

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФГБОУ ВО «БУРЯТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт филологии и массовых коммуникаций



«УТВЕРЖДАЮ»

Декан/директор

Дашинимаева П.П.

«1» сентября 20 16 г.

### **Программа практики**

### **Производственная практика**

по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности  
(коммуникационная и организационно-управленческая)

Направление подготовки

**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

Профиль подготовки / специализация

**Реклама и связи с общественностью**

Квалификация (степень) выпускника

**бакалавр**

Форма обучения

**очная**

Улан-Удэ

2016

Производственная практика студентов по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (коммуникационная и организационно-управленческая) является составной частью основной образовательной программы высшего образования подготовки бакалавров рекламы и связей с общественностью по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и проводится в соответствии с утвержденными рабочими учебными планами и графиком учебного процесса в целях приобретения студентами навыков профессиональной работы, углубления и закрепления знаний и компетенций, полученных в процессе теоретического обучения.

### **1.Цели практики**

Развитие у студентов личностных качеств, способствующих их творческой активности, общекультурному росту и социальной мобильности: целеустремленности, организованности, трудолюбия, ответственности, самостоятельности, гражданственности, приверженности этическим ценностям, толерантности, настойчивости в достижении цели, также закрепление и углубление теоретической подготовки для овладения профессиональными умениями и опытом рекламно-информационной деятельности. Производственная практика обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (уровень бакалавриата) организовывается и осуществляется в соответствии с «Положением о порядке проведения практики обучающихся в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования "Бурятский государственный университет"» в действующей редакции.

### **2.Задачи практики**

1. Изучение структуры организаций/компаний, направлений деятельности подразделений.
2. Анализ функций специалиста отдела рекламы/отдела по связям с общественностью организации / компании
3. Участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий организации //компании.

### **3.Вид практики, способ и форма (формы) проведения практики**

Производственная практика по получению профессиональных умений и опыта (коммуникационная и организационно-управленческая) осуществляется университетом на основе договоров о прохождении практики с организациями, деятельность которых соответствует профессиональным компетенциям, осваиваемым в рамках образовательной программы (уровень бакалавра) по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Способ проведения практики – стационарный.

Форма практики – непрерывная дискретная.

Производственная практика проходит в университете либо в профильных организациях, расположенных на территории г. Улан-Удэ. Общая продолжительность учебной практики составляет 15 недель. Для руководства практикой, проводимой в Университете, назначается руководитель практики от Университета из числа лиц, относящихся к профессорско-преподавательскому составу вуза. Для руководства практикой, проводимой в профильной организации, назначается руководитель из числа работников профильной организации.

Практика для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов проводится с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья, согласно Положению об организации образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов в ФГБОУ ВО «Бурятский государственный университет» (Утверждено приказом ФГБОУ ВПО «БГУ» №46а-од от 27.02.2015 г.)

Объектами прохождения производственной практики могут быть:

- органы региональной государственной власти, органы местного самоуправления;
- негосударственные, общественные и коммерческие организации, средства массовой информации;
- научные организации и организации, осуществляющие образовательную деятельность.

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

В результате прохождения производственной практики по получению профессиональных умений и опыта (коммуникационная и организационно-управленческая) студент должен:

**Знать:** методы оперативного планирования и оперативного контроля рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, подходы к оценке эффективности рекламной и PR-деятельности, разновидности и особенности коммуникационных кампаний и мероприятий.

**Уметь:** разбираться в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, планировать и участвовать в проведении коммуникационных кампаний и мероприятий, оценивать эффективность рекламной деятельности и деятельности по связям с общественностью.

**Владеть:** навыками организационно-управленческой работы по планированию и проведению коммуникационных кампаний и мероприятий, мероприятий по повышению имиджа фирмы, обеспечения внутренней и внешней коммуникации.

#### **Формируемые компетенции:**

- способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный

контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);

-владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);

-владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);

-способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечения внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);

-способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7).

### **5. Место практики в структуре образовательной программы**

Производственная практика по получению профессиональных умений и опыта (рекламно-информационная) относится к Блоку Б2.П.2, она базируется на освоении таких дисциплин, как

«Основы менеджмента», «Технологии рекламы и связей с общественностью», «Теория и практика рекламы», мастер-класс «Проектирование в рекламе и связях с общественностью», «Антикризисный PR». Основными требованиями к входным знаниям, умениям и навыкам обучающегося, приобретенным в результате освоения данных дисциплин являются знание принципов управления и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, особенностей современного менеджмента организации, моделей внутренней и внешней коммуникации в связях с общественностью.

