание при составлении отчета следует обратить на указание личного вклада студентов в разработку, проведение, анализ результатов того или иного мероприятия.

Приветствуется, если текст отчета сопровождается ссылками на конкретные приложения, демонстрирующие проделанную студентами работу (материалы СМИ, буклеты, рекламные материалы и т.п. – в распечатанной форме или на магнитных носителях).

К отчету прилагается характеристика, в которой дается общая оценка работы практиканта, указывается уровень его теоретической подготовленности, оценивается дисциплинированность, оперативность, профессиональная грамотность, творческие способности. Отмечаются слабые стороны, высказываются советы и пожелания.

Аттестация по итогам производственной практики в сторонних организациях проводится в 8-м семестре перед итоговой государственной аттестацией в форме защиты практики на основании отзыва-характеристики с места практики, дневника практики, отчета студента о прохождении практики и выполнении плана практики.

Итоговый отчет должен быть отпечатан, проверен и подписан руководителем практики, сброшюрован и вложен в отдельную папку. К нему в обязательном порядке прилагается отзыв квалифицированного специалиста (руководителя) со стороны организации, являвшейся базой практики. Примерный объем отчета 15–20 страниц (без учета приложений). Объем может быть меньше или больше при соответствующей аргументации, исходящей из специфики практики и согласовании с научным руководителем. По итогам производственной практики студенты получают (в форме презентации отчета, или в форме итоговой научно-практической конференции или в другой форме). Зачет принимается комиссией, создаваемой распоряжением заведующего кафедрой.

При оценке результатов практики учитываются следующие факторы: уровень теоретической подготовки студента (овладение знаниями дисциплин, содержание которых связано с теми знаниями, умениями и навыками, которые были востребованы в ходе практики); степень сформированности профессиональных умений, качество анализа проведения различных видов работы, качество отчетной документации, наличие рекомендаций по внедрению конкретных результатов работы студента, характеристика руководителей практики.

11. Учебно-методическое и информационное обеспечение практики

а) основная литература:

Программа производственной практики, разработанная на кафедре «Связи с общественностью и массовые коммуникации» ИГЭУ.

б) дополнительная литература:

Толмачева, А. А. Формирование инструментов взаимодействия бизнеса и высшей школы / А. А. Толмачева // Совет ректоров: специализированное профессиональное издание для руководителей вузов.—М.—2009.—№ 12.—С. 52-53.

Фавстов, Юрий Константинович. Требования к будущему специалисту должно определять производство / Ю. К. Фавстов, Г. М. Торунова // Ученый совет.—2009.—N 7.—С. 35-37.

Паринова, Лариса. Из студентов в специалисты. Через практику / Лариса Паринова, Ирина Беляева // Советник.—2009.—N 11.—С. 23-24.

Герасимова, Галина. Больше связей - больше практики / Галина Герасимова, Надежда Чекан // Советник.—2009.—N 11.—С. 26-27.

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

- Adobe After Effects CS3, Adobe Premiere Pro, Photoshop CS 8.0, Corel Draw.

- www.Sovetnik.ru. – Профессиональный PR-портал: Новости российского рынка PR и мирового PR.

г) другое необходимое на различных этапах проведения практики учебно-методическое и информационное обеспечение:

- Положение об учебной лаборатории кафедры «Связи с общественностью, политология, психология и право». – Иваново: ИГЭУ, 2003.

12. Материально-техническое обеспечение практики

Проектная деятельность проводится на базе кафедральной учебной лаборатории, которая расположена в двух кабинетах, общей площадью 76 кв. м. (Б-322 и Б-406), оборудованных с соблюдением действующих санитарных и противопожарных норм, а также требований техники безопасности при проведении учебных и научно-производственных работ. Лаборатория имеет необходимое для создания проектов техническое, мультимедийное и лицензионное программное обеспечение Ежегодно за счет средств ИГЭУ и кафедры производится обновление технических средств и материалов лаборатории.

Практическая деятельность студентов в сторонних организациях осуществляется на

основе имеющегося там и доступного студентам материально-технических ресурсов. Для подготовки материалов к отчетам по практике, презентациям для итоговых научно-практических конференций студенты также могут пользоваться оборудованием кафедральной лаборатории.