

**БЮДЖЕТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
Ханты-Мансийского автономного округа - Югры
«Сургутский государственный университет»**



Утверждаю:
Проректор по УМР
Е. В. Коновалова

2016 г.

Институт гуманитарного образования и спорта

Кафедра психологии развития

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

УЧЕБНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНАЯ ПРАКТИКА №1

Квалификация выпускника	бакалавр
Направление подготовки	42.03.01. Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Форма обучения	очная, заочная
Кафедра разработчик	Психологии развития
Выпускающая кафедра	Психологии развития

Сургут, 2016 г.

Рабочая программа практики составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» утвержденным 11 августа 2016 г., № 997.

Автор программы: к.психол.н., доцент Т.М. Мамкина
преподаватель Л.Д. Ганеева

Л.Д. Ганеева
Т.М. Мамкина

Рецензент программы:

М.Э. Гузич

к.психол.н., доцент М.Э. Гузич

Согласование рабочей программы:

Подразделение (кафедра/ библиотека)	Дата согласования	Ф.И.О., подпись нач. подразделения
Кафедра психологии развития	<i>24.10.16</i>	Мамкина Т.М. <i>Т.М. Мамкина</i>
Отдел комплектования	<i>24.10.16</i>	Дмитриева И.И. <i>И.И. Дмитриева</i>

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры психологии развития «5» октября 2016 года, протокол № 2

Заведующий кафедрой

Т.М. Мамкина

к. психол. н., доц. Мамкина Т.М.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методического совета института гуманитарного образования и спорта «01» 11 2016 года, протокол № 6.

Председатель УМС

Т.Ф. Гришенкова

к. филол. н., доц. Гришенкова Т.Ф.

Руководитель практики *В. А. Сидорова*

1. ЦЕЛИ УЧЕБНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ:

Целями учебно-ознакомительной практики являются закрепление и расширение знаний, полученных студентами за время теоретического обучения на основе практического участия в деятельности предприятий, организаций, учреждений, формирование умения применять их в профессиональной деятельности, расширение практических навыков научно-исследовательской работы, а также получение необходимых общекультурных и профессиональных компетенций.

Основными принципами проведения учебной практики студентов являются интеграция теоретической и профессионально-практической, учебной и научно-исследовательской деятельности студентов.

2. ЗАДАЧИ УЧЕБНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ:

Задачами учебно-ознакомительной практики являются:

1. ознакомление студентов с будущей сферой профессиональной деятельности;
2. подготовка студентов к осознанному и углубленному изучению общепрофессиональных и специальных дисциплин;
3. освоение студентами первичных профессиональных компетенций по избранной специальности;
4. освоение практических должностных обязанностей, предусмотренных направлением подготовки «Реклама и связи с общественностью» для различных государственных, политических, общественных, коммерческих структур.

К специфическим задачам учебно-ознакомительной практики относятся:

1. ознакомление с общими принципами деятельности специалиста по связям с общественностью и рекламе в организации (учреждении), в которой проходят практику;
2. ознакомление с законодательной и нормативной базой деятельности служб (организаций, специалистов) по связям с общественностью и рекламе;
3. оказание помощи PR-менеджерам по рекламе в их работе;
4. самостоятельное выполнение некоторых видов PR-работ и рекламных работ.

Полнота и степень детализации этих задач регламентируется в индивидуальном задании применительно к особенностям и возможностям конкретной базы практики, а также с учетом интересов будущего трудоустройства студентов.

3. МЕСТО УЧЕБНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОПВО

Индекс дисциплины (по РУП)	Б.2. П.2.
3.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося
	Учебно-ознакомительная практика является обязательным видом учебной работы бакалавра, входит в раздел «Б.2. Практики» ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» (профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»).
3.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее
	Учебно-ознакомительная практика по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» является важной составной частью учебного плана подготовки студентов и базируется на основе курсов «Основы теории коммуникации», «Основы связей с общественностью», «Психология профессионального самоопределения», «Корпоративная

	<p>культура». Учебно-ознакомительная практика предполагает успешное освоение студентом дисциплин (модулей), относящихся к базовой части программы. Организация учебно-ознакомительной практики на всех этапах направлена на обеспечение непрерывности и последовательности овладения студентами профессиональной деятельностью в соответствии с требованиями к уровню подготовки выпускника, а также на реализацию практической направленности на будущее трудоустройство, обучение технологиям личной карьеры, реализации первоначального опыта общения студентов с работодателями во время обучения в вузе.</p> <p>Прохождение учебно-ознакомительной практики является необходимым для освоения таких курсов как «Выпуск учебной газеты (радиопрограммы)», «Основы тележурналистики», «Информационные и аналитические жанры», «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью», «Пресс-служба», «Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью», «Теория и практика массовой информации».</p>
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

4. МЕСТО И ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ УЧЕБНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ

Семестр	Место проведения	Объект
2 семестр	Сургутский государственный университет, кафедра психологии развития	Предприятия города Сургута – редакции газет, журналов и телевидения; Администрации города; развлекательных центров; крупных магазинов или супермаркетов; образовательных учреждениях и учреждениях культуры, отдыха, досуга, творчества; градообразующих предприятий; банков; рекламных агентств; правоохранительных и медицинских учреждений.

Учебно-ознакомительная практика организуется во 2-м семестре (ее продолжительность составляет 6 недель).

5. СПОСОБ ПРОВЕДЕНИЯ УЧЕБНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ

Способ проведения учебно-ознакомительной практики: стационарная, дискретная, выездная.

6. ФОРМЫ ПРОВЕДЕНИЯ УЧЕБНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ

Дискретно (концентрированная):

по видам практик – путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения каждого вида (совокупности видов) практики

по периодам проведения практик – путем чередования в календарном учебном графике периодов учебного времени для проведения практик с периодами учебного времени для проведения теоретических занятий.

Формой проведения практики является учебно-ознакомительная, которая предполагает в ходе экскурсий на предприятия города предметное ознакомление с:

- основными компонентами коммуникативной среды и процесса ее управления со стороны соответствующих подразделений организации;
- организацией работы конкретного учреждения, осуществляющего информационно-коммуникативную деятельность;
- комплексом действий специалиста по связям с общественностью и рекламе в условиях рыночной экономики.

Студент, в соответствии с общей профессиональной и специальной подготовкой на практике способен осуществлять такие виды деятельности, как:

- информационно-творческая;
- социально-психологическая;
- информационно-коммуникационная;
- рекламно-информационная;
- информационно-аналитическая;
- культурно-просветительская;
- организационно-рекламная;
- информационно-социологическая;
- научно-исследовательская.

7. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

7.1. Компетенции обучающегося, формируемы в результате прохождения учебно-ознакомительной практики

Компетенция ОК- 5

способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия		
Знает	Умеет	Владеет
правила логики и аргументации, специфику устной и письменной речи, языковые и изобразительно-выразительные средства	разработать структуру письменного и устного текста	приемами аргументации и усиление воздействия на адресата

Компетенция ОК- 6

способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия		
Знает	Умеет	Владеет
правила работы в команде и основные способы взаимодействия между членами коллектива и преодоления конфликтов;	организовать взаимодействие при решении поставленных перед коллективом задач;	методами интенсификации взаимодействия членов коллектива.

Компетенция ОК-7

способность к самоорганизации и самообразованию		
Знает	Умеет	Владеет
закономерности формирования и развития личности.	критически оценивать свои достоинства и недостатки.	методами развития достоинств личности и работы над недостатками.

Компетенция ОПК-1

способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах		
Знает	Умеет	Владеет
<ul style="list-style-type: none">- особенности будущей профессии, ее роль и значение в социально-экономической жизни;- специфику профессиональной области «реклама и связи с общественностью»;- специфику функций рекламы и связей с общественностью в различных сферах деятельности.	<ul style="list-style-type: none">- использовать мотивацию и самомотивацию в профессиональной деятельности;- реализовывать различные коммуникационные инструменты в целях продвижения;- реализовывать профессиональные обязанности в области рекламы и связей с общественностью.	<ul style="list-style-type: none">- методами формирования и развития мотивации и самомотивации в профессиональной деятельности;- методами и методиками в сфере рекламы и связей с общественностью, направленными на продвижение продуктов в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта;- приемами и навыками работы в сфере рекламы и связей с общественностью.

Компетенция ОПК-2

владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связи с общественностью		
Знает	Умеет	Владеет
специфику деятельности в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве	осуществлять профессиональные обязанности с учетом специфики работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве	навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве.