**Практика предназначена для закрепления знаний, умений и навыков, полученных при изучении следующих разделов образовательной программы:**

№ п/п	Наименование компетенции	Предшествующие разделы ОПОП	Последующие разделы ОПОП
1.	ПК-1	1. Теория и практика рекламы (4-5 семестры) 2. Технологии рекламы и	1. Медиапланирование (7 семестр) 2. Организация работы отделов рекламы и связей

		<p>связей с общественностью (5-6 семестры)</p> <p>3.Мастер-класс "Проектирование в рекламе и связях с общественностью" (4-5 семестры)</p> <p>4.Учебная практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности (2 семестр)</p>	<p>с общественностью</p> <p>3.Репутационный менеджмент (7 семестр)</p> <p>4.Современная имиджология (8 семестр)</p>
2.	ПК-2	<p>1.Основы менеджмента (6 семестр)</p> <p>2.Теория и практика рекламы (4-5 семестры)</p>	
3.	ПК-3	<p>1.Реклама и связи с общественностью в политике ( 4 семестр)</p> <p>2.Теория и практика рекламы (4-5 семестры)</p>	<p>1.Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью (7 семестр)</p>

### **6.Место и сроки проведения практики**

Сроки производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (коммуникационная и организационно-управленческая) установлены университетом, в соответствии с учебным планом и графиком учебного процесса она проходит в 6 семестре.

Местами прохождения учебной практики являются профильные организации, с которыми университетом заключены договора о прохождении практики:

1. Администрация Главы Республики Бурятия и Правительства Республики Бурятия
2. Государственная телерадиовещательная компания «Бурятия»
3. Народный Хурал Республики Бурятия
4. ООО «ВМГ»
5. Телекомпания «Мир-Бурятия»
6. Редакция газеты «Новая Бурятия»
7. Рекламное агентство «Перец»
8. Управление Федеральной антимонопольной службы по РБ
9. ОАО «Водоканал»
10. ООО «Медиа-центр»
11. ИП «Первухин А.В»
12. Редакция газеты «Байкальские огни»
13. ООО «Сибирь-Медиа»
14. ООО «Байкал Продакшн»
15. ООО «Мон Ула Филмз»
16. ООО «Славия-Тех»
17. ООО «Информ Полис»
18. ЗАО «Радио Сибирь-Байкал»
19. ООО «Первый медиа-холдинг»
20. ООО «Макс Медиа»
21. Кафедра журналистики и рекламы Бурятского государственного университета

## **7. Объем и содержание практики**

Общая трудоемкость учебной практики составляет 15 зачетных единиц, 540 академических часа, 9 недель.

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работ, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость	Формы текущего контроля
1.	Подготовительный	<p>1. Организационное собрание для ознакомления обучающихся с их распределением по базам практики и назначением ответственных из числа обучающихся по каждой базе практики, для информирования о руководителях практики от кафедры журналистики и рекламы БГУ и от профильной организации.</p> <p>2. Установочная конференция с целью ознакомления обучающихся с целями, задачами, видом, способом, формой и сроками прохождения учебной практики, ее этапами, планируемыми результатами обучения при прохождении практики, требованиями к трудовой дисциплине.</p> <p>3. Инструктаж по технике безопасности, содержащий общие указания по соблюдению правил техники безопасности и охране труда на рабочем месте и действующих правилах внутреннего распорядка в профильных организациях и университете.</p> <p>4. Разъяснение обучающимся требований к оформлению отчета по практике и ведению дневника практики.</p>	Беседа с руководителем практики от университета

		Всего на виды работ: 20 часов	
2.	Организационный	<p>Прибытие на базу практики, согласование подразделения, в котором будет организовано рабочее место. Прохождение вводного инструктажа по технике безопасности по месту практики.</p> <p>Всего на виды работ: 6 часов</p>	<p>Знакомство с коллективом</p> <p>Устная беседа с руководителем практики от базы.</p>
3.	Практический	<p>1. Прохождение производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, с момента зачисления обучающегося на практику в качестве практиканта и до завершения практики включает выполнение заданий, предусмотренных данной программой, участие в производственном процессе организации, выполнение поручений и заданий руководителя от профильной организации, ведение дневника практики.</p> <p>Всего на виды работ: 294 часа</p>	<p>Отчет,</p> <p>Дневник,</p> <p>характеристика от руководителя профильной организации,</p> <p>зачет с оценкой</p>



