


МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова

Кафедра рекламы и связей с общественностью

УТВЕРЖДАЮ

Декан исторического факультета



Р.М. Фролов

17 мая 2022 г.

Рабочая программа практики
«Профессионально-ознакомительная практика»

Направление подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль)
«Реклама и связи с общественностью»

Форма обучения
очная

Программа рассмотрена

на заседании кафедры

от «21» апреля 2022 года, протокол № 5

Программа одобрена НМК

исторического факультета

протокол № 2 от «22» апреля 2022 года

Ярославль

1. Цели освоения дисциплины

Целями профессионально-ознакомительной практики являются: знакомство с организациями, занимающимися коммуникационной и рекламной деятельностью, направленной на различные категории населения; формирование представлений о будущей профессиональной деятельности; знакомство с сайтами различных учреждений, фирм, организаций, осуществляющих рекламную деятельность; подготовка к усвоению общепрофессиональных и специальных дисциплин учебного плана для формирования практических навыков работы

Задачи практики состоят в следующем:

- Усвоение форм и методов работы с различными категориями населения;
- Овладение навыками сравнительного анализа различных форм и методов рекламной деятельности и способов коммуникации;
- Получение представлений об информационных источниках и материалах, умение их анализировать, систематизировать и обобщать;
- Овладение навыками составления отчетной документации.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Профессионально-ознакомительная практика относится к части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений, блока 2 «Практика».

Указанная практика является учебной и основывается на предварительном изучении следующих дисциплин: «Введение в специальность: связи с общественностью», «Основы рекламы», «Основы теории коммуникации».

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОП бакалавриата

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих элементов компетенций в соответствии с ФГОС ВО, ОП ВО и приобретения следующих знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности:

Формируемая компетенция (код и формулировка)	Индикатор достижения компетенции (код и формулировка)	Перечень планируемых результатов обучения
Универсальные компетенции		
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	ИД_УК-1.2. Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи	Знать: профессиональные информационные источники и материалы. Уметь: анализировать, систематизировать и обобщать информацию. Владеть: методами решения профессиональных задач.
Профессиональные компетенции		

ПК-1. Способен осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами	ИД_ПК-1.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.	Знать: формы и методы проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью. Уметь: применять формы проектной деятельности в разных сферах производства, культуры. Владеть: методами проектирования.
ПК-2. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ИД_ПК-2.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью.	Знать: специфику взаимодействия с различными категориями производителей и потребителей. Уметь: выстраивать связи с работодателями и клиентами. Владеть: навыками коммуникации с различными возрастными и профессиональными группами.
ПК-3. Способен осуществлять связи с общественностью в учреждениях, на предприятиях, в организациях	ИД_ПК-3.1. Осуществляет координацию связей и непосредственно связь предприятия с общественностью для достижения общей цели предприятия.	Знать: категории потенциальных клиентов. Уметь: выстраивать связи в условиях трансформации рынка рекламы. Владеть: различными формами промоушена.
ПК-4. Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	ИД_ПК-4.2. При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности.	Знать: психологические основы профессиональной деятельности. Уметь: выстраивать связи с профессиональным сообществом. Владеть: социальными технологиями взаимодействия с различными группам социума.

4. Объем практики составляет 9 зачетных единиц, 6 недель, 324 часа.

№ п/п	Этапы прохождения практики	Формы отчетности
1	Подготовительный этап. Установочная конференция (собрание) по практике.	
2	Изучение организационной структуры учреждения (организации, агентства)	Дневник практики
3	Роль и место учреждения в системе общественных коммуникаций	Дневник практики
4	Освоение видов деятельности рекламиста (специалиста по связям с общественностью). Индивидуальное задание	Дневник практики
5	Итоговая конференция по практике	Дневник и отчет по практике

Содержание практики

1. Подготовительный этап. Установочная конференция (собрание) по практике

1. Инструктаж по технике безопасности и охране труда
2. Определение цели и задач практики

2. Изучение организационной структуры учреждения (организации, агентства)

1. Ознакомление с работой учреждения
2. Изучение функций и механизмов работы организации (учреждения, агентства)
3. Изучение основных форм и видов деятельности специалиста по рекламе (специалиста по связям с общественностью)