Компетенция ОПК-3

обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга		
Знает	Умеет	Владеет
основные виды и жанры текстов и документов, используемых в сфере рекламы и связей с общественностью.	разрабатывать тексты различных видов и жанров, используемых в сфере рекламы и связей с общественностью.	навыками литературного редактирования, копирайтинга

Компетенция ОПК-4

умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия		
Знает	Умеет	Владеет
- основные виды коммуникационных мероприятий и кампаний, этапы их планирования и организации; - виды, этапы планирования и проведения коммуникационных кампаний.	- разрабатывать план мероприятий, кампаний продвижения; - планировать и проводить коммуникационные кампании и мероприятия на основе целей, поставленных в соответствии с результатами маркетинговых исследований.	- методами исчисления бюджета коммуникационной кампании, мероприятия, исследования их эффективности; - методикой планирования и проведения целеполагающих коммуникационных кампаний на основе маркетинговых исследований.

Компетенция ОПК-5

умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия		
Знает	Умеет	Владеет
- специфику и классификацию информационных и пропагандистских кампаний и мероприятий; - специфику и классификации анкетирования, опросов мнения	- осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия; - провести исследования мнения потребителей и общественного мнения,	- методиками планирования и организации информационных и пропагандистских кампаний и мероприятий; - методами и методиками проведения исследований мнения потребителей и

потребителей и общественного мнения.	осуществить обработку и подготовку данных для анализа.	общественного мнения, обработки и подготовки данных для анализа.
--------------------------------------	--------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------

Компетенция ОПК-6

способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности		
Знает	Умеет	Владеет
<ul style="list-style-type: none"> - сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны; - сущность и свойства информации и средства управления информацией; - сущность, структуру и свойства глобальных компьютерных сетей. 	<ul style="list-style-type: none"> - соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны; - работать с компьютером как средством управления информацией; - работать с информацией в глобальных компьютерных сетях. 	<ul style="list-style-type: none"> - основными методами защиты информации; - основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации; - приемами работы с информацией в глобальных компьютерных сетях.

Компетенция ПК-6

способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации		
Знает	Умеет	Владеет
специфику внутренних коммуникаций, основ мотивации деятельности работников предприятия.	разрабатывать и реализовывать внутренние коммуникации, нацеленные на создание и поддержание благоприятного психологического климата в коллективе, формировать мотивацию сотрудников на активную деятельность и развитие	методами мотивации сотрудников, разработки внутренних коммуникаций.

	организации; осуществлять мероприятия, направленные на повышение квалификации и общего культурного и профессионального уровня сотрудников.	
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

Компетенция ПК-7

способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий		
Знает	Умеет	Владеет
особенности коммуникационной инфраструктуры и корпоративной культуры организации, специфику внутренних и внешних коммуникаций, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации.	разрабатывать коммуникационную инфраструктуру предприятия, его внешние и внутренние коммуникации, формировать корпоративную культуру организации методами рекламы и связей с общественностью.	методикой формирования коммуникационной структуры предприятия, методами реализации внешних и внутренних коммуникаций организации, способами построения корпоративной культуры.

Компетенция ПК-8

способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы		
Знает	Умеет	Владеет
технологии производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы.	проявлять способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции.	способностью организовывать подготовку к выпуску, производству и распространению рекламной продукции.

7.2. В результате освоения учебно-ознакомительной практики обучающийся должен:

Знать	<ul style="list-style-type: none">- правила логики и аргументации, специфику устной и письменной речи, языковые и изобразительно-выразительные средства;- правила работы в команде и основные способы взаимодействия между членами коллектива и преодоления конфликтов;- закономерности формирования и развития личности;- особенности будущей профессии, ее роль и значение в социально-экономической жизни;- специфику профессиональной области «реклама и связи с общественностью»;- специфику функций рекламы и связей с общественностью в различных сферах деятельности;- специфику деятельности в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве;- основные виды и жанры текстов и документов, используемых в сфере рекламы и связей с общественностью;- основные виды коммуникационных мероприятий и кампаний, этапы их планирования и организации;- виды, этапы планирования и проведения коммуникационных кампаний;- специфику и классификацию информационных и пропагандистских кампаний и мероприятий;- специфику и классификации анкетирования, опросов мнения потребителей и общественного мнения;- сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны;- сущность и свойства информации и средства управления информацией;- сущность, структуру и свойства глобальных компьютерных сетей;- специфику внутренних коммуникаций, основ мотивации деятельности работников предприятия;- особенности коммуникационной инфраструктуры и корпоративной культуры организации, специфику внутренних и внешних коммуникаций, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации;- технологию производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы.
Уметь	<ul style="list-style-type: none">- разработать структуру письменного и устного текста;- организовать взаимодействие при решении поставленных перед коллективом задач;- критически оценивать свои достоинства и недостатки;- использовать мотивацию и самомотивацию в профессиональной деятельности;- реализовывать различные коммуникационные инструменты в целях продвижения;- реализовывать профессиональные обязанности в области рекламы и связей с общественностью;- осуществлять профессиональные обязанности с учетом специфики работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью,

	<p>в рекламном агентстве;</p> <ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать тексты различных видов и жанров, используемых в сфере рекламы и связей с общественностью; - разрабатывать план мероприятий, кампаний продвижения; - планировать и проводить коммуникационные кампании и мероприятия на основе целей, поставленных в соответствии с результатами маркетинговых исследований; - осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия; - провести исследования мнения потребителей и общественного мнения, осуществить обработку и подготовку данных для анализа; - соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны; - работать с компьютером как средством управления информацией; - работать с информацией в глобальных компьютерных сетях; - разрабатывать и реализовывать внутренние коммуникации, нацеленные на создание и поддержание благоприятного психологического климата в коллективе, формировать мотивацию сотрудников на активную деятельность и развитие организации; осуществлять мероприятия, направленные на повышение квалификации и общего культурного и профессионального уровня сотрудников; - разрабатывать коммуникационную инфраструктуру предприятия, его внешние и внутренние коммуникации, формировать корпоративную культуру организации методами рекламы и связей с общественностью; - проявлять способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции.
Владеть	<ul style="list-style-type: none"> - приемами аргументации и усиление воздействия на адресата; - методами интенсификации взаимодействия членов коллектива; - методами развития достоинств личности и работы над недостатками; - методами формирования и развития мотивации и самомотивации в профессиональной деятельности; - методами и методиками в сфере рекламы и связей с общественностью, направленными на продвижение продуктов в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта; - приемами и навыками работы в сфере рекламы и связей с общественностью. - навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве; - навыками литературного редактирования, копирайтинга - методами исчисления бюджета коммуникационной кампании, мероприятия, исследования их эффективности; - методикой планирования и проведения целеполагающих коммуникационных кампаний на основе маркетинговых исследований; - методиками планирования и организации информационных и пропагандистских кампаний и мероприятий; - методами и методиками проведения исследований мнения потребителей и общественного мнения, обработки и подготовки данных для анализа; - основными методами защиты информации; - основными методами, способами и средствами получения, хранения,

<p>переработки информации;</p> <ul style="list-style-type: none"> - приемами работы с информацией в глобальных компьютерных сетях; - методами мотивации сотрудников, разработки внутренних коммуникаций - методикой формирования коммуникационной структуры предприятия, методами реализации внешних и внутренних коммуникаций организации, способами построения корпоративной культуры; - способностью организовывать подготовку к выпуску, производству и распространению рекламной продукции.

8. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ

Общая трудоёмкость практики составляет 9 зачётных единиц, 324 часов.

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Проверяемые компетенции	Виды работы на практике (в часах)	Формы текущего контроля
1	Организация установочной конференции на базе СурГУ (кафедра психологии развития ИГОиС) по проведению практики	ОК-5, ОК-6, ОК-7, ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6, ПК-6, ПК-7, ПК-8	Конференция. Ознакомительная лекция, инструктаж по технике безопасности. Организационные методические, педагогические, психологические установки. (5 ч.)	Согласование и утверждение программы и плана прохождения практики. Отметка о присутствии на конференции.
2	Подготовительный этап	ОК-5, ОК-6, ОК-7, ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6, ПК-6, ПК-7, ПК-8	Мероприятия по сбору, обработке и систематизации материала, наблюдение. Определение источников информации, направлений деятельности и плана практики. Разработка плана деятельности. (5 ч.)	Заполнение отчетной документации.
3	Производственный этап	ОК-5, ОК-6, ОК-7, ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6, ПК-6, ПК-7, ПК-8	Выполнение индивидуальных занятий, необходимых для получения опыта работы по выбранной профессии. Ознакомительные экскурсии по предприятиям и учреждениям города Сургута. Обработка и анализ полученной информации. Создание профиограммы специалиста по связям с общественностью. Написание сценария мероприятия. Подготовка PR- и рекламных текстов (буклеты, объявления, плакаты), сопровождающих мероприятие. Проведение мероприятия для выпускных классов учреждения.	Заполнение отчетной документации. Список вопросов к пиарспециалистам. Фотоотчет. Таблица-профиограмма. Коллаж. Тексты, макеты раздаточных материалов и демонстрационной продукции.