		<p>3.Выполнение индивидуальных заданий руководителя практики от университета:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-написать для рекламодателя 4-5 рекламных текстов различной жанрово-стилистической формы;</li> <li>- изучить функции специалиста отдела по связям с общественностью, сущность и задачи коммуникационного менеджмента;</li> </ul> <p>Всего на вид работы: 200 часов</p> <p>*Согласно ст.ст. 91-92 ТК РФ продолжительность рабочего дня для обучающихся при прохождении практики в профильных организациях и в университете составляет для обучающихся в возрасте от 16 до 18 лет не более 35 часов в неделю, для обучающихся в возрасте от 18 и старше не более 40 часов в неделю.</p>	<p>Исследовательская статья</p>
--	--	--	---------------------------------

3.	Отчетный	<p>1. Подготовка письменного отчета о выполнении всех заданий, содержащий все сведения о выполненной работе обучающимся в период практики, в том числе отчет о выполнении заданий руководителя от университета, а также краткое описание структуры и направлений деятельности профильной организации – базы практики, анализ трудностей в работе над собственными материалами, оценка своих творческих удач и недостатков и т.д. К отчету должны быть приложены материалы, выполненные за время практики.</p>	<p>Отчет, Дневник, характеристика от руководителя профильной организации, зачет с оценкой</p>
----	----------	---	---

		<p>2. Прохождение промежуточной аттестации по учебной практике.</p> <p>Всего на виды работ: 20 часа</p>	
--	--	---	--

### **8. Формы отчетности по практике**

Формами отчетности по производственной практике для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» Бурятского госуниверситета являются:

1. Письменный отчет.
2. Дневник.

Отчет должен быть заверен представителем базы практики. В университете установлены типовые формы Отчета и Дневника практики с учетом требований ФГОС ВО. Кафедра журналистики и рекламы Бурятского госуниверситета создает комиссию во главе с заведующим кафедрой по приему и защите отчетов по производственной практике. Защита отчета по практике проводится в срок не позднее 10 дней от начала учебного

процесса после окончания практики перед комиссией, назначенной заведующим выпускающей кафедрой. В состав комиссии входит руководитель практики от кафедры. Студенту предоставляется время до 10 минут для презентации отчета по практике. Затем ему могут быть заданы вопросы по программе практики, после чего комиссия выставляет оценку «Отлично», «Хорошо», «Удовлетворительно», «Неудовлетворительно». При этом комиссия учитывает:

- качество выполнения программы практики;
- качество содержания и оформления отчета;
- творческий подход студента к выполнению индивидуального задания на практику;
- уровень самостоятельности при работе над исследовательской статьей;
- качество защиты (доклад, ответы на вопросы).

Оценка по практике (дифференцированный зачет) приравнивается к оценкам по теоретическому обучению и учитывается при подведении итогов общей успеваемости студентов и при рассмотрении вопроса о назначении стипендии.

### **9.Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся на практике**

Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы и описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания отражено в таблице 1.

<b>№ п/п</b>	<b>Компетенции</b>	<b>Показатели оценивания компетенций</b>	<b>Этап формирования</b>	<b>Уровень сформированности</b>	<b>Шкала оценивания</b>
1	ПК-1	<b>Знает:</b> принципы и технологии управления и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, задачи по оперативному планированию и оперативному контролю рекламной работы,	6-й этап	Пороговый	60-69

		<p>деятельности по связям с общественностью</p> <p><b>Умеет:</b> разбирается в методиках оценки эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью</p> <p><b>Владеет:</b> навыками имиджмейкинга, промоушн, брендинга</p>		<p>Базовый</p> <p>Высокий</p>	<p>70-84</p> <p>85-100</p>
2.	ПК-2	<p><b>Знает:</b> цели и задачи оперативного планирования своей деятельности и деятельности фирмы;</p> <p>Умеет: проводить сбор и анализ информации для оперативного планирования своей деятельности и деятельности фирмы;</p> <p><b>Владеет:</b> навыками планирования своей деятельности и деятельности фирмы</p>	6-й этап	<p>Пороговый</p> <p>Базовый</p> <p>Высокий</p>	<p>60-69</p> <p>70-84</p> <p>85-100</p>
3.	ПК-3	<p><b>Знает:</b> понятие общественности, малых и больших групп целевой</p>	6-й этап	<p>Пороговый</p>	<p>60-69</p>