3. Роль и место учреждения в системе общественных коммуникаций

1. Формы общественных связей организации (учреждения, агентства)
2. Механизмы обратной связи

4. Освоение видов деятельности рекламиста (специалиста по связям с общественностью). Индивидуальное задание

1. Анализ (участие) разработки рекламных проектов, акций, мероприятий
2. Изучение текущей деятельности учреждения (организации, агентства): сбор и обработка первичной информации, знакомство с документацией

5. Итоговая конференция по практике

1. Защита дневников и отчетов по практике
2. Подведение итогов

5. Образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения и дистанционные образовательные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

В процессе обучения используются следующие образовательные технологии:

Вводная лекция – дает первое целостное представление о практике и ориентирует студента в системе последующих практик. Студенты знакомятся с назначением и задачами практики, его ролью в системе подготовки в целом. На этой лекции

высказываются методические и организационные особенности работы в рамках данной практики, а также дается анализ рекомендуемой учебно-методической литературы.

Практическое занятие – занятия, посвященные освоению конкретных умений и навыков по закреплению полученных знаний.

Экскурсия – непосредственное знакомство с формами, способами, механизмами функционирования организаций, осуществляющих деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью

Консультации – На консультациях по просьбе студентов рассматриваются наиболее сложные моменты при освоении материала практики, преподаватель отвечает на вопросы студентов, которые возникают у них в процессе работы.

6. Перечень лицензионного и (или) свободно распространяемого программного обеспечения, используемого при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

В процессе осуществления образовательного процесса по дисциплине используются:

для формирования материалов для текущего контроля успеваемости и проведения промежуточной аттестации, для формирования методических материалов по дисциплине:

- программы Microsoft Office;
- издательская система LaTeX;
- Adobe Acrobat Reader.

7. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (при необходимости)

В процессе осуществления образовательного процесса по дисциплине используются:

- автоматизированная библиотечно-информационная система «БУКИ-NEXT» http://www.lib.uniyar.ac.ru/opac/bk_cat_find.php
- научная электронная библиотека (НЭБ) (<http://elibrary.ru>).

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (при необходимости), рекомендуемых для освоения дисциплины

а) основная литература

1. Введение в специальность: Реклама и связи с общественностью [Электронный ресурс]: метод. указания / сост. С. Ю. Федоров, А. Н. Корнеев; Ярослав. гос. ун-т им. П. Г. Демидова, Науч.-метод. совет ун-та Ярославль: ЯрГУ, 2012. 48 с. // Электронная библиотека учебных материалов ЯрГУ. - URL: <http://www.lib.uniyar.ac.ru/edocs/iuni/20120107.pdf>
2. Емельянов С.М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для вузов. 2-е изд., испр. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2022. 197 с. // Образовательная платформа Юрайт. URL: <https://urait.ru/bcode/492279>

б) дополнительная литература

1. Основы информационной культуры. Ч. 1: Электронные ресурсы для образования [Электронный ресурс]: метод. рекомендации / сост. Г. Л. Шаматонова, Н. Н. Лавренкова. Б.м.: Б.и., 2012. 65 с. // Электронная библиотека учебных материалов ЯрГУ.

URL: <http://www.lib.uniyar.ac.ru/edocs/iuni/20123202.pdf>

2. Федотова Л.Н. Реклама: теория и практика: учебник для вузов. М.: Издательство Юрайт, 2020. 391 с. // Образовательная платформа Юрайт. URL: <https://urait.ru/bcode/450406>

в) ресурсы сети «Интернет»

1. Электронная библиотека учебных материалов ЯрГУ (http://www.lib.uniyar.ac.ru/opac/bk_cat_find.php).
2. Электронно-библиотечная система «Юрайт» (<https://urait.ru>)

9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине включает в свой состав специальные помещения:

- учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа;
- учебные аудитории для проведения практических занятий (семинаров);
- учебные аудитории для проведения групповых и индивидуальных консультаций;
- учебные аудитории для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации;
- помещения для самостоятельной работы;
- помещения для хранения и профилактического обслуживания технических средств обучения.

Специальные помещения укомплектованы средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде ЯрГУ.

