ГБОУ ВПО
«Сургутский государственный университет
Ханты-Мансийского автономного округа – Югры»

Утверждаю:
Первый проректор
_____ С.Л. Лебедев
«5» февраля 2012 г.

Институт экономики и управления

Кафедра связей с общественностью

ПРОГРАММА УЧЕБНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ

Направление подготовки: 031600.62– Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника: БАКАЛАВР

Форма обучения: **ОЧНАЯ**

Сургут
2012 г.

Рабочая программа практики составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению **031600.62– Реклама и связи с общественностью**, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации .№221 от 29.03.2010г, Примерной основной образовательной программой по направлению подготовки **031600.62– Реклама и связи с общественностью** (бакалавриат), утвержденная Председателем совета УМО по образованию в области международных отношений ректором МГИМО (У) МИД России академиком РАН Р.В. Торкуновым от 27.10.2010 г.

Автор программы: _____к.психол.н., доцент Е.В. Иванчихина

Рецензент программы: _____к.психол.н., доцент М.Э. Гузич

Согласование рабочей программы:

Подразделение (кафедра/ библиотека)	Дата согласования	Ф.И.О., подпись нач. подразделения
Кафедра связей с общественностью		Зав. кафедрой Е.В. Иванчихина
Отдел комплектования		И.И. Дмитриева

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры связей с общественностью «29» 01 2012 года, протокол №5.

Заведующий кафедрой к.психол.н., доц. Е.В. Иванчихина
Ученая степень, должность или ученое звание, Ф.И.О.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии Института экономики и управления
«1» 02 2012 года, протокол № 6

Руководитель практики Башкатова И.С.

1. Цели учебно-ознакомительной практики: 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 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 относится:

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 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 учебной практики в структуре ООП бакалавриата

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», «Выпуск учебной газеты», «Корпоративная культура».

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.

Учебно-ознакомительная практика направлена на:

- формирование у студентов адекватного представления об их будущей профессии и овладение элементарными навыками работы по специальности;
- углубление и расширение профессиональных интересов студентов;

- знакомство с организацией отделов по связям с общественностью и их деятельностью на предприятиях и в учреждениях города Сургута, ХМАО-Югры и других субъектах РФ (как с работой специалистов по связям с общественностью, так и с работой лиц, выполняющих функции специалистов по связям с общественностью в учреждениях и предприятиях по совместительству);
- знакомство с организацией отделов по рекламе и их деятельностью в организации;
- развитие умений и навыков анализа практической деятельности отделов по СО и рекламе, а также специалистов в области СО и рекламы;
- поиск направлений для самостоятельной исследовательской работы.

К началу учебно-ознакомительной практики студенты должны *знать и уметь* использовать в своей работе:

- практические приемы и методы работы PR-специалистов и специалистов по рекламе,
- основы деловой коммуникации PR-специалистов и специалистов по рекламе,
- этические нормы PR- и рекламной деятельности,
- основные правовые нормы, регулирующие PR- и рекламную деятельность;
- полученные теоретические знания в практической деятельности;
- общие приемы профессиональной коммуникации;
- работать с информационными источниками и материалами;
- работать с использованием оргтехники;
- первичным навыкам организации и проведения специальных мероприятий – презентаций, PR-акций, рекламных мероприятий контактов со СМИ;
- составлять отчеты о проделанной работе.

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».

4.Формы проведения практики

Формой проведения практики является учебно-ознакомительная, которая предполагает на *первом году* обучения (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;

и на *втором году* обучения:

- 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.

5. Место и время проведения практики

Места прохождения ознакомительной практики определяются выпускающей кафедрой с учетом профиля будущей профессиональной деятельности студентов.

Семестр	Место проведения	Объект
2 семестр	Сургутский государственный университет, кафедра связей с общественностью	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.
4 семестр	Сургутский государственный университет, кафедра связей с общественностью	Управление по внешним связям с общественностью

Учебно-ознакомительная практика организуется во 2-м семестре и в 4-м семестре (ее продолжительность составляет 8 недель – по 4 недели в каждом семестре).

6. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения учебно-ознакомительной практики

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

Общекультурные компетенции (ОК):

- готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-3);
- использованием основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способен анализировать социально значимые проблемы и процессы (ОК-9);
- владением основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией (ОК-12);

Профессиональные компетенции (ПК):

общепрофессиональные:

- способностью под контролем планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ПК-3);
- обладает базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, владеет навыками литературного редактирования, копирайтинга (ПК-6);
- способностью реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности (ПК-12);

организационно-управленческая деятельность:

- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-21);

проектная деятельность:

- способностью к участию в проектировании в области рекламы и связей с общественностью фирмы, организации, обеспечению средств и методов по реализации проектов, участию в организации работы проектных команд (ПК-23);

рекламно-информационная деятельность:

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

рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая деятельность:

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

7. Структура и содержание учебно-ознакомительной практики

Общая трудоемкость учебно-ознакомительной практики составляет **8** недель (4 недели во 2 семестре и 4 недели в 4 семестре), по **216** часов (итого **432** часа), **12** зачетных еденицы.

Первый этап: 2 семестр – 216 часов.

Экскурсии на предприятия города; проведение PR-мероприятия и рекламной акции, посвященной направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью»

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды учебной работы, на практике включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля
		Ознаком. лекции	Инструк. по ТБ	Меропр. по сбору материала	Обраб. и сист. матер.	
1.	Подготовительный этап.	6	4			
2.	Экспериментальный этап. Выдача индивидуального задания студентам.					
	Ознакомительные экскурсии по предприятиям и учреждениям города Сургута			40		Список вопросов к пиарспециалистам. Фотоотчет
3.	Обработка и анализ полученной информации.				10	
	Создание профессиограммы специалиста по связям с общественностью				10	Таблица-профессиограмма. Коллаж
	Написание сценария мероприятия. Подготовка PR- и рекламных текстов (буклеты, объявления, плакаты), сопровождающих мероприятие.			50		Тексты, макеты раздаточных материалов и демонстрации-онной продукции
	Выбор места проведения PR-мероприятия и рекламной акции, решение организационных вопросов с руководством организации			10		
	Проведение мероприятия для выпускных классов учреждения (количество мероприятий зависит от количества выпускных классов)			50		Отзывы участников мероприятий

	Подведение итогов мероприятия. Оценка эффективности мероприятия.				20	Письменные отзывы
4.	Подготовка отчета по практике				20	Зачет. Публичная защита отчета
Итого		*6*	*4*	*150*	*56*	*216 часов*

Второй этап: 4 семестр – 216 часов

Практика в отделе по внешним связям с общественностью, работа в редакции студенческой газеты

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды учебной работы, на практике включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля
		Ознаком. лекции	Инструк. по ТБ	Меропр. по сбору материала	Обраб. и сист. матер.	
1.	Подготовительный этап	10	6			
2.	Экспериментальный этап. Выдача индивидуального задания студентам.					
	Изучение и описание реального состояния работы организации по формированию и корректировке всех видов имиджа.			10		Опрос
	Изучение и описание реального состояния работы организации в сфере рекламной деятельности.			10		Опрос
	Изучение и описание реального состояние работы организации со СМИ.			10		Опрос
	Изучение и описание реального состояния работы организации по проведению представительских мероприятий.			10		Опрос
	Изучение и описание реальной практики работы организации по организации и проведении внутрикорпоративных мероприятий.			10		Опрос
	Изучение и описание реальной практики работы организации в сфере фандрайзинга и спонсоринга.			10		Опрос
	Изучение специфики аудитории СурГУ, составление портрета интересов и предпочтений абитуриентов			10		Опрос
3.	Обработка и анализ полученной информации. Написание расширенного отчета.				10	Защита отчета.
	Составление списка примерных тем для специального выпуска студенческой газеты, удовлетворяющего информационный интерес			10		Список тем для газеты.

	абитуриентов					
	Создание макета газеты. Распределение материалов и их написание.			10	20	Макет газеты.
	Выпуск студенческой газеты. Посещение ряда мероприятий, нацеленных на повышение привлекательности СурГУ для абитуриентов – Дней открытых дверей, школьных научных конференций, классных часов.			40		План мероприятий. Отчет.
	Подведение итогов мероприятия. Оценка эффективности мероприятия.			10	10	Подготовка отчета.
4.	Подготовка отчета по практике				20	Публичная защита отчета
Итого		*10*	*6*	*140*	*60*	*216 часов*

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

Традиционные образовательные технологии

- Информационная лекция «Организация работы отдела по связям с общественностью», «Профессиональная деятельность пиар-специалиста», «Методы анализа деятельности по связям с общественностью в организации».
- Практическое занятие – составление сводной таблицы

Игровые технологии

- «Мозговой штурм» – разработка сценария мероприятия для школьников; разработка макета и списка необходимых информационных материалов для студенческой газеты

Технологии проектного обучения

- Исследовательский проект - Изучение и описание реальной практики работы организации по формированию и корректировке всех видов имиджа (а также в сфере рекламной деятельности; работы со СМИ; по проведению представительских и внутрикорпоративных мероприятий; в сфере фандрайзинга и спонсоринга; составление портрета интересов и предпочтений абитуриентов).
- Творческий проект – разработка и реализация специального мероприятия для старшеклассников; выпуск студенческой газеты для абитуриентов.
- Информационный проект – составление «профессиограммы» пиар-специалиста; составление SWOT-анализа учреждения.

