

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И
ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

ИНСТИТУТ ОТРАСЛЕВОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Факультет маркетинга, рекламы и сервиса

Кафедра рекламы и связей с общественностью

УТВЕРЖДЕНА

кафедрой рекламы

и связей с общественностью

Протокол от «4» сентября 2017 г.

№ 1

ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

Б2.П Производственная практика

**(Б2.П.1 Практика по получению профессиональных умений
и опыта профессиональной деятельности)**

направление подготовки

42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

направленность (профиль) "Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере"

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

Очная

Год набора - 2016

Москва, 2017 г.

Автор—составитель:

Доцент кафедры рекламы и связей с общественностью, канд. экон. наук А.Б. Цветкова

Заведующий кафедрой рекламы и связей с общественностью, д-р филол. наук, профессор
Евстафьев В.А.

СОДЕРЖАНИЕ

| | | |
|----|--|----|
| 1. | Вид практики, способы и формы ее проведения | 4 |
| 2. | Планируемые результаты обучения при прохождении практики (научно-исследовательской, исследовательской, аналитической работы) | 4 |
| 3. | Объем и место практики (научно-исследовательской, исследовательской, аналитической работы) в структуре ОП ВО | 6 |
| 4. | Содержание практики (научно-исследовательской, исследовательской, аналитической работы) | 6 |
| 5. | Формы отчетности по практике (научно-исследовательской, исследовательской, аналитической работе) | 7 |
| 6. | Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по практике | 7 |
| 7. | Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» | 9 |
| | 7.1. Основная литература | 9 |
| | 7.2. Дополнительная литература | 9 |
| | 7.3. Нормативные правовые документы | 10 |
| | 7.4. Интернет-ресурсы | 10 |
| | 7.5. Иные рекомендуемые источники | 10 |
| 8. | Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы | 10 |

1. Вид практики, способы и формы ее проведения

Вид практики - производственная практика.

Тип практики – практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности.

Способ проведения практики – стационарная, выездная.

Форма проведения практики – дискретная, концентрированная.

2. Планируемые результаты обучения при прохождении практики (научно-исследовательской, исследовательской, аналитической работы)

2.1. Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности обеспечивает овладение следующими компетенциями:

| Код компетенции | Наименование компетенции | Код этапа освоения компетенции | Наименование этапа освоения компетенции |
|-----------------|--|--------------------------------|---|
| ПК-1 | способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью | ПК-1.3 | Закрепление способностей, полученных при теоретическом обучении, через участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, участие в оперативном планировании, в мероприятиях по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, приобретение опыта оценивания эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью, также приобретение опыта в исследовании актуальных практических проблем в области управления рекламным и |

| | | | |
|------|---|--------|--|
| | | | медиабизнесом и сбор необходимых материалов для выпускной квалификационной работы. |
| ПК-4 | владение навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) | ПК-4.2 | Способность к использованию навыков работы с проектной документацией в профессиональной и научной деятельности. |
| ПК-6 | способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации | ПК-6.2 | Готовность к приобретению практических навыков самостоятельной работы по исследованию, осмыслению и разработке коммуникационной инфраструктуры, обеспечения внутренней и внешней коммуникаций в профессиональной и научной деятельности. |

2.2. В результате прохождения практики у студентов должны быть сформированы:

| ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/профессиональные действия | Код этапа освоения компетенции | Планируемые результаты обучения при прохождении практик |
|---|--------------------------------|---|
| Определение формата, тематики и оценка материала для нового продукта телерадиовещательных СМИ А/01.6; Подготовка создания сценарного материала нового продукта А/02.6; Планирование создания нового продукта телерадиовещательных СМИ А/03.6; | ПК-1.3 | на уровне умений: ориентироваться в системе законодательства и нормативных правовых актов, регламентирующих сферу профессиональной деятельности |
| | | на уровне навыков: владеть |