Авторы:

Зав. кафедрой рекламы
и связей с общественностью,
докт. ист. наук, профессор
(должность, ученая степень)

В.М. Марасанова
(И.О. Фамилия)

Доцент кафедры рекламы и связей
с общественностью, к.и.н.
(должность, ученая степень)

А.В. Кузьмичев
(И.О. Фамилия)

Ст.преподаватель кафедры рекламы
и связей с общественностью
(должность, ученая степень)

А.А. Белова
(И.О. Фамилия)

Приложение № 1 к рабочей программе дисциплины «Профессионально-ознакомительная практика»

Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов по дисциплине

1. Типовые контрольные задания и иные материалы, используемые в процессе текущего контроля успеваемости

Задания для самостоятельной работы

*(данные задания выполняются студентом самостоятельно
и преподавателем в обязательном порядке не проверяются)*

В ходе профессионально-ознакомительной практики осуществляется непосредственное знакомство обучающихся со структурой и работой учреждения (организации, агентства). Обучающиеся получают от руководителя практики индивидуальное задание, выполнение которого является одним из необходимых условий для аттестации по практике. Практиканты приобретают первичные навыки работы рекламиста (специалиста по связям с общественностью), при необходимости принимают участие в текущей деятельности организации и проводят анализ полученных результатов. Практиканту во время прохождения практики необходимо изучить формы, виды и механизмы деятельности организации, в которой он проходит практику; определить перечень ключевых компетенций рекламиста (PR-специалиста).

Примеры индивидуальных заданий: характеристика деятельности одного из подразделений (отдела) учреждения; сотрудничество организации со СМИ; характеристика рекламных проектов, реализуемых организацией (агентством) на современном этапе и т.д.

В ходе практики обучающийся ведет *дневник*, в котором фиксирует все виды работ и заданий, а концу практики составляет подробный *отчет* о ее прохождении.

Содержание отчета по практике должно включать:

1. Информацию об учреждении, в котором обучающийся проходит практику: общая характеристика основных параметров организации (направление деятельности, организационная структура, содержание, характер деятельности и т.д.).
2. Характеристику основных параметров конкретного подразделения, трудовой группы, в которой студент проходил практику (описание основных функций, задач, стоящих перед подразделением, осуществляющим рекламную деятельность и т.д.).
3. Информацию о формах и видах рекламной или PR-деятельности, проводимой в учреждении, ее цели и задачах.
4. Результаты выполненных видов работ согласно индивидуальному заданию, составленному руководителем практики, и характеристику выполненных видов работ под руководством специалистов.

Отчет о практике должен быть сдан руководителю практики от кафедры на следующий день после ее окончания. Предусмотрена обязательная защита дневника и отчета по практике.

Критерии оценивания результатов прохождения практики

Пороговый уровень (общие характеристики):

- владение основным объемом знаний о деятельности специалиста по рекламе (PR-специалиста);
- знание основной терминологии данной области знаний, стилистически грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы без существенных ошибок;
- владение основными навыками работы специалиста по рекламе (PR-специалиста);
- способность самостоятельно применять типовые решения в рамках рабочей программы дисциплины;
- усвоение основной литературы, рекомендованной рабочей программой практики;

В зависимости от выделенных уровней по окончании практики студенту выставляется оценка.

Оценка «отлично» выставляется студенту, который предоставил на кафедру полный отчет о проделанной работе в качестве практиканта и у которого общие характеристики высокого уровня выполняются.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, который предоставил на кафедру полный отчет о проделанной работе в качестве практиканта и у которого общие характеристики продвинутого уровня выполняются.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, который предоставил на кафедру отчет о проделанной работе в качестве практиканта и у которого выполняются общие характеристики порогового уровня.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, у которого не сделан отчет по практике.

Приложение № 2 к рабочей программе дисциплины «Профессионально-ознакомительная практика»

Методические указания для студентов по освоению дисциплины

Основной формой практики являются практические занятия, экскурсии. Для проверки и контроля усвоения теоретического материала, приобретенных практических навыков работы, в течение практики проводятся регулярные собеседования с преподавателем и представителями рекламных организаций. Также проводятся консультации (при необходимости) по разбору заданий для самостоятельной работы, которые вызвали затруднения.