Интерактивные технологии

- Проведение «круглого стола» с ведущими специалистами по связям с общественностью города Сургута; проведение переговоров с представителями школ города.
- Экскурсия на предприятия города, «фотография рабочего дня» специалистов по связям с общественностью.

9. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов на практике

Студенты при прохождении учебно-ознакомительной практики обязаны посещать все занятия, в том числе теоретический курс и экскурсии; подчиняться внутреннему распорядку работы по месту прохождения практики; выполнять программу и конкретные задания практики и представить отчет в установленный срок.

Индивидуальное задание, схема контрольных заданий и методические указания к из выполнению приведены в Приложении 1.

Контрольные вопросы для проведения текущего контроля:

1. Место и время проведения работы в рамках учебно-ознакомительной практики.
2. Контингент специалистов, с которыми проводилась работа (место работы, профессиональные обязанности, профессиограмма).
3. Проблемы, решаемые в ходе проведения учебно-ознакомительной практики.
4. Профессиональный инструментарий, использованный в работе в процессе осуществления учебно-ознакомительной практики.
5. Полученные данные по результатам проведения работы по связям с общественностью в рамках учебно-ознакомительной практики.
6. Сделанные выводы.

10. Формы аттестации (по итогам практики)

По окончании учебно-ознакомительной практики студент письменно оформляет отчет и прилагает Дневник практиканта (методические указания представлены в Приложении 2.). Защита отчета проходит на конференции по учебно-ознакомительной практике после ее окончания. Итоговая аттестация по практике осуществляется в виде дифференцированного зачета.

Критерии оценки прохождения учебной практики студентом.

Оценка результатов практики производится в соответствии со следующими критериями:

«5» баллов – студент полностью выполнил программу практики, своевременно подготовил отчет. В отзыве представителя базового учреждения отсутствуют замечания в адрес практиканта. Студент принял участие во всех предусмотренных учебной практикой мероприятиях.

«4» балла – студент полностью выполнил программу практики, своевременно подготовил отчет, но у руководителя практики или представителя базового учреждения имеются незначительные замечания либо отношение студента к выполненной работе характеризуется формальностью.

«3» балла – студент частично не выполнил программу практики, несвоевременно подготовил отчет. К содержанию или форме проведенной студентом работы имеются незначительные замечания представителя базовой организации или куратора практики. Студент слабо подготовился к итоговой конференции.

«2» балла – студент не выполнил программу практики либо выполнил только часть задания, не подготовил отчет, не подготовил доклад к итоговой конференции, не принял участие в итоговой конференции.

11. Учебно-методическое и информационное обеспечение практики

а) Основная литература:

1. ЭБС «IPRbooks»: Минаева Л.В. Связи с общественностью. Составление документов. Теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Минаева Л.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2012.— 320 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/8972.
2. ЭБС «IPRbooks»: Минаева Л.В. Внутрикорпоративные связи с общественностью. Теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Минаева Л.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2010.— 287 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/8971.
3. ЭБС «IPRbooks»: Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Чумиков А.Н.— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2012.— 159 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/8976.

б) Дополнительная литература

1. ЭБС «IPRbooks»: Шарков Ф.И. Разработка и технологии производства рекламного продукта [Электронный ресурс]: учебник/ Шарков Ф.И., Гостенина В.И.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2011.— 407 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/4495.
2. ЭБС «IPRbooks»: Квят А.Г. Методологические основы связей с общественностью [Электронный ресурс]: курс лекций/ Квят А.Г.— Электрон. текстовые данные.— Омск: Омский государственный университет, 2012.— 175 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/24901.
3. ЭБС «IPRbooks»: Меликян О.М. Поведение потребителей [Электронный ресурс]: учебник/ Меликян О.М.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2012.— 280 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/10952.
4. Гундарин, М. В. Книга руководителя отдела PR [Текст] : практические рекомендации / М. Гундарин .— СПб. [и др.] : Питер, 2006 .— 365 с.
5. Веселов С.А. Формирование рынка рекламы в России / С.А. Веселов Формирование рынка рекламы в России // Маркетинг. – 2004. – № 1. – С. 10-12.
6. Музыкант, В.Л. Реклама в действии: стратегии продвижения [Текст] : учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальностям 032401(350700) - Реклама и 080111(061500) - Маркетинг / В. Л. Музыкант .— М. : Эксмо, 2007
7. Самые успешные PR-кампании в мировой практике : Пер. с англ. / [Науч. ред.-сост. и авт. предисл. к рус. изд. : А. П. Ситников, И. В. Крылов] .— М. : ИМДЖ-Контакт : Инфра-М, 2002 .— 309 с.
8. 50 лучших проектов национальной премии в области развития общественных связей "Серебряный лучник", 2004-2005 гг. [Текст] / [подгот. и лит. обраб. Надежда Первова] .— М. : Альпина Бизнес Букс, 2007 .— 628 с

в) Профессиональные интернет издания и порталы

1. Российская ассоциация по связям с общественностью. Российский PR портал / http://www.raso.ru
2. Профессиональный PR портал Sovetnik / http://www.sovetnik.ru/
3. Ассоциация компаний-консультантов в области связей с общественностью (АКОС) / http://www.akos-icco.ru/
4. Реклама Маркетинг PR: специализированный портал / http://www.sostav.ru
5. Материалы международного пресс-клуба http://www.pr-club.com
6. Media-Guide – Реклама в прессе
7. Sostav.ru Реклама, маркетинг и PR

8. AllAdvertising.ru –все рекламные агентства России
5. http://www.advi.ru – «Рекламные идеи»
6. Сайт Журнал «Индустрия рекламы»
7. www.reklamist.com Сайт "Энциклопедия Рекламных Знаний" (статьи по рекламе и полиграфии, полезные ссылки, законы, информация о СМИ в ряде городов России).
8. www.mediaguide.ru Сайт содержит наиболее полную базу данных о российской прессе для рекламодателей (прайс-листы изданий, выходные данные, контакты), ежедневную ленту новостей, аналитические материалы.
9. www.advertology.ru - Сайт "advertology. наука о рекламе" - новости мира рекламы, коллекция ссылок, расписание выставок, официальная информация профессиональных рекламных объединениях, общение с коллегами.
10. www.comcon-2.ru - Официальная страница исследовательской фирмы КОМКОН-2: методики, данные исследований, в том числе данные по аудиториям российских СМИ.
11. .www.rectech.ru - Сайт журнала "Рекламные технологии" (Москва).
12. www.outdoor.ru - Сайт о наружной рекламе: новости и обзоры рынка, конференция, голосования за лучший постер месяца, галерея постеров; посетителям предоставлена возможность покупать щиты формата 6x3 идругие объекты наружной рекламы. Проект принадлежит компании News Outdoor Marketing.

12. Материально-техническое обеспечение практики

В процессе прохождения практики студент использует современные компьютерные системы, Интернет-ресурсы, библиотечные ресурсы учебного заведения и программное обеспечение предприятия.

Приложение 1.

Индивидуальное задание по профилю подготовки

Программа практики является индивидуальной для каждого студента. Она составляется совместно руководителем практики и студентом, с учетом места практики, профиля подготовки студента и утверждается на заседании кафедры. Программа практики может быть ориентирована на конкретную учебную цель или на комплекс задач.

Первая часть учебно-ознакомительной практики (2 семестр, 4 недели) предусматривает знакомство студента с деятельностью PR-специалиста как в своем образовательном учреждении, так и на различных предприятиях 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.

Основной целью данных экскурсий является встреча и общение со специалистами по связям с общественностью или лицами, выполняющими в данных учреждениях деятельность по налаживанию коммуникаций как внутри организации, так и за ее пределами. В ходе встреч студенты имеют возможность познакомиться с устройством рабочего места, деятельностью, коллективом, характером трудовой деятельности PR-специалистов в различных областях, а также с деятельность близких по профессии специалистов – журналистов, рекламных агентов, пресс-секретарей.

В ходе экскурсии студенты задают заранее заготовленные вопросы о специфике выбранной профессии, сложностях, профессиональных навыках и умениях, важных личностно-психологических оттенках мотивации в деятельности профессионалов.

1) Задание для ознакомительной практики в государственных и муниципальных учреждениях.

1) знакомство с руководством и трудовым коллективом PR-подразделения;
2) знакомство с учредительными документами органов по связям с общественностью;
3) выявление миссии (если таковая существует), целей и задач всей службы и конкретного отдела, в котором Вы проходите практику (попробуйте объяснить отсутствие некоторых традиционных задач PR-деятельности в программах данных подразделений);
4) описание структуры государственной службы по связям с общественностью;
5) описание функциональных обязанностей специалистов того подразделения, в котором Вы проходите производственную практику;
6) описание формы взаимодействия между структурными подразделениями службы PR и последней с другими органами государственной власти;
7) выделение основной целевой группы данного органа государственной власти;
8) описание ресурсов данного органа государственной власти по возможности его влияния на целевые группы;
9) описание основных принципов, методов и приемов, используемых сотрудниками данного отдела по PR:
   - на этапе исследования, выявления проблемы, целевой группы;
   - на этапе планирования PR-акции;
   - на этапе разработки PR-акции;
   - на этапе выбора каналов связей с общественностью (отбор СМИ, конкретных корреспондентов, рекламных агентств, НИИ, видов рекламы и популяризации и т.д.);
   - на этапе проведения акции;
   - на этапе оценки акции и работы PR-подразделения в целом и т.д.

10) участие в работе PR-службы: студент выполняет поручения руководителя практики принимающей стороны по согласованию с руководителем практики от кафедры в объеме, предполагаемом для выпускников первого курса (подготовка информационных материалов по освещению деятельности органов гос. власти, участие в проведении исследовательских работ, участие в анкетировании, в PR-акциях и т.д.).

По результатам экскурсий студентами составляется профессиограмма специалиста по связям с общественностью, примерная фотография рабочего дня.

Вторым этапом практики является проведение студентом на базе образовательного учреждения PR-мероприятия и рекламной акции для выпускных классов (10-11). Тематика мероприятий – знакомство учеников с направлением подготовки «Реклама и связи с общественностью» на базе Сургутского государственного университета (профориентационная работа). Студент должен провести 3-4 встречи со старшеклассниками (количество встреч зависит от количества выпускных классов). Сценарий встреч может быть как общий, так и индивидуальны для каждой встречи (то же касается и раздаточного материала). Первоочередная задача практиканта в ходе этих мероприятий – раскрыть самые интересные и привлекательные стороны профессии, связанной со сферами связей с общественностью и рекламы; указать на возможности, существующие для самореализации во время учебы в СурГУ. Еще одна важная задача студента на этом этапе учебно-ознакомительной практики – показать степень владения различными инструментами PR- и рекламной деятельности. Для этого важно подготовить раздаточный материал (PR-тексты, рекламные листовки) по теме первой части практики. Можно привлечь Интернет-ресурсы: создать соответствующую страницу в социальной сети или поднять данную тему на уже существующем сайте учебного заведения. Набор инструментов зависит от степени осмысления студентов теоретических и практических основ направления подготовки «Реклама и связи с общественностью».

По итогам проведения PR- и рекламных мероприятий практикант должен оценить их эффективность. Критериями для оценки эффективности может быть субъективное мнение практиканта о степени заинтересованности старшеклассников информацией; количество и качество задаваемых в ходе мероприятия вопросов, интерес к раздаточному материалу и т.п. Также важно указать на возникшие в ходе практики сложности организационного, содержательного и технического характера; проанализировать их причины и пути преодоления. Весь этот аналитических материал необходимо затем привести в заключении отчета.

Вторая часть учебно-ознакомительной практики (4 семестр, 4 недели) предполагает непосредственное знакомство студента со своей будущей профессией в рамках профильной организации – деятельность по планированию, сбору необходимой информации, написании информационных материалов и выпуску номера студенческой газеты «Скрижаль» (специальный выпуск для абитуриентов), а также планирование мероприятий по распространению данного выпуска газеты – посещение школ и профориентационных классных часов, самостоятельных встреч со старшеклассниками под контролем руководителя практики и классного руководителя, Дней открытых дверей.

Структурно-функциональная характеристика основных видов деятельности подразделения по связям с общественностью и рекламе

ВИДЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	ЧАСТОТА	КОММЕНТАРИЙ
Комплексное PR- и рекламное сопровождение организации	Да	
	Нет	
Управление репутацией	Да	
	Нет	
Подготовка и распространение информации для СМИ	Да	
	Нет	

Подготовка и распространение информации для сотрудников организации	Да	
	Нет	
Разработка и проведение рекламных кампаний	Да	
	Нет	
Проведение отдельных PR-мероприятий:		
презентаций	Да	
	Нет	
пресс-конференций и брифингов	Да	
	Нет	
участия в выставках	Да	
	Нет	
promotion-акций	Да	
	Нет	
праздничных мероприятий	Да	
	Нет	
Разработка фирменного стиля	Да	
	Нет	
Разработка дизайна полиграфической продукции	Часто	
	Редко	
	Никогда	
Разработка креативных и изобразительных решений для внешних рекламных носителей	Часто	
	Редко	
	Никогда	
Написание и реализация сценариев отдельных PR-акций	Часто	
	Редко	
	Никогда	
Создание всего комплекса видеорекламной продукции (включая ТВ программы и рекламно-информационные фильмы)	Часто	
	Редко	
	Никогда	
Написание и редактирование текстов всех видов и жанров	Часто	
	Редко	
	Никогда	
Мониторинг СМИ / клиппинг	Да	
	Нет	
Подготовка материалов для размещения в сети Internet	Да	
	Нет	
Руководство корпоративным СМИ (газета, журнал, радио, и т.п.)	Да	
	Нет	
Проведение социологических исследований	Да	
	Нет	

3) Материалы работы организации и их анализ.

1) Публикации и сюжеты, организованные подразделением по связям с общественностью и рекламе за время практики. Предоставление возможно в виде оригиналов и ксерокопий публикаций, видео- и аудиозаписей, транскриптов теле- и радиосюжетов.
2) Документы, подготовка которых велась студентом во время практики: пресс-релизы, отчеты мониторингов СМИ, рекламные тексты, сценарии мероприятий и т.д.

От студента-практиканта **не требуется** оценок деятельности органов по связям с общественностью. Ему необходимо констатировать имеющееся положение вещей. Объем информации, передаваемой студентом в отчете по практике, должен быть согласован с руководством принимаемой стороны.

Приложение 2.

Оформление результатов практики

Документом о результатах практики студента является отчет в форме дневника практиканта.

Дневник оформляется студентом два раза: по итогам прохождения учебно-ознакомительной практики во 2 семестре и по итогам прохождения учебно-ознакомительной практики в 4 семестре.

Рекомендуется следующая структура дневника:

1. титульный лист;
2. план практики (задание на практику);
3. запись о работах, выполненных на практике:
   - заполняется лично студентом и заверяется подписью руководителя практики от организации и печатью предприятия, где студент проходил практику;
4. отчет студента о практике;
5. отзыв-характеристика от руководителя с места прохождения практики:
   - обязательно должна быть подпись руководителя практики от организации и круглая гербовая печать предприятия, где студент проходил практику; отзыв не должен превышать одного машинописного листа; в отзыве указывается место, где студент проходил практику, его должность, выполняемые функции, описание проявленных профессиональных и личных качеств практиканта.
6. оценка кафедрой отчета студента о прохождении практики.

В отчёте (п.3 Дневника) студент дает краткую характеристику места практики, функций организации и формулирует личные цели практики согласно программе. В отчёте должно быть отражено решение поставленных перед практикой задач и выполнения индивидуальных заданий студентом. Отдельно в отчете формулируются предложения по совершенствованию работы организации.

Отчет об ознакомительной практике (п.3 Дневника) должен содержать следующие разделы:

1. Введение
   - цель, место и время прохождения практики;
   - краткая характеристика учреждения или фирмы, на базе которых проходила практика;
   - описание услуг или мероприятий информационно-коммуникативного и рекламного характера, осуществляющих учреждением или фирмой.
2. Основная часть
   - последовательность прохождения практики, перечень работ, выполненных в ходе практики;
     - описание организации работы в процессе практики;
     - описание выполненной работы по разделам программы в обобщенном виде;
   - описание практических задач, решаемых студентом за время прохождения практики;
   - анализ наиболее сложных и характерных случаев, изученных студентом;
   - указание на затруднения, которые возникли при прохождении практики;
   - описание должностных инструкций по месту прохождения практики.
3. Заключение (выводы)
   - описание навыков, приобретенных за время практики;
   - какую помощь оказывали студенту руководители практики;

- выводы студента о степени успешности работы учреждения или фирмы
- предложения по организации труда на соответствующем участке работы.

4. Список использованных источников и литературы (включая внутренние документы предприятия).
5. Приложения

В приложения к отчету входят различные материалы, собранные в ходе прохождения практики:

- сценарии разработанных студентом мероприятий;
- созданные студентов в ходе практики рекламные и PR-тексты;
- фотографии, демонстрирующие результаты работы в ходе практики;
- ксерокопии, использованной студентом внутренней документации предприятия, организации, где студент проходил практику;
- образцы форм документов, инструкции по составлению и оформлению документов по роду деятельности, применяемые в организациях;
- формулы и результаты расчетов, графики, схемы, таблицы, программы социологических и маркетинговых исследований, инструментарий исследований, сводные таблицы с результатами обработки результатов исследований и т.п.

Отчет пишется в безличной форме. Информация, собранная за время практики должна быть проанализирована. В отчете о прохождении практики должно быть минимум теории, максимум описания, анализа, расчетов, исследований, проведенных студентом на предприятии, в организации по выданным руководителем заданиям.

Отчет должен составлять 6-8 страниц текста (без учета приложений). В отчете о прохождении практики должно быть минимум теории, максимум описания, анализа, расчетов, исследований, проведенных студентом на предприятии, в организации по выданным руководителем заданиям.

Отчет оформляется на листах А4 набором текста на компьютере. Каждая страница должна иметь поля: сверху - 20 мм, снизу - 20 мм, справа -10 мм, слева -30 мм. Абзацный отступ - 5 знаков. Работа печатается в текстовом редакторе Microsoft Word; шрифт - Times New Roman, интервал - полуторный, размер шрифта - 14. Отчет не должен содержать орфографических ошибок и опечаток. Цифровой материал оформляется в виде таблиц. Таблицы, схемы, рисунки и приложения должны быть оформлены по ГОСТ 7.32-2001.

Отчет студента должен быть заверен подписью руководителя или специалиста по СО и рекламе в организации, где студент проходил практику.

Приложение 3.

Подведение итогов практики

В конце срока проведения практики руководителем от организации дается отзыв (заключение) о ее прохождении студентом. Отзыв должен быть оформлен на фирменном бланке предприятия (или скреплен печатью) и содержать краткую характеристику деятельности студента на предприятии и оценку знаний и умений, которые студент проявил при выполнении задания производственной практики.

Дневник (отчет) о пройденной практике со всеми приложениями сдается руководителю практики от кафедры в течение недели со дня окончания практики. Дневник (отчет) предоставляется студентом руководителю от кафедры не позднее 7 дней после окончания практики или не позднее 7 дней после начала семестра (в случае если сразу после окончания практики следуют каникулы). Отчетность в обязательном порядке визируется непосредственным руководителем практики от организации – базы практики (учреждения, предприятия).

Защита отчета и оценка результатов практики ее руководителем от кафедры осуществляется в течение двух недель после сдачи отчетов на итоговой конференции. Студент, имеющий положительную характеристику с места практики и успешно защитивший отчет, получает зачет по практике. Зачет принимают руководитель практики и члены комиссии. Защита по практике (зачет) проводится в установленный кафедрой день.

Итоги аттестации студентов проставляются в экзаменационной ведомости и зачетной книжке студента. Оценка результатов прохождения студентами производственной практики приравнивается к оценкам теоретического курса и учитывается при рассмотрении вопроса о назначении стипендии. Если зачет по практике проводится после экзаменационной сессии, то оценка за практику относится к результатам следующей сессии.

Студент, не выполнивший программу практики, получивший отрицательную характеристику от базы практики или неудовлетворительную оценку при защите отчета, трижды не явившийся на защиту отчета или не ликвидировавший задолженность по практике в установленные сроки, может быть отчислен из СурГУ как имеющий академическую задолженность в порядке, предусмотренном Уставом СурГУ.

В случае уважительной причины студент может быть приказом по СурГУ направлен на практику вторично в период студенческих каникул или в свободное от учебы время.

Пересдача зачета по практике допускается не более двух раз. Сроки пересдач устанавливаются распоряжением декана. Минимальный промежуток между пересдачами - семь дней (для исправления отчетности по практике).

Ликвидация задолженности по практике, а также сдача зачета студентами, которые не явились на него в установленный срок по уважительной причине, проводится по экзаменационным листам.

Основанием выдачи экзаменационного листа студентам СурГУ является распоряжение декана о сроках пересдачи зачета по практике или приказ ректора о допуске к ликвидации академической задолженности или разницы в учебных планах (для восстанавливающихся в СурГУ или студентов, переводящихся из других вузов).

Отчеты студентов о прохождении практики хранятся на кафедре, ответственной за практику, в течение одного года.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Заявление на прохождение практики за пределами Сургута

Ректору ГОУ ВПО
Сургутского государственный университет,
С.М. Косенку.
Студента _____ группы,
направления подготовки
«Реклама и связи с общественностью»
_____

(Фамилия, Имя, Отчество указываются полностью в родительном падеже)

Заявление.

Прошу разрешить прохождение _____практики в _____

(указывается название базы практики, адрес базы практики)

С «___» _____200_ г. «___» _____200_г.

(указывается название базы практики, адрес базы практики, сроки практики)

по семейным обстоятельствам (или в связи с обучением по целевому направлению, в связи с обучением по контракту, по месту проживания и т. д.). На оплату проезда к месту практики и суточных не претендую.

(Дата) (Подпись)

Визы:

зав. кафедрой,

директора института.

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Отзыв по практике от организации

Отзыв руководителя практики от предприятия (организации)

На прохождение _____практики

(название практики)

Студента (ки) Сургутского государственного университета
(Ф.И.О.)_____

Институт _____

Направление подготовки «Реклама и связи с общественностью»_____

Специализация_____

Курс_____

База прохождения практики_____

_____

(полное юридическое название организации, адрес)

Должность_____

(на которую назначен или ориентирован практикант)

Сроки прохождения практики_____

Отзыв должен отражать:

- требования федеральных государственных образовательных стандартов по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью»
- степень освоения должностных обязанностей в соответствии с программой практики и квалификационной (должностной) характеристикой специалиста по данной должности:
- характеристику видов практической деятельности, указанные в программе практики (что сделано, дать оценку);
- умения и навыки, приобретённые за время прохождения практики; (чему научился, дать оценку);
- какие компетенции сформированы в ходе прохождения практики (в соответствии со стандартом);
- какие личностные качества проявлены.

И.О.Фамилия,

должность руководителя

практики _____

подпись

Печать «___»_____2014 г.

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Структура дневника

ГБОУ ВПО
«Сургутский государственный университет
Ханты-Мансийского автономного округа – Югры»

Институт экономики и управления

Кафедра связей с общественностью и рекламы

ДНЕВНИК УЧЕБНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ

Студента_____
(фамилия, имя, отчество)

Курс_____

Место практики _____

Срок прохождения практики_____

Руководитель практики от кафедры _____

Руководитель практики по месту практики _____

Даты прохождения практики

Прибыл на место практики _____**20____г.**

Назначен _____
(рабочее место, должность)

Выбыл с места практики _____**20_____г.**

Место печати

Подпись руководителя по месту практики

_____

ПЛАН УЧЕБНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ

Утверждаю: руководитель практики от СурГУ_____

ЗАПИСЬ О РАБОТАХ, ВЫПОЛНЕННЫХ НА ПРАКТИКЕ

Число, месяц	Краткое содержание выполненных работ

Подпись руководителя практики от организации:

Подпись руководителя практики от СурГУ:

ОТЧЕТ СТУДЕНТА ПО ИТОГАМ УЧЕБНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ

План отчета:

1. Введение
   - цель, место и время прохождения практики;
   - краткая характеристика учреждения или фирмы, на базе которых проходила практика;
   - описание услуг или мероприятий информационно-коммуникативного характера, осуществляющих учреждением или фирмой.
2. Основная часть
   - последовательность прохождения практики, перечень работ, выполненных в ходе практики;
     - описание организации работы в процессе практики;
     - описание выполненной работы по разделам программы в обобщенном виде;
   - описание практических задач, решаемых студентом за время прохождения практики;
   - анализ наиболее сложных и характерных случаев, изученных студентом;
   - указание на затруднения, которые возникли при прохождении практики;
   - описание должностных инструкций по месту прохождения практики.
3. Заключение (выводы)
   - описание навыков, приобретенных за время практики;
   - какую помощь оказывали студенту руководители практики;
   - Выводы студента о степени успешности работы учреждения или фирмы
   - предложения по организации труда на соответствующем участке работы.
4. Список использованной литературы (включая внутренние документы предприятия).
5. Приложения
   - сценарии разработанных студентом мероприятий;
   - созданные студентов в ходе практики рекламные и PR-тексты;
   - фотографии, демонстрирующие результаты работы в ходе практики;
   - ксерокопии, использованной студентом внутренней документации предприятия, организации, где студент проходил практику;
   - образцы форм документов, инструкции по составлению и оформлению документов по роду деятельности, применяемые в организациях;
   - формулы и результаты расчетов, графики, схемы, таблицы, программы социологических и маркетинговых исследований, инструментарий исследований, сводные таблицы с результатами обработки результатов исследований и т.п.

Утверждаю:_____ (подпись руководителя практики от СурГУ)

ОТЗЫВ-ХАРАКТЕРИСТИКА С МЕСТА ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Подпись руководителя практики от предприятия_____

Печать организации

ОЦЕНКА КАФЕДРОЙ ОТЧЕТА СТУДЕНТА О ПРОХОЖДЕНИИ УЧЕБНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ

(дается краткая рецензия с указанием достоинств и недостатков, оценка практики)

Подпись руководителя практики от СурГУ и дата:_____

Подпись зав.кафедрой и дата:_____

Оценка за практику:_____

ДЛЯ ЗАМЕТОК И ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ ЗАПИСЕЙ

(как Вам удалось найти место практики, что Вы для этого сделали)