		<p>аудитории, их разновидности, мотивы, социально-психологические характеристики;</p> <p><b>Умеет:</b> организовать коммуникацию с малыми группами</p> <p><b>Владеет:</b> навыками профессиональной коммуникации рекламиста и PR-специалиста с малыми группами</p>		<p>Базовый</p> <p>70-84</p>	
				<p>Высокий</p> <p>85-100</p>	
4.	ПК-6	<p><b>Знает:</b> коммуникативные модели PR, цели, задачи и группы общественности внутренней и внешней коммуникации;</p> <p><b>Умеет:</b> разбирается в эффективных способах и методах коммуникации с внутренней и внешней общественностью;</p> <p><b>Владеет:</b> навыками анализа и оценки внутренних и внешних коммуникаций организации</p>	6-й этап	<p>Пороговый</p> <p>60-69</p>	
				<p>Базовый</p> <p>70-84</p>	
				<p>Высокий</p> <p>85-100</p>	

5.	ПК-7	<p><b>Знает:</b> типологию, задачи, этапы проведения и инструментарий коммуникационных кампаний в бизнесе, политике, образовании;</p> <p><b>Умеет:</b> разбирается в разновидностях коммуникационных кампаний и мероприятий, их типологии и особенностях;</p> <p><b>Владеет:</b> навыками планирования коммуникационных кампаний</p>	6-й этап	Пороговый	60-69
				Базовый	70-84
				Высокий	85-100

#### 10.Перечень учебной литературы и ресурсов сети «Интернет», необходимых для проведения практики:

##### А) Основная литература

1. Гнетнёв А. И. Современная пресс-служба: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности 030602.65 "Связи с общественностью"/А. И. Гнетнёв, М. С. Филь. — Ростов н/Д: Феникс, 2010. —413

2. Связи с общественностью: учебник и практикум/Фадеева Е.Н., Сафронов А.В., Красильникова М.А.. —М.: Издательство Юрайт, 2016. —263 с.

Режим доступа: <http://www.biblio-online.ru/book/7D1B232D-29AF-4F6C-B937-F1E53D6A50AD>

3.Связи с общественностью в органах власти: Учебник/Васильева М.М. - Отв. ред.. —М.: Издательство Юрайт, 2016. —495 с.

Режим доступа: <http://www.biblio-online.ru/book/77552EA4-3E28-4DB4-8FBF-4F077B7DB28C>

##### Б) Дополнительная литература

1.Чумиков А. Н. Связи с общественностью : теория и практика: учебник для вузов по спец. 350400 "Связи с общественностью"/А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров; Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова. —М.: Дело, 2008. —557 с.

2. Ворошилов В. В. Современная пресс-служба: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности "Государственное и муниципальное управление"/В. В. Ворошилов; С.-Петерб. гос. ун-т сервиса и экономики. —М.: КноРус, 2009. —221, [1] с.

## **В) Интернет-ресурсы**

- 1.Электронные библиотечные системы «Руконт», «Лань», «Юрайт».
- 2.Научная электронная библиотека (<http://elibrary.ru>).
- 3.[www.nazaykin.ru](http://www.nazaykin.ru). Узнай о рекламе больше.
- 4.[www.advi.ru](http://www.advi.ru). Рекламные идеи – электронный журнал для практиков рекламы и маркетинга.

### **11. Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем**

Информационные технологии, используемые при проведении практики обучающихся в Бурятском государственном университете, ориентированы на достижение целей практики. Обучающимся обеспечивается возможность доступа к информации, необходимой для выполнения индивидуального задания по практике и написанию отчета. Организации, учреждения и предприятия, а также учебно-научные подразделения ФГБОУ ВО «БГУ» обеспечивают рабочее место обучающегося компьютерным оборудованием с выходом в Интернет в объемах, достаточных для достижения целей практики.