			(300 ч)	
4	Этап обработки и анализа полученной информации по выполненным заданиям. Организация итоговой конференции.	ОК-5, ОК-6, ОК-7, ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6, ПК-6, ПК-7, ПК-8	Мероприятия по сбору, обработке и систематизации материала, наблюдение. Обработка и анализ полученной информации по выполненным заданиям. Проверка методических материалов и документации. Подготовка к выступлению на итоговой конференции. Проверка руководителем текста задания, подготовленной документации, внесение коррективов. Обсуждение проблемных вопросов практики, обмен опытом. (14 ч)	Оформление отчетной документации. Оформление дневника, составление отчета. Подтверждение итогов практики, оценивание индивидуальной работы студентов. Зачет.
	ИТОГО:		324 ч.	Диф. зачет

9. ФОРМА АТТЕСТАЦИИ (ПО ИТОГАМ ПРАКТИКИ)

По итогам проведения практики студенты составляют письменный отчет, проходят предварительное собеседование с руководителем практики по результатам практики и защищают свой отчет на конференции по научно-исследовательской практике после ее окончания. По итогам практики студенту выставляется дифференцированный зачет.

10. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ (ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРАКТИКЕ)

Оцениваются итоги практики на основе представленных отчетов студентами. Оценка по итогам прохождения практики и защита отчета проставляется в ведомость в виде зачета с оценкой: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»

Оценка результатов практики производится в соответствии со следующими критериями:

«Отлично» – студент продемонстрировал высокий уровень теоретических знаний при реализации конкретных практических задач, умение планировать и организовывать рекламные и информационные компании, специальные мероприятия, составлять различные PR-документы, навыки организации и управления фирмой или подразделением, осуществляющим связи с общественностью, навыки публичного выступления перед различными аудиториями, литературного редактирования, работы с офисной техникой. Студент обобщил полученные эмпирические данные, сформулировал на их основе теоретические выводы, полностью выполнил программу практики, своевременно и качественно оформил и сдал отчетные документы.

«Хорошо» – студент показал хорошие теоретические знания, но не применил их в достаточной степени в практической деятельности, студент выполнил программу практики, своевременно и качественно оформил и сдал отчетные документы

«Удовлетворительно» – студент выявил недостаточную теоретическую подготовку, выполнил программу практики не в полном объеме (имеется множество незначительных замечаний), отсутствуют теоретические выводы, отчетные документы оформлены не в соответствии с требованиями и (или) сданы несвоевременно.

«Неудовлетворительно» – теоретические знания студента не отвечают требованиям государственного стандарта по специальности, студент не выполнил программу практики,

либо был отстранён от прохождения практики, отчётные документы не представлены или не соответствуют предъявляемым требованиям.

11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

11.1 Рекомендуемая литература				
11.1.1 Основная литература				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Кол-во экз.
1	Чумиков А.Н.	Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд : Учебное пособие	Москва : Аспект Пресс, 2012	Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks. — ISBN 978-5-7567-0656-7
2	Чумиков А.Н.	Медиариелейшнз : Учебное пособие для студентов вузов	Москва : Аспект Пресс, 2014	Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks. — ISBN 978-5-7567-0715-1
3	Блинов А.О.	Управленческое консультирование : Учебник для магистров [Электронный ресурс]	Москва : Дашков и К, 2014	Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks. — ISBN 978-5-394-02052
11.1.2 Дополнительная литература				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Кол-во экз.
1	Мандель Б.Р.	PR: методы работы со средствами массовой информации : Учеб. пособие	Москва : Вузовский учебник, 2011	<URL:http://znanium.com/go.php?id=251413>
2	Ореховская Н.А.	PR в сфере социальной коммуникации : Учебник	Москва : Альфа-М, 2013	<URL:http://znanium.com/go.php?id=448801>
3	Баранов Д.Е.	PR: теория и практика	Москва : ООО Синергия ПРЕСС, 2013	<URL:http://znanium.com/go.php?id=451097>
4	Осипова Е.А.	Профессиональная подготовка специалистов по связям с общественностью к реализации аксиологического подхода в PR-практике	Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2015	<URL:http://znanium.com/go.php?id=525026>
11.1.3 Методические разработки				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Кол-во экз.
1	Грехова И.П., Мамкина Т.М., Меренков В.А.,	Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы, подготовке к сдаче	Сургут: Сургутский государственный университет, 2016.	Режим доступа: Корпоративная сеть СурГУ или с любой точки подключения к Интернет, по логину или паролю. —

Плеханова Н. П.	зачетов и экзаменов, написанию и защите курсовых и выпускной квалификационной (дипломной) работ: для студентов специальности 030300.62 - Психология, квалификации "Бакалавр"	Системные требования: Adobe Acrobat Reader. — <URL: http://lib.surgu.ru/fulltext/umm/2844_Грехова_И_П_Мамкина_Т_М_Меренков_В_А_Плеханова_Н_П_Методические_рекомендации_по_выполнению_самостоятельной_работы >.
-----------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

11.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1	Knigainfo http://www.knigainfo.ru
2	АРБИКОН http://www.arbicon.ru
3	БД Сургутский Государственный университет «Книги» http://www.lib.surgu.ru/abis.php
4	БД Сургутский Государственный университет «Периодические издания» http://www.lib.surgu.ru/abis.php
5	Реферативные журналы ИНИОН РАН «Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература» http://www.elibrary.ru
6	Российская национальная библиография http://biblio.ebiblioteka.ru/
7	Электронная библиотека РНБ: фонд авторефератов диссертаций http://www.nlr.ru:8101/cgi-bin/wdbp95.cgi/avtoref/avtoref/form
8	http://www.raso.ru/ - Российский PR-портал
9	http://www.pr-club.com/ - ЗАО «Международный пресс-клуб»
10	http://www.sovetnik.ru – Профессиональный PR-портал
11	http://www.prnews.ru – Профессиональный портал по мониторингу СМИ и PR-анализу
12	http://pr-life.ru/ - История PR в России и в мире
13	http://www.communicators.ru/library - международная страница бизнес-коммуникаторов

11.3 Перечень программного обеспечения

11.4 Перечень информационных справочных систем

1	http://www.ipras.ru/cntnt/rus авторефераты диссертаций, психологический журнал, библиотека-онлайн
2	http://www.dissercat.com/catalog/psikhologicheskie-nauki электронная библиотека диссертаций
3	http://www.dslib.net/free/psixologia.html каталог бесплатных авторефератов и диссертаций (психологические науки)

11.5. Перечень материально-технического обеспечения работы студентов при прохождении учебно-ознакомительной практики

Материально-техническое обеспечение включает в себя: помещения для проведения практических занятий укомплектованы необходимой учебной мебелью; наличие компьютерного класса общего пользования с подключением к Интернету; компьютерный мультимедийный проектор Toshiba TLP-XС3000А.

Права и обязанности участников практики

Обучающиеся:

- обучающиеся имеют право по всем вопросам, возникающим в процессе практики, обращаться к руководителям практики от Университета, от организации (учреждения, предприятия);
- обучающиеся имеют право пользоваться учебно-методическими пособиями, находящимися в институте, в Университете, в организации (учреждении, предприятии);
- обучающиеся имеют право вносить предложения по совершенствованию организации практики;
- обучающиеся имеют право отказаться от услуг руководителя (руководителей) практики при отсутствии квалифицированной методической помощи;
- обучающиеся, имеющие стаж практической работы по направлению (профилю) подготовки, для решения вопроса об освобождении от практики предоставляют руководителю практики от НВГУ необходимые документы (справку с места работы с указанием должности и стажа работы или копию трудовой книжки) не позднее, чем за 1 месяц до начала практики;
- обучающиеся обязаны тщательно выполнять все виды работ, предусмотренные программой практики;
- обучающиеся обязаны сдать отчетную документацию в полном объеме в установленные сроки;
- практикант обязан подчиняться правилам внутреннего распорядка базовой организации (учреждения, предприятия), распоряжениям администрации и руководителей практики;
- в случае невыполнения требований, предъявляемых к практиканту (программа практики, правила внутреннего распорядка), он может быть отстранен от прохождения практики руководителем практики от СурГУ по представлению любого из участников практики со стороны вузовских и вневузовских работников;
- в тех случаях, когда обучающийся отстранен от практики или его работа признана неудовлетворительной, он считается не выполнившим учебный план данного семестра. По решению совета института ему назначается повторное прохождение практики при наличии уважительной причины, подтвержденной документально. При отсутствии уважительной причины совет института вправе рассматривать вопрос о возможности дальнейшего обучения обучающегося согласно нормативным локальным актам СурГУ.