О результатах практики студенты отчитываются в форме собеседования с предоставлением дневника практики и отчета. При этом учитывается текущая работа студента в семестре на практических занятиях.

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова»
(ЯрГУ)**

ДНЕВНИК ПРАКТИКИ

ФИО полностью

Направление подготовки (специальность): 42.03.01. Реклама и связи с общественностью
код наименование

Вид практики:

База практики: кафедра рекламы и связей с общественностью
полное наименование организации

Руководитель практики от организации-базы практики:

ФИО, должность

Руководитель практики от факультета:

ФИО, ученая степень, ученое звание, должность

Индивидуальный (групповой) руководитель:

ФИО, ученая степень, ученое звание, должность

Кафедра: _____ рекламы и связей с общественностью _____
наименование кафедры, которая осуществляет руководство практикой

Ярославль

Содержание дневника практики

1. Памятка студенту с указанием его прав и обязанностей.

Студент практикант имеет право:

- получить на профилирующей кафедре консультацию и инструктаж по всем вопросам организации практики;
- выбрать индивидуальные задания в рамках общего содержания практики и в соответствии с поставленными руководителями практики задачами;
- подбирать материал для индивидуального задания;
- составлять личные наблюдения и на их основе проводить критический анализ и оценку деятельности той организации, в которой он проходит практику;
- принимать участие в общественной жизни той организации, в которой он проходит практику.

Студент практики обязан:

- получить на кафедре задания, которые необходимо выполнять в принимающей организации;
- явиться к руководителю практики от организации, ознакомить его с программой практики и индивидуальными заданиями (если такие будут) и согласовать с ним рабочее место, календарный план-график прохождения практики, порядок проведения итогов работы, порядок пользования производственно-техническими материалами, литературой, инструментами и оборудованием;
- при пользовании производственно-техническими материалами предприятия строго руководствоваться установленным порядком эксплуатации и хранения этих материалов;
- со своей стороны обеспечить соблюдение дисциплины, правил внутреннего трудового распорядка и норм безопасности труда на рабочем месте, обязательных для работников принимающей организации;
- систематически вести дневник практики;
- полностью закончить дневник и отчёт на месте практики и там же представить их для оценки руководителю производственной практики от принимающей организации;
- представить на кафедру дневник и отчёт о практике в строго указанные сроки.

№ п/п	Вид деятельности	Календарный срок предполагаемого выполнения / в т.ч. кол-во часов	Дата (число, месяц, год)	Наименование работы	Кол-во отработанных часов	Оценка по итогам выполнения работы	Подпись руководителя практики от организации
1	2	3	4	5	6	7	8
1.	Установочная конференция						
2.	Посещение баз практики						
3	Итоговая конференция						

[illegible]

6. Оценка работы студента по практике с краткой характеристикой руководителя от организации-базы практики.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования**

**«Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова»
(ЯрГУ)**

исторический факультет
кафедра рекламы и связей с общественностью

ОТЧЁТ

студента по _____ практике

Фамилия: _____

Имя: _____

Отчество: _____

Факультет: исторический

Курс : _____

Группа: _____

Специальность: 42.03.01 реклама и связи с общественностью

Место прохождения практики: _____

Время прохождения практики: с _____ по _____

Ярославль

Сведения, собранные практикантом о базе практики

1. Полное название:

2. Учредители и владельцы:

3. Адрес (город, улица, дом, офис):

4. Контактная информация (телефон, факс, e-mail, график работы):

5. Главный редактор (руководитель):

6. Структура редакции (учреждения):

7. Территория и схема распространения (для печатных СМИ – тираж, для электронных СМИ – аудитория охвата):

8. Состав аудитории:

9. Информационно-аналитический обзор базы практики (основные направления деятельности, преобладающие темы, удельный вес рекламных материалов):

[illegible]

Студент(ка) (ФИО) _____

Характеристика руководителя практики от организации-базы практики

Руководитель практики от организации-базы практики (ФИО) _____

Характеристика руководителя практики от факультета

Руководитель практики от факультета (ФИО) _____

Итоговая оценка за _____ практику _____

Отчёт заслушан на кафедре рекламы и связей с общественностью
_____. _____ . 20 года, протокол № _____

Зав. кафедрой рекламы и связей с общественностью (ФИО) _____