Наименование ПО	Описание	Тип лицензии	Реквизиты лицензии
Office Professional Plus 2007	Office Professional Plus 2007 позволяет компании работать более эффективно благодаря новому набору средств предназначенных для создания, управления, анализа и совместного использования данных. Преобразованный пользовательский интерфейс стал удобнее в использовании, а	Платная	Microsoft Open License (Номер лицензии: 43364209), дата выдачи 17.01.2008 г., бессрочная



	<p>новые графические средства позволяют легко создавать великолепно выглядящие и впечатляющие документы. Простой поиск, упорядочение, анализ и использование всей информации, необходимой для достижения поставленных целей.</p>		
Windows 7 Корпоративная	Операционная система	Платная	<p>Договор 46388/ИРК3863 от 03.04.2014 (Права на программы для ЭВМ Dream Spark Premium Electronic Software Delivery (3 years) Обновляется один раз в 3 года</p>
3ds Max 2014, 2015, 2016		Бесплатная	<p>Академические лицензии бесплатные, ежегодно обновляемые : <a href="http://www.autodesk.com/education/free-software/3ds-max">http://www.autodesk.com/education/free-software/3ds-max</a></p>
Gimp	<p>GIMP — бесплатная, свободно распространяемая программа для создания, сборки и редактирования изображений (рисунков и фотографий). Программа поддерживает растровую графику и частично векторную.</p>	Бесплатная	<p>бесплатные, ежегодно обновляемые, режим доступа: <a href="https://www.gimp.org/about/">https://www.gimp.org/about/</a></p>
Office Standard 2007	В состав этого пакета входит программное обеспечение для работы с различными типами документов: текстами,	Платная	Г/К 0302100006211000012-0001147-01 от 11.04.2011, бессрочная лицензия

	электронными таблицами, базами данных и др.		
Консультант	Справочно-правовая система	Платная	Договор ГПД 435/13 от 26.12.2013, Договор 17/14/223ФЗ от 07.07.2014, Договор 74/14/223ФЗ от 01.12.2014, Договор 57/15/223ФЗ от 23.12.2015, Договор 04/17/223ФЗ от 06.02.2017(годовая лицензия)

## **12. Описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики**

Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков базируется на оборудовании и материально-техническом оснащении профильных предприятий: редакций СМИ, органов государственной власти, органов местного самоуправления, негосударственных, общественных и коммерческих организаций, научных организаций, организаций, осуществляющих образовательную деятельность.

В случае прохождения практики на кафедре журналистики и рекламы университета программа практики обеспечивается следующей материально-технической базой:

Оборудование:

1. Видеомэгафнофон для ТВ-монтажа Sony - 1 шт.
2. DVD-рекордер Sony RDR-AT100 - 1 шт.
3. Компьютер для ТВ-монтажа DNS - 1 шт.
4. Персональный компьютер – 4 шт.
5. Видеомонитор G2 Technology - 1 шт.
6. Компактный P2 кард-ридер AJ-PCD2G - 1 шт.
7. Профессиональный камкордер AG-HPX250EN - 1 шт.
8. Штатив MANFROTTO 501HDV/546GBK - 1 шт.
9. Радиомикрофонная система Sennheiser EW- 100 ENG G3 - 2 шт.
10. Комплект студийного света 3300/DOOS DIM KIT - 2 шт.
11. Экран Хромакей (зеленый) Lastolite 5881 - 1 шт.
12. Комплект подвесных конструкций Double-T Kit - 1 шт.
13. Проектор Logosam Fresnel 2000P Halogen - 2 шт.
14. Тележка для штативов VINTEN PD114 - 1 шт.
15. Фотокамера для ТВ-съемки Canon EOS 60D - 1 шт.
16. Телевизионная камера Sony DSR-PD150P - 1 шт.

17. Телеэкран для просмотра ТВ-контента Philips 26PFL3404/60 - 1 шт.
18. Переносной экран – 1 шт.
19. Диктофон Olimpus VN-2100PS - 1 шт.
20. Мультимедиа проектор EPSON EB – 1 шт.
21. Ноутбук Samsung R 425 – 1 шт.
22. Принтер лазерный Canon LBP-3010 – 1 шт.

Мебель:

1. Стол компьютерный – 2
2. Стол для учебных занятий - 5
3. Стулья-20
4. Доска – 2
5. Сейф -1
6. Стол журнальный – 2
7. Шкаф со стеклом – 5
8. Шкаф для документов
9. Шкаф с глухими дверками – 2

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО/ФГОС СПО.

Автор Шагдарова Баярма Баторовна

Программа одобрена на заседании кафедры журналистики и рекламы

От 01.09.2016года, протокол № 1.