Общие положения, регламентирующие деятельность студента-практиканта.

Студенты, проходящие практику, *должны:*

- уметь планировать и организовывать рекламные, пропагандистские, информационные кампании, владеть навыками социального и политического маркетинга, уметь организовать и вести протокольно-деловые мероприятия;
- свободно владеть риторикой, приёмами и методами публичного выступления (знать правила речи, её виды, правила речевого этикета и ведения диалога, законы композиции и стиля, приемы убеждения и т.д.), владеть навыками литературного редактирования, уметь создать собственное публицистическое произведение, пресс-релиз;
- квалифицированно пользоваться техническими, телевизионными, радио и электронными средствами массовой информации, уметь фотографировать, владеть видео-, аудио- и компьютерной техникой;

- знать основные проблемы массовой коммуникации и современных СМИ, механизмы и закономерности их формирования и развития, основные теории и концепции, относящиеся к сфере информации, коммуникации и формирования общественного мнения, уметь применять их выводы, методы и приемы исследования для анализа проблем, возникающих в ходе профессиональной деятельности;
- быть способными к самообучению по завершению учебной программы и расширению своих знаний на основе информационных и образовательных технологий; уметь на научной основе организовать свой труд, владеть приемами и методами сбора, хранения и обработки информации, в том числе с использованием электронно-вычислительной техники, иметь навыки пользования компьютерными программами;
- развивать и совершенствовать культуру мышления и мастерство публичного выступления, уметь логично и грамотно оформить свои мысли в устной и письменной форме, уметь участвовать в дискуссиях по профессиональным проблемам;
- владеть основами научного анализа и прогнозирования различных явлений и процессов, уметь осуществлять их качественный и количественный анализ, определять цели специальных исследований и использовать для их осуществления методы изучения наук, быть готовым к работе по междисциплинарным и международным проектам;
- быть готовым к работе в коллективе, изучить методы управления, находить и принимать управленческие решения, знать основы управленческой деятельности.
- участвовать в установочной и итоговой конференциях;
- тщательно выполнять все виды работ, предусмотренные программой практики, а также требования факультетского, группового руководителей практики и специалиста-наставника от организации.

Руководитель практики:

- подбирает базы для проведения практики;
- организует процесс заключения договора с организацией (учреждением, предприятием) и его работниками не позднее дня выхода обучающихся на практику, согласно утвержденному графику;
- оформляет проект приказа о направлении обучающихся на практику не менее чем за 10 дней до начала практики;
- организует и проводит установочные и итоговые конференции по практике;
- составляет отчет об итогах практики, представляет его директору института, заведующему выпускающей кафедрой;
- участвует в работе заседания совета кафедр по вопросам организации и проведения практик;
- разрабатывает (вносит изменения) программу практики;
- разрабатывает индивидуальные задания для обучающихся, выполняемые в период практики;
- осуществляет контроль за соблюдением сроков проведения практики и соответствием ее содержания требованиям, установленным в образовательной программе;
- оказывает методическую помощь обучающимся при выполнении ими индивидуальных заданий, а также при сборе материалов к выпускной квалификационной работе в ходе производственной практики;
- оценивает результаты прохождения практики обучающимися.

Методист по направлению (специальности):

- проводит инструктивно-методическую работу в базовых организациях (учреждениях, предприятиях);
- осуществляет непосредственное руководство и контроль за работой обучающихся;
- принимает участие в установочной и итоговой конференциях по практике;
- совместно с базовой организацией (учреждением, предприятием), распределяет между практикантами необходимое содержание практики;
- консультирует студентов при подготовке к выполнению программы практики;
- оказывает научно-методическую помощь базам практики в проведении работы с обучающимися;
- проверяет выполнение программы практики обучающимися, анализирует и оценивает результаты работы;
- анализирует и оценивает отчетную документацию обучающихся, участвует в проведении зачета по практике, в выставлении дифференцированной оценки за практику согласно критериям, разработанным с учетом специфики института и вида практики;
- помогает обучающимся подготовить выступления и творческие материалы к итоговой конференции;
- составляет отчет по итогам работы обучающихся в период практики;
- вносит предложения по совершенствованию практики.

Руководитель организации (учреждения, предприятия):

- предоставляет обучающимся в соответствии с программой практики рабочие места, обеспечивающие наибольшую эффективность прохождения практики;
- создает необходимые условия для получения обучающимися в период прохождения практики знаний по специальности, по направлению подготовки;
- соблюдает согласованные с вузом календарные графики прохождения практики;
- предоставляет право практикантам пользоваться имеющейся литературой, технической и другой документацией;
- обеспечивает обязательные инструктажи по охране труда и технике безопасности (вводный и на рабочем месте) с оформлением установленной документации, в необходимых случаях организует обучение обучающихся безопасным методам работы;
- обеспечивает и контролирует соблюдение обучающимися правил внутреннего распорядка, установленных в данной организации (учреждении, предприятии);
- может налагать в случае необходимости приказом руководителя организации (учреждения, предприятия) взыскания на обучающихся, нарушающих правила внутреннего трудового распорядка, и сообщать об этом ректору Университета;
- несет полную ответственность за несчастные случаи с обучающимися, проходящими производственную практику в данной организации (учреждении, предприятии);
- подбирает опытных специалистов в качестве руководителей практики обучающихся;
- организует заполнение Анкеты оценки производственной деятельности молодых специалистов – выпускников Университета (последних 3-х лет), работающих в Организации.

Формы отчётности по итогам практики

Самостоятельная работа студента на учебной практике включает проведение научно-исследовательской работы и практической деятельности в рамках профессии. Исследовательская работа в период практики предполагает индивидуальный характер заданий. Индивидуальные задания предлагаются руководителями практики с учётом

уровня психолого-педагогической, методической подготовленности студентов, их научных интересов.

Отчёт о практике является основным документом студента, отражающим выполненную им работу, полученные знания и практические навыки. В отчёте должны быть подробно и полно освещены вопросы методики выполнения заданий, проведения встреч, организации мероприятий и представлены источники информации (документы, фото, бланки и т.д.). По каждому заданию должны быть сделаны выводы, предложены рекомендации. Отчёт о практике студент готовит самостоятельно и представляет его для проверки и оценки руководителю практики от предприятия в последний день работы.

По результатам практики и сдачи необходимой документации студенту выставляется дифференцированная оценка; в оценку по практике включается выполнение всех видов заданий. Оценка не выставляется в случае невыполнения одного или нескольких заданий. Бакалавры, не выполнившие программу практики без уважительной причины или получившие отрицательную оценку, считаются имеющими академическую задолженность и не допускаются к защите ВКР. Студенту, отстранённому от практики или работа которого на практике признана неудовлетворительной, по разрешению совета института назначается повторное прохождение практики без отрыва от учебных занятий в университете.

Документация по производственной практике содержит следующее:

1. Описание места прохождения практики:

- историческая справка;
- профиль работы и основные показатели деятельности организации;
- характеристика основных групп общественности, с которыми взаимодействует организация.

2. Общая характеристика рекламного и PR-подразделения:

- история подразделения (цели создания, продолжительность функционирования);
- схема организационной структуры подразделения;
- разделение труда между специалистами подразделения;
- должностные инструкции PR-специалистов;
- должностные инструкции специалиста по рекламе;
- место подразделений в общей структуре организации.

3. Материалы к отчёту:

- Дневник практики (приводится почасовое описание видов работ).
- Паспорт учреждения.
- Результаты мониторинга информационного пространства о деятельности предприятия. Сценарий PR-мероприятия, способствующего формированию позитивного общественного мнения о данной фирме, продвижению товаров и услуг, предоставляемых фирмой, созданию имиджа фирмы.
- Структура PR-отдела организации и описание направлений деятельности PR-специалистов.
- Структура отдела рекламы и описание направлений деятельности специалистов по рекламе.
- Результаты социологического и маркетингового исследования.
- Результаты проведённого анкетирования по заданию рекламного или PR-отдела.
- Макет эскиза эмблемы данной фирмы, форменной одежды для сотрудников, варианта логотипа, товарного знака, сувенирной продукции, рекламного слогана фирмы, макетов рекламного сообщения для различных СМК.
- Характеристика с места прохождения практики.

**БЮДЖЕТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
Ханты-Мансийского автономного округа - Югры
«Сургутский государственный университет»**



Утверждаю:
Проректор по УМР

Е. В. Коновалова

«18» 11 2016 г.

Институт гуманитарного образования и спорта

Кафедра психологии развития

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

УЧЕБНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНАЯ ПРАКТИКА №2

Квалификация выпускника	бакалавр
Направление подготовки	42.03.01. Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Форма обучения	очная, заочная
Кафедра разработчик	Психологии развития
Выпускающая кафедра	Психологии развития

Сургут, 2016 г.

Рабочая программа практики составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» утвержденным 11 августа 2016 г., № 997.

Автор программы: к.психол.н., доцент Т.М. Мамкина
преподаватель Л.Д. Ганеева

Мамкина
Ганеева

Рецензент программы:

Гузич

к.психол.н., доцент М.Э. Гузич

Согласование рабочей программы:

Подразделение (кафедра/ библиотека)	Дата согласования	Ф.И.О., подпись нач. подразделения
Кафедра психологии развития	<i>24.10.16</i>	Мамкина Т.М. <i>Мамкина</i>
Отдел комплектования		Дмитриева И.И. <i>Дмитриева</i>

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры психологии развития «5» октября 2016 года, протокол № 2

Заведующий кафедрой

Мамкина

к. психол. н., доц. Мамкина Т.М.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методического совета института гуманитарного образования и спорта «01» 11 2016 года, протокол № 6.

Председатель УМС

Грищенко

к. филол. н., доц. Грищенко Т.Ф.

Руководитель практики

А.С. Ницамбева

А.С. Ницамбева

1. ЦЕЛИ УЧЕБНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ:

Целями учебно-ознакомительной практики являются закрепление и расширение знаний, полученных студентами за время теоретического обучения на основе практического участия в деятельности предприятий, организаций, учреждений, формирование умения применять их в профессиональной деятельности, расширение практических навыков научно-исследовательской работы, а также получение необходимых общекультурных и профессиональных компетенций.

Основными принципами проведения учебной практики студентов являются интеграция теоретической и профессионально-практической, учебной и научно-исследовательской деятельности студентов.

2. ЗАДАЧИ УЧЕБНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ:

Задачами учебно-ознакомительной практики являются:

1. ознакомление студентов с будущей сферой профессиональной деятельности;
2. подготовка студентов к осознанному и углубленному изучению общепрофессиональных и специальных дисциплин;
3. освоение студентами первичных профессиональных компетенций по избранной специальности;
4. освоение практических должностных обязанностей, предусмотренных направлением подготовки «Реклама и связи с общественностью» для различных государственных, политических, общественных, коммерческих структур.

К специфическим задачам учебно-ознакомительной практики относятся:

1. ознакомление с общими принципами деятельности специалиста по связям с общественностью и рекламе в организации (учреждении), в которой проходят практику;
2. ознакомление с законодательной и нормативной базой деятельности служб (организаций, специалистов) по связям с общественностью и рекламе;
3. оказание помощи PR-менеджерам по рекламе в их работе;
4. самостоятельное выполнение некоторых видов PR-работ и рекламных работ.

Полнота и степень детализации этих задач регламентируется в индивидуальном задании применительно к особенностям и возможностям конкретной базы практики, а также с учетом интересов будущего трудоустройства студентов.

3. МЕСТО УЧЕБНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОПВО

Индекс дисциплины (по РУП)	Б.2. П.2.
3.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося
	Учебно-ознакомительная практика является обязательным видом учебной работы бакалавра, входит в раздел «Б.2. Практики» ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» (профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»).
3.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее
	Учебно-ознакомительная практика по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» является важной составной частью учебного плана подготовки студентов и базируется на основе курсов «Основы теории коммуникации», «Основы связей с общественностью», «Психология профессионального самоопределения», «Корпоративная

	<p>культура». Учебно-ознакомительная практика предполагает успешное освоение студентом дисциплин (модулей), относящихся к базовой части программы. Организация учебно-ознакомительной практики на всех этапах направлена на обеспечение непрерывности и последовательности овладения студентами профессиональной деятельностью в соответствии с требованиями к уровню подготовки выпускника, а также на реализацию практической направленности на будущее трудоустройство, обучение технологиям личной карьеры, реализации первоначального опыта общения студентов с работодателями во время обучения в вузе.</p> <p>Прохождение учебно-ознакомительной практики является необходимым для освоения таких курсов как «Выпуск учебной газеты (радиопрограммы)», «Основы тележурналистики», «Информационные и аналитические жанры», «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью», «Пресс-служба», «Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью», «Теория и практика массовой информации».</p>
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

4. МЕСТО И ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ УЧЕБНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ

Семестр	Место проведения	Объект
4 семестр	Сургутский государственный университет, кафедра психологии развития	Управление общественных связей и информационно-издательской деятельности

Учебно-ознакомительная практика организуется во 4-м семестре (ее продолжительность составляет 6 недель).

5. СПОСОБ ПРОВЕДЕНИЯ УЧЕБНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ

Способ проведения учебно-ознакомительной практики: стационарная, дискретная, выездная.

6. ФОРМЫ ПРОВЕДЕНИЯ УЧЕБНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ

Дискретно -путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения каждого вида (совокупности видов) практики по периодам проведения практик – путем чередования в календарном учебном графике периодов учебного времени для проведения практик с периодами учебного времени для проведения теоретических занятий.

Формой проведения практики является учебно-ознакомительная, которая предполагает:

- непосредственное знакомство студента со своей будущей профессией в рамках профильной организации – деятельность по планированию, сбору необходимой информации, написании информационных материалов и выпуску студенческой газеты, информационного сайта университета;
- планирование мероприятий по распространению студенческой газеты – посещение школ и профориентационных классных часов, самостоятельных встреч со старшеклассниками под контролем руководителя практики и классного руководителя, Дней открытых дверей.

Студент, в соответствии с общей профессиональной и специальной подготовкой на практике способен осуществлять такие виды деятельности, как:

- информационно-творческая;

- социально-психологическая;
- информационно-коммуникационная;
- рекламно-информационная;
- информационно-аналитическая;
- культурно-просветительская;
- организационно-рекламная;
- информационно-социологическая;
- научно-исследовательская.

7. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

7.1. Компетенции обучающегося, формируемы в результате прохождения учебно-ознакомительной практики

Компетенция ОК- 5

способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия		
Знает	Умеет	Владеет
правила логики и аргументации, специфику устной и письменной речи, языковые и изобразительно-выразительные средства	разработать структуру письменного и устного текста	приемами аргументации и усиление воздействия на адресата

Компетенция ОК- 6

способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия		
Знает	Умеет	Владеет
правила работы в команде и основные способы взаимодействия между членами коллектива и преодоления конфликтов;	организовать взаимодействие при решении поставленных перед коллективом задач;	методами интенсификации взаимодействия членов коллектива.

Компетенция ОК-7

способность к самоорганизации и самообразованию		
Знает	Умеет	Владеет
закономерности формирования и развития личности.	критически оценивать свои достоинства и недостатки.	методами развития достоинств личности и работы над недостатками.

Компетенция ОПК-1

способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах		
Знает	Умеет	Владеет
<ul style="list-style-type: none">- особенности будущей профессии, ее роль и значение в социально-экономической жизни;- специфику профессиональной области «реклама и связи с общественностью»;- специфику функций рекламы и связей с общественностью в различных сферах деятельности.	<ul style="list-style-type: none">- использовать мотивацию и самомотивацию в профессиональной деятельности;- реализовывать различные коммуникационные инструменты в целях продвижения;- реализовывать профессиональные обязанности в области рекламы и связей с общественностью.	<ul style="list-style-type: none">- методами формирования и развития мотивации и самомотивации в профессиональной деятельности;- методами и методиками в сфере рекламы и связей с общественностью, направленными на продвижение продуктов в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта;- приемами и навыками работы в сфере рекламы и связей с общественностью.

Компетенция ОПК-2

владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связи с общественностью		
Знает	Умеет	Владеет
специфику деятельности в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве	осуществлять профессиональные обязанности с учетом специфики работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве	навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве.

Компетенция ОПК-3

обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга		
Знает	Умеет	Владеет
основные виды и жанры текстов и документов, используемых в сфере рекламы и связей с общественностью.	разрабатывать тексты различных видов и жанров, используемых в сфере рекламы и связей с общественностью.	навыками литературного редактирования, копирайтинга

Компетенция ОПК-4

умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия		
Знает	Умеет	Владеет
- основные виды коммуникационных мероприятий и кампаний, этапы их планирования и организации; - виды, этапы планирования и проведения коммуникационных кампаний.	- разрабатывать план мероприятий, кампаний продвижения; - планировать и проводить коммуникационные кампании и мероприятия на основе целей, поставленных в соответствии с результатами маркетинговых исследований.	- методами исчисления бюджета коммуникационной кампании, мероприятия, исследования их эффективности; - методикой планирования и проведения целеполагающих коммуникационных кампаний на основе маркетинговых исследований.

Компетенция ОПК-5

умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия		
Знает	Умеет	Владеет
- специфику и классификацию информационных и пропагандистских кампаний и мероприятий; - специфику и классификации анкетирования, опросов мнения	- осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия; - провести исследования мнения потребителей и общественного мнения,	- методиками планирования и организации информационных и пропагандистских кампаний и мероприятий; - методами и методиками проведения исследований мнения потребителей и

потребителей и общественного мнения.	осуществить обработку и подготовку данных для анализа.	общественного мнения, обработки и подготовки данных для анализа.
--------------------------------------	--------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------

Компетенция ОПК-6

способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности		
Знает	Умеет	Владеет
<ul style="list-style-type: none"> - сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны; - сущность и свойства информации и средства управления информацией; - сущность, структуру и свойства глобальных компьютерных сетей. 	<ul style="list-style-type: none"> - соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны; - работать с компьютером как средством управления информацией; - работать с информацией в глобальных компьютерных сетях. 	<ul style="list-style-type: none"> - основными методами защиты информации; - основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации; - приемами работы с информацией в глобальных компьютерных сетях.

Компетенция ПК-6

способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации		
Знает	Умеет	Владеет
специфику внутренних коммуникаций, основ мотивации деятельности работников предприятия.	разрабатывать и реализовывать внутренние коммуникации, нацеленные на создание и поддержание благоприятного психологического климата в коллективе, формировать мотивацию сотрудников на активную деятельность и развитие	методами мотивации сотрудников, разработки внутренних коммуникаций.

	организации; осуществлять мероприятия, направленные на повышение квалификации и общего культурного и профессионального уровня сотрудников.	
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

Компетенция ПК-7

способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий		
Знает	Умеет	Владеет
особенности коммуникационной инфраструктуры и корпоративной культуры организации, специфику внутренних и внешних коммуникаций, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации.	разрабатывать коммуникационную инфраструктуру предприятия, его внешние и внутренние коммуникации, формировать корпоративную культуру организации методами рекламы и связей с общественностью.	методикой формирования коммуникационной структуры предприятия, методами реализации внешних и внутренних коммуникаций организации, способами построения корпоративной культуры.

Компетенция ПК-8

способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы		
Знает	Умеет	Владеет
технологии производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы.	проявлять способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции.	способностью организовывать подготовку к выпуску, производству и распространению рекламной продукции.

7.2. В результате освоения УЧЕБНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ обучающийся должен:

Знать	<ul style="list-style-type: none">- правила логики и аргументации, специфику устной и письменной речи, языковые и изобразительно-выразительные средства;- правила работы в команде и основные способы взаимодействия между членами коллектива и преодоления конфликтов;- закономерности формирования и развития личности;- особенности будущей профессии, ее роль и значение в социально-экономической жизни;- специфику профессиональной области «реклама и связи с общественностью»;- специфику функций рекламы и связей с общественностью в различных сферах деятельности;- специфику деятельности в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве;- основные виды и жанры текстов и документов, используемых в сфере рекламы и связей с общественностью;- основные виды коммуникационных мероприятий и кампаний, этапы их планирования и организации;- виды, этапы планирования и проведения коммуникационных кампаний;- специфику и классификацию информационных и пропагандистских кампаний и мероприятий;- специфику и классификации анкетирования, опросов мнения потребителей и общественного мнения;- сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны;- сущность и свойства информации и средства управления информацией;- сущность, структуру и свойства глобальных компьютерных сетей;- специфику внутренних коммуникаций, основ мотивации деятельности работников предприятия;- особенности коммуникационной инфраструктуры и корпоративной культуры организации, специфику внутренних и внешних коммуникаций, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации;- технологию производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы.
Уметь	<ul style="list-style-type: none">- разработать структуру письменного и устного текста;- организовать взаимодействие при решении поставленных перед коллективом задач;- критически оценивать свои достоинства и недостатки;- использовать мотивацию и самомотивацию в профессиональной деятельности;- реализовывать различные коммуникационные инструменты в целях продвижения;- реализовывать профессиональные обязанности в области рекламы и связей с общественностью;- осуществлять профессиональные обязанности с учетом специфики работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью,

	<p>в рекламном агентстве;</p> <ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать тексты различных видов и жанров, используемых в сфере рекламы и связей с общественностью; - разрабатывать план мероприятий, кампаний продвижения; - планировать и проводить коммуникационные кампании и мероприятия на основе целей, поставленных в соответствии с результатами маркетинговых исследований; - осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия; - провести исследования мнения потребителей и общественного мнения, осуществить обработку и подготовку данных для анализа; - соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны; - работать с компьютером как средством управления информацией; - работать с информацией в глобальных компьютерных сетях; - разрабатывать и реализовывать внутренние коммуникации, нацеленные на создание и поддержание благоприятного психологического климата в коллективе, формировать мотивацию сотрудников на активную деятельность и развитие организации; осуществлять мероприятия, направленные на повышение квалификации и общего культурного и профессионального уровня сотрудников; - разрабатывать коммуникационную инфраструктуру предприятия, его внешние и внутренние коммуникации, формировать корпоративную культуру организации методами рекламы и связей с общественностью; - проявлять способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции.
Владеть	<ul style="list-style-type: none"> - приемами аргументации и усиление воздействия на адресата; - методами интенсификации взаимодействия членов коллектива; - методами развития достоинств личности и работы над недостатками; - методами формирования и развития мотивации и самомотивации в профессиональной деятельности; - методами и методиками в сфере рекламы и связей с общественностью, направленными на продвижение продуктов в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта; - приемами и навыками работы в сфере рекламы и связей с общественностью. - навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве; - навыками литературного редактирования, копирайтинга⁴ - методами исчисления бюджета коммуникационной кампании, мероприятия, исследования их эффективности; - методикой планирования и проведения целеполагающих коммуникационных кампаний на основе маркетинговых исследований; - методиками планирования и организации информационных и пропагандистских кампаний и мероприятий; - методами и методиками проведения исследований мнения потребителей и общественного мнения, обработки и подготовки данных для анализа; - основными методами защиты информации; - основными методами, способами и средствами получения, хранения,

<p>переработки информации;</p> <ul style="list-style-type: none"> - приемами работы с информацией в глобальных компьютерных сетях; - методами мотивации сотрудников, разработки внутренних коммуникаций - методикой формирования коммуникационной структуры предприятия, методами реализации внешних и внутренних коммуникаций организации, способами построения корпоративной культуры; - способностью организовывать подготовку к выпуску, производству и распространению рекламной продукции.

8. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ

Общая трудоёмкость практики составляет 9 зачётных единиц, 324 часов.

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Проверяемые компетенции	Виды работы на практике (в часах)	Формы текущего контроля
1	Организация установочной конференции на базе СурГУ (кафедра психологии развития ИГОиС) по проведению практики	ОК-5, ОК-6, ОК-7, ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6, ПК-6, ПК-7, ПК-8	Конференция. Ознакомительная лекция, инструктаж по технике безопасности. Организационные методические, педагогические, психологические установки. (5 ч.)	Согласование и утверждение программы и плана прохождения практики. Отметка о присутствии на конференции.
2	Подготовительный этап	ОК-5, ОК-6, ОК-7, ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6, ПК-6, ПК-7, ПК-8	Мероприятия по сбору, обработке и систематизации материала, наблюдение. Определение источников информации, направлений деятельности и плана практики. Разработка плана деятельности. (5 ч.)	Заполнение отчетной документации.
3	Производственный этап	ОК-5, ОК-6, ОК-7, ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6, ПК-6, ПК-7, ПК-8	Выполнение индивидуальных занятий, необходимых для получения опыта работы по выбранной профессии. Изучение и описание реального состояния работы организации по формированию и корректировке всех видов имиджа, сферы рекламной деятельности, проведения представительских мероприятий, работы организации по организации и проведению внутрикорпоративных мероприятий, работы организации в сфере фандрайзинга и спонсоринга, составление портрета интересов и предпочтений абитуриентов. Составление списка примерных тем для специального выпуска	Заполнение отчетной документации. Вопросник. Список тем для газеты. Макет газеты.

			студенческой газеты, удовлетворяющего информационный интерес абитуриентов. Создание макета газеты. Распределение материалов и их написание. Выпуск студенческой газеты. Посещение ряда мероприятий, нацеленных на повышение привлекательности СурГУ для абитуриентов – Дней открытых дверей, школьных научных конференций, классных часов Организация и подготовка рекламных и PR-мероприятий. Обработка и анализ полученной информации. (300 ч)	
4	Этап обработки и анализа полученной информации по выполненным заданиям. Организация итоговой конференции.	ОК-5, ОК-6, ОК-7, ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6, ПК-6, ПК-7, ПК-8	Мероприятия по сбору, обработке и систематизации материала, наблюдение. Обработка и анализ полученной информации по выполненным заданиям. Проверка методических материалов и документации. Подготовка к выступлению на итоговой конференции. Проверка руководителем текста подготовленной документации, внесение коррективов. Обсуждение проблемных вопросов практики, обмен опытом. (14 ч)	Оформление отчетной документации. Оформление дневника, составление отчета. Подтверждение итогов практики, оценивание индивидуальной работы студентов. Зачет.
	ИТОГО:		324 ч.	Диф. зачет

9. ФОРМА АТТЕСТАЦИИ (ПО ИТОГАМ ПРАКТИКИ)

По итогам проведения практики студенты составляют письменный отчет, проходят предварительное собеседование с руководителем практики по результатам практики и защищают свой отчет на конференции по научно-исследовательской практике после ее окончания. По итогам практики студенту выставляется дифференцированный зачет.

10. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ (ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРАКТИКЕ)

Оцениваются итоги практики на основе представленных отчетов студентами. Оценка по итогам прохождения практики и защита отчета проставляется в ведомость в виде зачета с оценкой: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»

Оценка результатов практики производится в соответствии со следующими критериями:

«Отлично» – студент продемонстрировал высокий уровень теоретических знаний при реализации конкретных практических задач, умение планировать и организовывать рекламные и информационные компании, специальные мероприятия, составлять различные PR-документы, навыки организации и управления фирмой или подразделением, осуществляющим связи с общественностью, навыки публичного

выступления перед различными аудиториями, литературного редактирования, работы с офисной техникой. Студент обобщил полученные эмпирические данные, сформулировал на их основе теоретические выводы, полностью выполнил программу практики, своевременно и качественно оформил и сдал отчётные документы.

«Хорошо» – студент показал хорошие теоретические знания, но не применил их в достаточной степени в практической деятельности, студент выполнил программу практики, своевременно и качественно оформил и сдал отчётные документы

«Удовлетворительно» – студент выявил недостаточную теоретическую подготовку, выполнил программу практики не в полном объёме (имеется множество незначительных замечаний), отсутствуют теоретические выводы, отчётные документы оформлены не в соответствии с требованиями и (или) сданы несвоевременно.

«Неудовлетворительно» – теоретические знания студента не отвечают требованиям государственного стандарта по специальности, студент не выполнил программу практики, либо был отстранён от прохождения практики, отчётные документы не представлены или не соответствуют предъявляемым требованиям.

11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

11.1 Рекомендуемая литература				
11.1.1 Основная литература				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Кол-во экз.
1	Чумиков А.Н.	Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд : Учебное пособие	Москва : Аспект Пресс, 2012	Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks. — ISBN 978-5-7567-0656-7
2	Чумиков А.Н.	Медиарилейшнз : Учебное пособие для студентов вузов	Москва : Аспект Пресс, 2014	Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks. — ISBN 978-5-7567-0715-1
3	Блинов А.О.	Управленческое консультирование : Учебник для магистров [Электронный ресурс]	Москва : Дашков и К, 2014	Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks. — ISBN 978-5-394-02052
11.1.2 Дополнительная литература				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Кол-во экз.
1	Мандель Б.Р.	PR: методы работы со средствами массовой информации : Учеб. пособие	Москва : Вузовский учебник, 2011	<URL:http://znanium.com/go.php?id=251413>
2	Ореховская Н.А.	PR в сфере социальной коммуникации : Учебник	Москва : Альфа-М, 2013	<URL:http://znanium.com/go.php?id=448801>
3	Баранов Д.Е.	PR: теория и практика	Москва : ООО Синергия ПРЕСС, 2013	<URL:http://znanium.com/go.php?id=451097>
4	Осипова Е.А.	Профессиональная подготовка специалистов	Москва : ООО "Научно-	<URL:http://znanium.com/go.php?id=525026>

	по связям с общественностью реализации аксиологического подхода в PR-практике	с к	издательский центр ИНФРА-М", 2015	
--	-------------------------------------------------------------------------------	-----	-----------------------------------	--

11.1.3 Методические разработки

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Кол-во экз.
1	Грехова И.П., Мамкина Т.М., Меренков В.А., Плеханова Н. П.	Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы, подготовке к сдаче зачетов и экзаменов, написанию и защите курсовых и выпускной квалификационной (дипломной) работ: для студентов специальности 030300.62 - Психология, квалификации "Бакалавр"	Сургут: Сургутский государственный университет, 2016.	Режим доступа: Корпоративная сеть СурГУ или с любой точки подключения к Интернет, по логину или паролю. — Системные требования: Adobe Acrobat Reader. — <URL:http://lib.surgu.ru/fulltext/umm/2844_Грехова_И_П_Мамкина_Т_М_Меренков_В_А_Плеханова_Н_П_Методические_рекомендации_по_выполнению_самостоятельной_работы>.

11.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1	Knigainfo http://www.knigainfo.ru
2	АРБИКОН http://www.arbicon.ru
3	БД Сургутский Государственный университет «Книги» http://www.lib.surgu.ru/abis.php
4	БД Сургутский Государственный университет «Периодические издания» http://www.lib.surgu.ru/abis.php
5	Реферативные журналы ИНИОН РАН «Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература» http://www.elibrary.ru
6	Российская национальная библиография http://biblio.ebiblioteka.ru/
7	Электронная библиотека РНБ: фонд авторефератов диссертаций http://www.nlr.ru:8101/cgi-bin/wdbp95.cgi/avtoref/avtoref/form
8	http://www.raso.ru/ - Российский PR-портал
9	http://www.pr-club.com/ - ЗАО «Международный пресс-клуб»)
10	http://www.sovetnik.ru – Профессиональный PR-портал
11	http://www.prnews.ru – Профессиональный портал по мониторингу СМИ и PR-анализу
12	http://pr-life.ru/ - История PR в России и в мире
13	http://www.communicators.ru/library - международная страница бизнес-коммуникаторов

11.3 Перечень программного обеспечения

11.4 Перечень информационных справочных систем

1	http://www.ipras.ru/cntnt/rus авторефераты диссертаций, психологический журнал, библиотека-онлайн
2	http://www.dissercat.com/catalog/psikhologicheskie-nauki электронная библиотека диссертаций
3	http://www.dslib.net/free/psixologia.html каталог бесплатных авторефератов и диссертаций (психологические науки)

11.5. Перечень материально-технического обеспечения работы студентов при прохождении учебно-ознакомительной практики

Материально-техническое обеспечение включает в себя: помещения для проведения практических занятий укомплектованы необходимой учебной мебелью; наличие компьютерного класса общего пользования с подключением к Интернету; компьютерный мультимедийный проектор Toshiba TLP-XC3000A.

Права и обязанности участников практики

Обучающиеся:

- обучающиеся имеют право по всем вопросам, возникающим в процессе практики, обращаться к руководителям практики от Университета, от организации (учреждения, предприятия);
- обучающиеся имеют право пользоваться учебно-методическими пособиями, находящимися в институте, в Университете, в организации (учреждении, предприятии);
- обучающиеся имеют право вносить предложения по совершенствованию организации практики;
- обучающиеся имеют право отказаться от услуг руководителя (руководителей) практики при отсутствии квалифицированной методической помощи;
- обучающиеся, имеющие стаж практической работы по направлению (профилю) подготовки, для решения вопроса об освобождении от практики предоставляют руководителю практики от НВГУ необходимые документы (справку с места работы с указанием должности и стажа работы или копию трудовой книжки) не позднее, чем за 1 месяц до начала практики;
- обучающиеся обязаны тщательно выполнять все виды работ, предусмотренные программой практики;
- обучающиеся обязаны сдать отчетную документацию в полном объеме в установленные сроки;
- практикант обязан подчиняться правилам внутреннего распорядка базовой организации (учреждения, предприятия), распоряжениям администрации и руководителей практики;
- в случае невыполнения требований, предъявляемых к практиканту (программа практики, правила внутреннего распорядка), он может быть отстранен от прохождения практики руководителем практики от СурГУ по представлению любого из участников практики со стороны вузовских и вневузовских работников;
- в тех случаях, когда обучающийся отстранен от практики или его работа признана неудовлетворительной, он считается не выполнившим учебный план данного семестра. По решению совета института ему назначается повторное прохождение практики при наличии уважительной причины, подтвержденной документально. При отсутствии уважительной причины совет института вправе рассматривать вопрос о возможности дальнейшего обучения обучающегося согласно нормативным локальным актам СурГУ.