| | | |
|---|--------|--|
| Организация обеспечения производственного процесса создания нового продукта телерадиовещательных СМИ необходимыми ресурсами А/05.6; Организация деятельности рабочей группы по созданию нового продукта телерадиовещательных СМИ А/06.6; Организация продвижения готовых продуктов и продуктов на этапе создания А/07.6 | | навыками построения социальных и внутрикорпоративных коммуникаций |
| | | на уровне опыта практической деятельности: свободно сочетает выполнение ряда освоенных профессиональных действий |
| | ПК-4.2 | на уровне умений: использовать информационные технологии при решении управленческих задач |
| | | на уровне навыков: программным обеспечением для работы с деловой информацией и основами Интернет-технологий |
| | | на уровне опыта практической деятельности: свободно сочетает выполнение ряда освоенных профессиональных действий |
| | ПК-6.2 | на уровне умений: находить, понимать и обрабатывать информацию о деятельности предприятия |
| | | на уровне навыков: методами SWOT-анализа и прогнозирования результатов маркетингового планирования |
| | | на уровне опыта практической деятельности: свободно сочетает выполнение ряда освоенных профессиональных действий |

3. Объем и место практики (научно-исследовательской, исследовательской, аналитической работы) в структуре образовательной программы

Объем практики

6 зачетных единиц – 216 академических часов/162 астрономических часа

Место практики в структуре ОП ВО

Б2.П.1 Производственная практика (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности) осваивается на 4 курсе в 8 семестре.

Практика реализуется после изучения дисциплин: «Поведение потребителей», «Теория и практика рекламы», «Оптимизация медиапланирования», «Организация работы рекламного агентства», «Делопроизводство в рекламном бизнесе», «Копирайтинг», «Правовая среда бизнеса», «Визуальные коммуникации», «Интернет-реклама».

Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой.

4. Содержание практики (научно-исследовательской, исследовательской, аналитической работы)

| № п/п | Этапы практики | Виды работ |
|-------|-----------------------|--|
| 1 | Подготовительный этап | Организационное собрание обучающихся с руководителем практики. Ознакомление с порядком проведения практики, мерами безопасности, с документами отчетности. Составление план-графика проведения практики. Выдача индивидуальных заданий для студентов, выполняемых в период практики. |
| 2 | Основной этап | Своевременное прибытие к месту прохождения практики. Изучение целей, задач, видов деятельности и организационной структуры предприятия. Изучение нормативно-правовых актов, регламентирующих деятельность предприятия Сбор материалов в соответствии с индивидуальным заданием на практику. В этот же период практиканты собирают и обрабатывают материал к отчету, пишут разделы отчета, а также выполняют указания, относящиеся к практике, руководителя практики как от Академии, так и от профильной организации Соблюдение правил внутреннего трудового распорядка ведомства (организации) и правил пожарной безопасности. |
| 3 | Заключительный этап | Обработка и анализ полученной информации. Оформление отзыва о работе студента в ведомстве (организации), в котором практика была успешно пройдена. Формирование отчета по результатам прохождения практики. Защита отчета о прохождении практики. |

5. Формы отчетности по практике (научно-исследовательской, исследовательской, аналитической работе)

По окончании практики студент предоставляет на кафедру следующие документы:

1. отчет по практике, оформленный в установленном порядке;
2. отзыв-характеристику руководителя практики от Академии;
3. отзыв руководителя практики от профильной организации, заверенный печатью организации;
4. индивидуальное задание руководителя практики от Академии.

Отчет по практике является основным документом, характеризующим работу студента во время прохождения практики. В отчете должны быть отражены изученные во

время практики общие вопросы и основные результаты практической деятельности обучающегося.

Отчет по практике состоит из титульного листа, оглавления, основной части, заключения, списка использованных источников и литературы, приложений. С разрешения организации и за исключением информации, составляющей коммерческую тайну, и иной охраняемой законом информации в качестве приложений в отчет по практике могут включаться копии документов (нормативных актов, отчетов и др.), изученных и использованных обучающимся в период прохождения практики.

Отчет по практике предоставляется в печатном виде на листах формата А4, для приложений допускается использование формата А3, верхнее и нижнее поля – 20 мм, правое 15 мм, левое – 30 мм, выравнивание текста – по ширине, абзацный отступ – 1,25 см. Объем отчета (без учета отзыва руководителя практики от организации, индивидуального задания руководителя дипломной работы (проекта), для обучающихся, направляемых на практику) должен составлять 15-25 страниц печатного текста. Текст готовится с использованием текстового редактора Microsoft Word (или аналога) через 1,5 интервала с применением 14 размера шрифта Times New Roman.

6. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по практике

6.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации.

6.1.1. В ходе реализации практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

руководитель практики регулярно через Интернет получает объективную информацию от студентов о ходе выполнения задания на практику и подготовке отчета.

6.1.2. Промежуточная аттестация проводится в форме доклада с применением следующих методов (средств):

презентация результатов практики в электронном виде.

6.2. Материалы текущего контроля успеваемости

Специальные оценочные средства при проведении текущего контроля успеваемости не применяются.

6.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации.

Специальные оценочные средства при проведении промежуточного контроля успеваемости не применяются.

Шкала оценивания

Зачтено с оценкой **«отлично»** ставится студенту, который выполнил в срок и на высоком уровне все виды работ, предусмотренных программой практики, проявил самостоятельность, творческий подход и инициативу, в установленные сроки представил качественный и аккуратно оформленный отчет, успешно защитил его перед комиссией, глубоко и развернуто ответил на все вопросы и продемонстрировал как успешное овладение компетенциями, перечисленными в программе практики, так и знания в области рекламы.

Зачтено с оценкой **«хорошо»** ставится студенту, который полностью выполнил весь намеченный объем практики, но не проявил инициативу, допустил технические погрешности и неточности в оформлении отчета, успешно защитил его перед

комиссией, ответил на все вопросы, продемонстрировал успешное овладение компетенциями, перечисленными в программе практики.

Зачтено с оценкой **«удовлетворительно»** ставится студенту, который выполнил программу практики, но не проявил глубоких теоретических знаний и умений применять их на практике, допустил ошибки в оформлении отчета, а при его защите не смог ответить на все вопросы комиссии, не в полной мере овладел образовательными и профессиональными компетенциями.

Оценка **«не зачтено»** ставится студенту, который не выполнил программу практики и не представил на проверку в установленный срок отчетную документацию. В этом случае студент считается имеющим академическую задолженность и обязан повторно пройти практику в порядке, установленном выпускающей кафедрой.

6.4. Методические материалы

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков

Методические материалы определены локальными нормативными актами Академии:

Порядок организации и проведения практики студентов, осваивающих в РАНХиГС образовательные программы высшего образования – программы бакалавриата, программы специалитета, программы магистратуры, утвержден приказом от 11 мая 2016 г. № 01-2212.

Положение о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов в РАНХиГС, утверждено приказом от 25 января 2012 г. № 01-349 с изм. и доп. от 7 июня 2013 г. № 01-2694, от 31 июля 2015 г. № 01-3586.

7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

7.1 Основная литература

1. Антипов К.В. Основы рекламы. Дашков и К, 2015. <http://www.iprbookshop.ru/14075>
2. Василенко С.А. Эффективная коммуникация. Московский городской педагогический университет. 2013. <http://www.iprbookshop.ru/26671>
3. Чумиков А.Н. Медиарилейшнз. Аспект Пресс, 2014. <http://www.iprbookshop.ru/21062>
4. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд. Аспект Пресс, 2012. <http://www.iprbookshop.ru/8976>
5. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации. Массовые коммуникации и медиапланирование. Дашков и К, 2015. <http://www.iprbookshop.ru/14342>
6. Шарков Ф.И. Коммуникология. Основы теории коммуникации. Дашков и К, 2014. <http://www.iprbookshop.ru/4438>

7.2. Дополнительная литература

1. Бердников И.П. PR-Коммуникации. Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа. 2012. <http://www.iprbookshop.ru/5959>
2. Шарков Ф.И. Константы гудвилла. Стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы. Дашков и К, 2015. <http://www.iprbookshop.ru/14051>

7.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

1. Элиаде М. Миф о вечном возвращении. – СПб, 1998.