Общие положения, регламентирующие деятельность студента-практиканта.

Студенты, проходящие практику, *должны:*

- уметь планировать и организовывать рекламные, пропагандистские, информационные кампании, владеть навыками социального и политического маркетинга, уметь организовать и вести протокольно-деловые мероприятия;
- свободно владеть риторикой, приёмами и методами публичного выступления (знать правила речи, её виды, правила речевого этикета и ведения диалога, законы композиции и стиля, приемы убеждения и т.д.), владеть навыками литературного редактирования, уметь создать собственное публицистическое произведение, пресс-релиз;
- квалифицированно пользоваться техническими, телевизионными, радио и электронными средствами массовой информации, уметь фотографировать, владеть видео-, аудио- и компьютерной техникой;

- знать основные проблемы массовой коммуникации и современных СМИ, механизмы и закономерности их формирования и развития, основные теории и концепции, относящиеся к сфере информации, коммуникации и формирования общественного мнения, уметь применять их выводы, методы и приемы исследования для анализа проблем, возникающих в ходе профессиональной деятельности;
- быть способными к самообучению по завершению учебной программы и расширению своих знаний на основе информационных и образовательных технологий; уметь на научной основе организовать свой труд, владеть приемами и методами сбора, хранения и обработки информации, в том числе с использованием электронно-вычислительной техники, иметь навыки пользования компьютерными программами;
- развивать и совершенствовать культуру мышления и мастерство публичного выступления, уметь логично и грамотно оформить свои мысли в устной и письменной форме, уметь участвовать в дискуссиях по профессиональным проблемам;
- владеть основами научного анализа и прогнозирования различных явлений и процессов, уметь осуществлять их качественный и количественный анализ, определять цели специальных исследований и использовать для их осуществления методы изучения наук, быть готовым к работе по междисциплинарным и международным проектам;
- быть готовым к работе в коллективе, изучить методы управления, находить и принимать управленческие решения, знать основы управленческой деятельности.
- участвовать в установочной и итоговой конференциях;
- тщательно выполнять все виды работ, предусмотренные программой практики, а также требования факультетского, группового руководителей практики и специалиста-наставника от организации.

Руководитель практики:

- подбирает базы для проведения практики;
- организует процесс заключения договора с организацией (учреждением, предприятием) и его работниками не позднее дня выхода обучающихся на практику, согласно утвержденному графику;
- оформляет проект приказа о направлении обучающихся на практику не менее чем за 10 дней до начала практики;
- организует и проводит установочные и итоговые конференции по практике;
- составляет отчет об итогах практики, представляет его директору института, заведующему выпускающей кафедрой;
- участвует в работе заседания совета кафедр по вопросам организации и проведения практик;
- разрабатывает (вносит изменения) программу практики;
- разрабатывает индивидуальные задания для обучающихся, выполняемые в период практики;
- осуществляет контроль за соблюдением сроков проведения практики и соответствием ее содержания требованиям, установленным в образовательной программе;
- оказывает методическую помощь обучающимся при выполнении ими индивидуальных заданий, а также при сборе материалов к выпускной квалификационной работе в ходе производственной практики;
- оценивает результаты прохождения практики обучающимися.

Методист по направлению (специальности):

- проводит инструктивно-методическую работу в базовых организациях (учреждениях, предприятиях);
- осуществляет непосредственное руководство и контроль за работой обучающихся;
- принимает участие в установочной и итоговой конференциях по практике;
- совместно с базовой организацией (учреждением, предприятием), распределяет между практикантами необходимое содержание практики;
- консультирует студентов при подготовке к выполнению программы практики;
- оказывает научно-методическую помощь базам практики в проведении работы с обучающимися;
- проверяет выполнение программы практики обучающимися, анализирует и оценивает результаты работы;
- анализирует и оценивает отчетную документацию обучающихся, участвует в проведении зачета по практике, в выставлении дифференцированной оценки за практику согласно критериям, разработанным с учетом специфики института и вида практики;
- помогает обучающимся подготовить выступления и творческие материалы к итоговой конференции;
- составляет отчет по итогам работы обучающихся в период практики;
- вносит предложения по совершенствованию практики.

Руководитель организации (учреждения, предприятия):

- предоставляет обучающимся в соответствии с программой практики рабочие места, обеспечивающие наибольшую эффективность прохождения практики;
- создает необходимые условия для получения обучающимися в период прохождения практики знаний по специальности, по направлению подготовки;
- соблюдает согласованные с вузом календарные графики прохождения практики;
- предоставляет право практикантам пользоваться имеющейся литературой, технической и другой документацией;
- обеспечивает обязательные инструктажи по охране труда и технике безопасности (вводный и на рабочем месте) с оформлением установленной документации, в необходимых случаях организует обучение обучающихся безопасным методам работы;
- обеспечивает и контролирует соблюдение обучающимися правил внутреннего распорядка, установленных в данной организации (учреждении, предприятии);
- может налагать в случае необходимости приказом руководителя организации (учреждения, предприятия) взыскания на обучающихся, нарушающих правила внутреннего трудового распорядка, и сообщать об этом ректору Университета;
- несет полную ответственность за несчастные случаи с обучающимися, проходящими производственную практику в данной организации (учреждении, предприятии);
- подбирает опытных специалистов в качестве руководителей практики обучающихся;
- организует заполнение Анкеты оценки производственной деятельности молодых специалистов – выпускников Университета (последних 3-х лет), работающих в Организации.

Формы отчётности по итогам практики

Самостоятельная работа студента на учебной практике включает проведение научно-исследовательской работы и практической деятельности в рамках профессии. Исследовательская работа в период практики предполагает индивидуальный характер заданий. Индивидуальные задания предлагаются руководителями практики с учётом

уровня психолого-педагогической, методической подготовленности студентов, их научных интересов.

Отчёт о практике является основным документом студента, отражающим выполненную им работу, полученные знания и практические навыки. В отчёте должны быть подробно и полно освещены вопросы методики выполнения заданий, проведения встреч, организации мероприятий и представлены источники информации (документы, фото, бланки и т.д.). По каждому заданию должны быть сделаны выводы, предложены рекомендации. Отчёт о практике студент готовит самостоятельно и представляет его для проверки и оценки руководителю практики от предприятия в последний день работы.

По результатам практики и сдачи необходимой документации студенту выставляется дифференцированная оценка; в оценку по практике включается выполнение всех видов заданий. Оценка не выставляется в случае невыполнения одного или нескольких заданий. Бакалавры, не выполнившие программу практики без уважительной причины или получившие отрицательную оценку, считаются имеющими академическую задолженность и не допускаются к защите ВКР. Студенту, отстранённому от практики или работа которого на практике признана неудовлетворительной, по разрешению совета института назначается повторное прохождение практики без отрыва от учебных занятий в университете.

Документация по производственной практике содержит следующее:

1. Описание места прохождения практики:

- историческая справка;
- профиль работы и основные показатели деятельности организации;
- характеристика основных групп общественности, с которыми взаимодействует организация.

2. Общая характеристика рекламного и PR-подразделения:

- история подразделения (цели создания, продолжительность функционирования);
- схема организационной структуры подразделения;
- разделение труда между специалистами подразделения;
- должностные инструкции PR-специалистов;
- должностные инструкции специалиста по рекламе;
- место подразделений в общей структуре организации.

3. Материалы к отчёту:

- Дневник практики (приводится почасовое описание видов работ).
- Паспорт учреждения.
- Результаты мониторинга информационного пространства о деятельности предприятия. Сценарий PR-мероприятия, способствующего формированию позитивного общественного мнения о данной фирме, продвижению товаров и услуг, предоставляемых фирмой, созданию имиджа фирмы.
- Структура PR-отдела организации и описание направлений деятельности PR-специалистов.
- Структура отдела рекламы и описание направлений деятельности специалистов по рекламе.
- Результаты социологического и маркетингового исследования.
- Результаты проведённого анкетирования по заданию рекламного или PR-отдела.
- Макет эскиза эмблемы данной фирмы, форменной одежды для сотрудников, варианта логотипа, товарного знака, сувенирной продукции, рекламного слогана фирмы, макетов рекламного сообщения для различных СМК.
- Характеристика с места прохождения практики.