2. Москвин В.П. Риторика и теория коммуникации: Виды, стили и тактики речевого общения / В.П. Москвин. - М, 2012.
3. Акофф Р.Л. Акофф о менеджменте. – СПб: Питер, 2002.
4. Бакулев Г.П. Новые медиа: теория и практика. – М., 2008.
5. Уэбстер Ф. Теории информационного общества. М., 2004.
6. Барт Р. Миф сегодня // Барт Р. Мифологии. –М., 2003
7. Бодрунова С.С. Концепция публичной сферы и медиакратическая теория// Журнал социологии и социальной антропологии. 2011. Т. 14. № 1. С. 110 -132
8. Буман З. Текучая современность. –СПб.: Питер, 2008.
9. Вацлавик П., БивинДж., Джексон Д. Психология межличностных коммуникаций. – СПб., 2000.
10. Гавра. Д. Основы теории коммуникации. – СПб.: Питер, 2011.
11. Гидденс Э. Ускользающий мир. Как глобализация меняет нашу жизнь. – М.:2004.
12. Гнатюк О.Л. Основы теории коммуникаций. – М.: Кнорус, 2012.
13. Гриффин Э. Коммуникация: теории и практики. – Харьков: 2015.
14. Как новые медиа изменили журналистику/ Под. Ред. С. Балмаевой. – М., 2016.
15. Кастельс М. Информационная эпоха. – М., 2002.
16. Кастельс М. Власть коммуникации. – М., 2015.
17. Кин Дж. Демократия и декаданс медиа. – М., 2014
18. Современные коммуникативные науки. Социальные практики как совместность слова/ Под ред. А. П. Логунова. – М: ЛЕНАНД, 2014.
19. Левин Д.Г. Диалог как форма коммуникации//Философия науки. –Вып. 17.- 2012.
20. Лифинцева Т.П. Философия диалога Мартина Бубера. – М.: ИФРАН, 1999.
21. Матяш О.В. Межличностная коммуникация. – М: Речь, 2011.
22. Назарчук А. В. Теория коммуникации в современной философии. М.: Прогресс-традиция, 2009.
23. Публичная сфера: теория, методология, кейс-стади/Под. Ред. Е. Р. Ярской-Смирновой. – М.: ВШЭ, 2013.
24. Соколов А.В. Общая теория социальной коммуникации. – СПб., 2002.
25. Чумиков А.Н., Бочаров М.П., Самойленко С.А. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции. – М.: ДЕЛО, 2016.
26. Яковлев И. П. Основы теории коммуникаций. – СПб.: Питер, 2001 (доступна в библиотеке курса)

7.4. Нормативные правовые документы

Не используются.

7.5. Интернет-ресурсы

1. «Лаборатория рекламы». Журнал РИП-холдинг. <http://www.advertology.ru/>
2. «Индустрия рекламы». www.ir-magazine.ru
3. «Маркетинг в России и за рубежом» www.dis.ru
4. «Маркетинг и маркетинговые исследования в России». <http://www.grebennikov.ru/>
5. «Рекламный журнал». www.advertisingmagazine.ru
6. Ассоциация коммуникационных агентств России <http://www.akar.ru/>
7. Российская ассоциация по связям с общественностью (РАСО) - <http://www.raso.ru/>

8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

Корпуса Академии оснащены лифтами для перевозки инвалидов в колясках, порядка 80% аудиторий и компьютерных классов имеют двери, соответствующие требованиям нормативов, оборудованы пандусы при входе в здания, а также внутри учебных корпусов и общежития, имеются специальные туалеты.

Каждый обучающийся обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к нескольким электронно-библиотечным системам (электронным библиотекам) и к электронной информационно-образовательной среде организации. Электронно-библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда обеспечивают возможность доступа обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

Академия обеспечена необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения.

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Организован доступ к следующим электронным ресурсам:

Bloomberg

EBSCO Publishing

eLIBRARY.RU

Emerging Markets Information Service

Google Scholar (Google Академия)

IMF eLibrary

JSTOR

New Palgrave Dictionary of Economics – Электронный словарь.

OECD iLibrary

Oxford Handbooks Online

Polpred.com Обзор СМИ

Science Direct - Журналы издательства Elsevier по экономике и эконометрике, бизнесу и финансам, социальным наукам и психологии, математике и информатике;

SCOPUS

Web of Science

Wiley Online Library

World Bank Elibrary

Архивы научных журналов NEICON

Интернет-сервис «Антиплагиат»

Система Профессионального Анализа Рынков и Компаний «СПАРК»
ЭБС Издательства "Лань"
ЭБС Юрайт
Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников»