

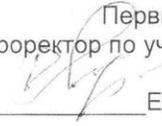
www.vsu.ru

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

П ВГУ 2.1.02.420301Б – 2016

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор-
проректор по учебной работе


Е.Е. Чупандина

« 20 » декабря 2016 г.

ПОЛОЖЕНИЕ

о порядке проведения практик обучающихся
в Воронежском государственном университете
по направлению подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Бакалавриат

РАЗРАБОТАНО – рабочей группой факультета журналистики

ОТВЕТСТВЕННЫЙ ИСПОЛНИТЕЛЬ – декан факультета журналистики В. В. Тулупов

ИСПОЛНИТЕЛИ – заведующий кафедрой связей с общественностью Е.Е. Топильская,
доцент кафедры рекламы и дизайна Л.С. Щукина, преподаватель кафедры рекламы и
дизайна М.А. Шилова

ВВЕДЕНО В ДЕЙСТВИЕ приказом ректора от 09.02.2014 г. № 0063

ВВОДИТСЯ ВМЕСТО: П ВГУ 2.1.02.031600Б – 2014 Положение о порядке проведения
практик обучающихся в Воронежском государственном университете по направлению
подготовки 031600 Реклама и связи с общественностью (бакалавриат)

СРОК ПЕРЕСМОТРА при изменении ФГОС

1 Область применения

Настоящее положение обязательно для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и научно-педагогических работников Воронежского государственного университета (далее – Университет), обеспечивающих подготовку по направлению по указанной основной образовательной программе.

2 Нормативные ссылки

Настоящее положение разработано в соответствии со следующими нормативными документами:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (квалификация «бакалавр») утвержден приказом Министерства образования и науки РФ от 11 августа 2016 г. N 997.

И ВГУ 2.1.12 – 2015 Инструкция о порядке проведения практик обучающихся в Воронежском государственном университете по основным образовательным программам высшего образования.

3 Общие положения

3.1 Виды практик, типы и способы проведения

Виды практик: учебная, производственная практика.

Тип учебной практики: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности.

Способ проведения учебной практики: стационарная.

Тип производственной практики: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности; научно-исследовательская работа.

Способ проведения производственной практики: стационарная.

Преддипломная практика проводится для выполнения выпускной квалификационной работы.

Все виды практик соответствуют видам деятельности, на которые направлена основная образовательная программа по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, а именно:

1. коммуникационная:

- участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными службами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации;

- участие в формировании и поддержании корпоративной культуры;

- участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований.

2. информационно-технологическая:

- участие в разработке, подготовке к выпуску, производстве и распространении рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы;

- участие в подготовке проектной и сопутствующей документации, связанной с проведением рекламных кампаний и отдельных мероприятий (технико-экономическое

обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, согласование, договор, контракт);

- участие в проектировании и техническом обеспечении реальных проектов.

3.2 Общие требования к организации практик (по видам практик)

Образовательная программа для студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, в качестве обязательного элемента должна содержать программы учебной и производственной практик.

Все виды практики выполняют образовательную, развивающую и воспитательную функции и направлены на формирование личности специалиста высокой квалификации, обладающего потенциалом творческих возможностей и профессиональных навыков.

Практики на разных курсах данного направления тесно связаны между собой и составляют целое.

В ходе специально организованной практической деятельности студентам предоставляется возможность актуализировать теоретические знания по направлению в системе профессиональной подготовки, овладеть умениями профессиональной работы с людьми разного возраста, уровня образования, потребностей и запросов, статуса и социальной принадлежности.

Практики распределяются в соответствии с основной образовательной программой по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Общее руководство практикой и контроль за ее прохождением осуществляется сектором практики (состав: руководители практик 1-5 курсов, секретарь). Сектор практики организует заключение договоров с базами практики; принимает участие в оценке лучших материалов (представляются руководителями практик); готовит сводный годовой отчет о практике на основании отчетов руководителей практик.

Руководство практикой осуществляется совместно руководителем практики от факультета и руководителем базы практики. Руководитель практики от факультета назначается распоряжением декана из числа преподавателей кафедры рекламы и дизайна и кафедры связей с общественностью. Руководство практикой отражается в индивидуальном плане преподавателя.

Руководитель практики от факультета принимает решение об оценке по итогам практики на основе анализа дневника практики, отчета студента о прохождении практики, отзыва с места прохождения практики и публичной защиты.

Основными базами учебной практики являются факультетские СМИ, рекламный центр ВГУ, пресс-служба ВГУ, пресс-центр факультета журналистики, студенческие рекламные агентства, рекламная и PR-лаборатория. Начиная с первого курса, студенты, обучающиеся по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, организуются в рекламные и PR-агентства, при этом обязательная программа практики выполняется не только индивидуально, но и творческими коллективами (3-6 человек).

Общее руководство деятельностью студенческих агентств осуществляют преподаватели кафедры рекламы и дизайна и кафедры связей с общественностью при участии других выпускающих кафедр факультета.

Другие предприятия, избираемые в качестве базы учебной практики, должны соответствовать данному направлению и виду практики, иметь сферы деятельности, предусмотренные программой практики, а также располагать квалифицированными кадрами для руководства практикой студентов.

В качестве базы прохождения производственной практики могут выступать организации, специализирующиеся в области рекламы или связей с общественностью и осуществляющие полное или частичное приведение рекламной и PR-информации к готовой для распространения форме (коммуникационные группы, рекламные и PR-агентства, дизайн-студии, медиабаинговые агентства, маркетинговые, рекламные и PR-подразделения средств массовой информации и др.). Кроме того, базой практики может выступать любое предприятие, структура которого содержит подразделение, осуществляющее коммуникационную публичную деятельность.

4 Программы практик

Учебная практика по получению первичных профессиональных умений и навыков

Цели учебной практики

Целями учебной практики является знакомство с работой служб, выполняющих функции публичной коммуникации в вузе или в сторонней организации, получение первоначального представления о рекламе и / или связях с общественностью как сферах профессиональной деятельности.

Задачи учебной практики

Задачами учебной ознакомительной практики является приобретение первоначальных навыков работы в рекламной структуре или структуре, выполняющей функции СО (агентстве, пресс-службе и т.п); приобретение исполнительских навыков при решении производственных задач рекламного агента или ПР-менеджера.

Время проведения учебной практики

1 курс, 2 семестр – для очного отделения

2 курс, 4 семестр – для заочного отделения

Содержание учебной практики

Общая трудоемкость учебной практики (6 недель) составляет 9 зачетных единиц 324 часа.

Учебная практика включает этапы:

(1) подготовительный (инструктаж по технике безопасности, установочная конференция);

(2) ознакомительно-деятельностный этап (прохождение практики, знакомство с организацией, её целями и задачами, организацией внутренней и внешней коммуникации);

(3) аналитический (обработка и анализ полученной информации, подготовка отчета по практике).

В ходе учебной практики применяются следующие образовательные технологии: анализ, синтез, вовлечение в профессиональную деятельность и мотивация к ней, формирование портфолио. В процессе организации учебной практики руководителями от выпускающей кафедры и руководителем от предприятия (организации) должны применяться современные коммуникационные (в том числе удаленные) образовательные и научно-производственные технологии. Дистанционная форма консультаций во время прохождения конкретных этапов учебной практики и подготовки отчета. Компьютерные технологии и программные продукты, необходимые для сбора и систематизации технико-экономической и финансовой информации, разработки планов, проведения требуемых программой практики расчетов и т.д.

Результаты освоения, коды формируемых (сформированных) компетенций

а) общепрофессиональные компетенции:

- способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);
- владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2);
- обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3).

Формы промежуточной аттестации (по итогам практики)

зачет с оценкой (защита отчета, собеседование с руководителем практики от вуза, анализ дневника практиканта, представленных материалов, учёт характеристики практиканта со стороны руководителя практики от организации).

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по практике

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по учебной практике приведен в Приложении Г.

Список учебных пособий и методических рекомендаций

1. Гундарин М. Книга руководителя отдела PR : практические рекомендации. – СПб. : Питер, 2006.
2. Евстафьев В.А. Что, где и как рекламировать. Практические советы / В.А. Евстафьев, В.Н. Ясонов. – СПб. : Питер, 2005. – 432 с.
3. Исаенко Е.В. Организация и планирование рекламной деятельности : учеб. пособие для студ. вузов / Е.В. Исаенко, А.Г. Васильев. – М. : ЮНИТИ, 2004. – 252 с.
4. Карпушин Д.И. Пресс-релиз: правила составления / Д.И. Карпушин. – СПб. : Питер, 2007. – 217 с.
5. Организация практики: учебно-методическое пособие для студентов заочного обучения факультета журналистики по направлению 031600 «Реклама и связи с общественностью» / Е. Е. Топильская, Л.С. Щукина, М.А. Шилова. – Воронеж: Факультет журналистики ВГУ, 2014. – 16 с.
6. Реклама и связи с общественностью: теория и практика: учебное пособие для студентов вузов / [Е.В. Маслова и др.] ; Воронеж. гос. ун-т. – Воронеж: Издательский дом ВГУ, 2015. – 370 с.
7. Рекламный бизнес. Деятельность рекламных агентов, создание рекламы, медиа-планирование, интегрированные коммуникации / Под ред. Джона Филипа Джоунса. – М. : Вильямс, 2005. – 776 с.
8. Связи с общественностью : теория и практика. Учеб. пос. / под ред. В.В.Тулупова, Е.Е.Топильской. – Воронеж : Кварта, 2010. – 328 с.
9. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Актуальные связи с общественностью: сфера, генезис, технологии, области применения, структуры. – М. : ЮРАЙТ, Высшее образование, 2009. – 721 с.
10. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов : учебник. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 329 с.

Критерии оценивания результатов практики

В итоговой оценке (зачет с оценкой) за учебную практику учитывается уровень осмысления студентом своей практической деятельности (цель, задачи, содержание); степень сформированности профессиональных умений; социальная активность и ответственное отношение к работе.

«Отлично» ставится студенту, который выполнил в срок и на высоком уровне с проявлением самостоятельности, творчества, инициативы весь намеченный объем работы, требуемый программой практики.

«Хорошо» ставится студенту, который полностью выполнил намеченную на период практики программу работы, но не проявил выраженных самостоятельности и инициативы.

«Удовлетворительно» ставится студенту, который выполнил программу практики, но допускал ошибки в основных видах профессиональной деятельности.

«Неудовлетворительно» ставится студенту, который не выполнил программу практики.

Материально-техническое обеспечение (для практик, проводимых в Университете)

Стандартное оборудование рабочего места сотрудника офиса.

Порядок представления отчетности по практике

Перед защитой практики студент обязан представить руководителю практики следующие материалы: портфолио (публикации, фотоснимки, аудио- и видеоматериалы, сценарии PR-мероприятий и рекламных акций и т.п.); отчет о практике; характеристику с основного места прохождения практики; «Дневник практиканта».

Отчет студентов, проходящих практику по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, должен иметь развернутый характер и содержать детальное изложение и оценку проведенных мероприятий в рамках рекламной или PR-кампании. Студент должен уметь объяснить суть коммуникационной стратегии и тактики, координацию работы всех звеньев рекламного или PR-агентства (отдела) в процессе подготовки материалов.

Отчет студентов, проходящих практику по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, наряду с другими материалами практики, является основным документом, необходимым для выставления итоговой оценки.

Все материалы творческого характера оформляются по установленному образцу.

Тексты документов, концепций и публикации аккуратно помечаются. В верхней части номера указываются: Ф.И.О. студента, курс, полоса, название материала и т.д.

Изобразительные материалы представляются в виде эскизов, вырезок (фотопубликации, логотипы и т.д.), либо в оригинале, тексты теле- и радиопередач (в том числе рекламного и имиджевого характера) представляются в аудиовизуальном (аудио) оригинале и его распечатке.

Все материалы портфолио должны быть заверены подписью ответственного сотрудника и печатью организации и представлены в количестве не менее двух экземпляров.

Неопубликованные материалы представляются в виде заверенных руководителем практики от организации оригиналов.

Все материалы портфолио и отчет должны иметь электронные версии.

В случае невыполнения программы, нарушения трудовой дисциплины студент может быть отстранен от практики. Студент, которого отстранили от практики, или работа которого признана в ходе практики неудовлетворительной, считается не выполнившим учебный план семестра.

Производственная практика по получению профессиональных умений и опыта коммуникационной деятельности

Цели производственной практики

Целями производственной практики по получению профессиональных умений и опыта коммуникационной деятельности является приобретение умений и навыков работы с внутренними и внешними целевыми аудиториями базы практики: сотрудниками, клиентами, партнерами, органами государственной власти, общественными, некоммерческими, образовательными, благотворительными организациями, организациями здравоохранения, коммерческими структурами, политическими партиями, СМИ и др.

Задачи производственной практики

Задачами производственной практики является приобретение профессиональных умений и опыта коммуникационной деятельности во взаимодействии с внутренними и внешними целевыми аудиториями организации.

Время проведения производственной практики

2 курс, 4 семестр – для очного отделения

3 курс, 6 семестр – для заочного отделения

Содержание производственной практики

Общая трудоемкость производственной практики (6 недель) составляет 9 зачетных единиц 324 часа.

Производственная практика включает этапы:

- (1) подготовительный (инструктаж по технике безопасности, установочная конференция);
- (2) ознакомительно-деятельностный этап (прохождение практики, знакомство с организацией, её целями и задачами, организацией внутренней и внешней коммуникации);
- (3) аналитический (обработка и анализ полученной информации, подготовка отчета по практике).

В ходе производственной практики применяются следующие образовательные технологии: анализ, синтез, вовлечение в профессиональную деятельность и мотивация к ней, формирование портфолио. В процессе организации учебной практики руководителями от выпускающей кафедры и руководителем от предприятия (организации) должны применяться современные коммуникационные (в том числе удаленные) образовательные и научно-производственные технологии. Дистанционная форма консультаций во время прохождения конкретных этапов учебной практики и подготовки отчета. Компьютерные технологии и программные продукты, необходимые для сбора и систематизации технико-экономической и финансовой информации, разработки планов, проведения требуемых программой практики расчетов и т.д.

Результаты освоения, коды формируемых (сформированных) компетенций

профессиональные компетенции:

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

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

Формы промежуточной аттестации (по итогам практики)

Зачет с оценкой (защита отчета, собеседование с руководителем практики от вуза, анализ дневника практиканта, представленных материалов, учёт характеристики практиканта со стороны руководителя практики от организации).

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по практике

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по производственной практике по получению профессиональных умений и опыта коммуникационной деятельности приведен в Приложении Г.

Список учебных пособий и методических рекомендаций

1. Гундарин М. Книга руководителя отдела PR : практические рекомендации. – СПб. : Питер, 2006.
2. Евстафьев В.А. Что, где и как рекламировать. Практические советы / В.А. Евстафьев, В.Н. Ясонов. – СПб. : Питер, 2005. – 432 с.
3. Исаенко Е.В. Организация и планирование рекламной деятельности : учеб. пособие для студ. вузов / Е.В. Исаенко, А.Г. Васильев. – М. : ЮНИТИ, 2004. – 252 с.
4. Карпушин Д.И. Пресс-релиз: правила составления / Д.И. Карпушин. – СПб. : Питер, 2007. – 217 с.
5. Организация практики: учебно-методическое пособие для студентов заочного обучения факультета журналистики по направлению 031600 «Реклама и связи с общественностью» / Е. Е. Топильская, Л.С. Щукина, М.А. Шилова. – Воронеж: Факультет журналистики ВГУ, 2014. – 16 с.
6. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник для студ. вузов / Под ред. Л.М. Дмитриевой. – М. : Экономистъ, 2006. – 638 с.
7. Реклама и связи с общественностью: теория и практика: учебное пособие для студентов вузов / [Е.В. Маслова и др.] ; Воронеж. гос. ун-т. – Воронеж: Издательский дом ВГУ, 2015. – 370 с.
8. Рекламный бизнес. Деятельность рекламных агентов, создание рекламы, медиа-планирование, интегрированные коммуникации / Под ред. Джона Филипа Джоунса. – М. : Вильямс, 2005. – 776 с.
9. Связи с общественностью : теория и практика. Учеб. пос. / под ред. В.В.Тулупова, Е.Е.Топильской. – Воронеж : Кварта, 2010. – 328 с.
10. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов : учебник. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 329 с.
11. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Актуальные связи с общественностью: сфера, генезис, технологии, области применения, структуры. – М. : ЮРАЙТ, Высшее образование, 2009. – 721 с.

Критерии оценивания результатов производственной практики по получению профессиональных умений и опыта коммуникационной деятельности

В итоговой оценке (зачет с оценкой) за производственную практику учитывается уровень осмысления студентом своей практической деятельности (цель, задачи, содержание); степень сформированности профессиональных умений; социальная активность и ответственное отношение к работе.

«Отлично» ставится студенту, который выполнил в срок и на высоком уровне с проявлением самостоятельности, творчества, инициативы весь намеченный объем работы, требуемый программой практики.

«Хорошо» ставится студенту, который полностью выполнил намеченную на период практики программу работы, но не проявил выраженных самостоятельности и инициативы.

«Удовлетворительно» ставится студенту, который выполнил программу практики, но допускал ошибки в основных видах профессиональной деятельности.

«Неудовлетворительно» ставится студенту, который не выполнил программу практики.

Материально-техническое обеспечение (для практик, проводимых в Университете)

Стандартное оборудование рабочего места сотрудника офиса.

Порядок представления отчетности по практике

Перед защитой практики студент обязан представить руководителю практики следующие материалы: портфолио (публикации, фотоснимки, аудио- и видеоматериалы, сценарии PR-мероприятий и рекламных акций и т.п.); отчет о практике; характеристику с основного места прохождения практики; «Дневник практиканта».

Отчет студентов, проходящих практику по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, должен иметь развернутый характер и содержать детальное изложение и оценку проведенных мероприятий в рамках рекламной или PR-кампании. Студент должен уметь объяснить суть коммуникационной стратегии и тактики, координацию работы всех звеньев рекламного или PR-агентства (отдела) в процессе подготовки материалов.

Отчет студентов, проходящих практику по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, наряду с другими материалами практики, является основным документом, необходимым для выставления итоговой оценки.

Все материалы творческого характера оформляются по установленному образцу.

Тексты документов, концепций и публикации аккуратно помечаются. В верхней части номера указываются: Ф.И.О. студента, курс, полоса, название материала и т.д.

Изобразительные материалы представляются в виде эскизов, вырезок (фотопубликации, логотипы и т.д.), либо в оригинале, тексты теле- и радиопередач (в том числе рекламного и имиджевого характера) представляются в аудиовизуальном (аудио) оригинале и его распечатке.

Все материалы портфолио должны быть заверены подписью ответственного сотрудника и печатью организации и представлены в количестве не менее двух экземпляров.

Неопубликованные материалы представляются в виде заверенных руководителем практики от организации оригиналов.

Все материалы портфолио и отчет должны иметь электронные версии.

В случае невыполнения программы, нарушения трудовой дисциплины студент может быть отстранен от практики. Студент, которого отстранили от практики, или работа которого признана в ходе практики неудовлетворительной, считается не выполнившим учебный план семестра.

Производственная практика по получению профессиональных умений и опыта информационно-технологической деятельности (рассредоточенная)

Цели производственной практики

Целями производственной практики по получению профессиональных умений и опыта информационно-технологической деятельности является приобретение умений и навыков создания рекламного продукта в расчете на ожидания целевых аудиторий заказчика.

Задачи производственной практики

Задачами производственной практики является приобретение профессиональных умений и опыта информационно-технологической деятельности с учетом целевых аудиторий организации.

Время проведения производственной практики

3 курс, 6 семестр – для очного отделения

4 курс, 8 семестр – для заочного отделения

Содержание производственной практики

Общая трудоемкость производственной практики составляет:

(5 недель) 7,5 зачетных единиц 270 часов – для дневного отделения.

(8 недель) 12 зачетных единиц 432 часа – для заочного отделения.

Производственная практика включает этапы:

- (1) подготовительный (инструктаж по технике безопасности, установочная конференция);
- (2) деятельностный этап (прохождение практики, знакомство с организацией, её целями и задачами, организацией внутренней и внешней коммуникации);
- (3) аналитический (обработка и анализ полученной информации, подготовка отчета по практике).

В ходе производственной практики применяются следующие образовательные технологии: анализ, синтез, вовлечение в профессиональную деятельность и мотивация к ней, формирование портфолио. В процессе организации учебной практики руководителями от выпускающей кафедры и руководителем от предприятия (организации) должны применяться современные коммуникационные (в том числе удаленные) образовательные и научно-производственные технологии. Дистанционная форма консультаций во время прохождения конкретных этапов учебной практики и подготовки отчета. Компьютерные технологии и программные продукты, необходимые для сбора и систематизации технико-экономической и финансовой информации, разработки планов, проведения требуемых программой практики расчетов и т.д.

Результаты освоения, коды формируемых (сформированных) компетенций
профессиональные компетенции:

- способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (ПК-12);

- владение навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве (ПК-15).

Формы промежуточной аттестации (по итогам практики)

Поскольку по итогам рассредоточенной производственной практики самостоятельная оценка не предусмотрена, то ее результативность учитывается в ходе оценивания последующей производственной практики по получению профессиональных умений и опыта информационно-технологической деятельности в том же 6 семестре.

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по производственной практике по получению профессиональных умений и опыта информационно-технологической деятельности приведен в Приложении Г.

Список учебных пособий и методических рекомендаций

1. Гундарин М. Книга руководителя отдела PR : практические рекомендации. – СПб. : Питер, 2006.

2. Евстафьев В.А. Что, где и как рекламировать. Практические советы / В.А. Евстафьев, В.Н. Ясонов. – СПб. : Питер, 2005. – 432 с.

3. Исаенко Е.В. Организация и планирование рекламной деятельности : учеб. пособие для студ. вузов / Е.В. Исаенко, А.Г. Васильев. – М. : ЮНИТИ, 2004. – 252 с.

4. Карпушин Д.И. Пресс-релиз: правила составления / Д.И. Карпушин. – СПб. : Питер, 2007. – 217 с.

5. Организация практики: учебно-методическое пособие для студентов заочного обучения факультета журналистики по направлению 031600 «Реклама и связи с общественностью» / Е. Е. Топильская, Л.С. Щукина, М.А. Шилова. – Воронеж: Факультет журналистики ВГУ, 2014. – 16 с.

6. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник для студ. вузов / Под ред. Л.М. Дмитриевой. – М. : Экономистъ, 2006. – 638 с.

7. Реклама и связи с общественностью: теория и практика: учебное пособие для студентов вузов / [Е.В. Маслова и др.] ; Воронеж. гос. ун-т. – Воронеж: Издательский дом ВГУ, 2015. – 370 с.

8. Рекламный бизнес. Деятельность рекламных агентов, создание рекламы, медиа-планирование, интегрированные коммуникации / Под ред. Джона Филипа Джоунса. – М. : Вильямс, 2005. – 776 с.

9. Связи с общественностью : теория и практика. Учеб. пос. / под ред. В.В. Тулупова, Е.Е. Топильской. – Воронеж : Кварта, 2010. – 328 с.

10. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Актуальные связи с общественностью: сфера, генезис, технологии, области применения, структуры. – М. : ЮРАЙТ, Высшее образование, 2009. – 721 с.

11. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов : учебник. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 329 с.

Критерии оценивания результатов практики

В итоговой оценке (зачет с оценкой) за производственную практику учитывается уровень осмысления студентом своей практической деятельности (цель, задачи,

содержание); степень сформированности профессиональных умений; социальная активность и ответственное отношение к работе.

«Отлично» ставится студенту, который выполнил в срок и на высоком уровне с проявлением самостоятельности, творчества, инициативы весь намеченный объем работы, требуемый программой практики. Проявил инициативу, высказал оригинальные суждения относительно создания рекламного продукта в расчете на ожидания целевых аудиторий заказчика либо выявил и / или предложил рекламный аспект проекта коммуникационного продвижения организации (базы практики) либо организации-партнера. Оценил собственные производственные усилия в информационно-технологической деятельности. Продемонстрировал строгое следование нормам письменной официально-деловой речи (стиля). Цель практики достигнута.

«Хорошо» ставится студенту, который выполнил в срок и на должном уровне с проявлением самостоятельности, творчества намеченный объем работы, требуемый программой практики. Проявил инициативу, проанализировал концепцию создания рекламного продукта в расчете на ожидания целевых аудиторий заказчика либо выявил и / или предложил рекламный аспект проекта коммуникационного продвижения организации (базы практики) либо организации-партнера. Оценил собственные производственные усилия в информационно-технологической деятельности. На фоне преимущественного следования нормам письменной официально-деловой речи (стиля) допустил некоторые отступления. Цель практики достигнута.

«Удовлетворительно» ставится студенту, который в основном выполнил намеченный объем работы, требуемый программой практики. Однако испытал затруднения по части инициативности информационно-технологической деятельности. На фоне в основном следования нормам письменной официально-деловой речи (стиля) допустил ряд отступлений. Цель практики достигнута.

«Неудовлетворительно» ставится студенту, который не выполнил программу практики либо допустил существенные ошибки, не явился на практику либо допустил нарушение дисциплины. Цель практики не достигнута.

Материально-техническое обеспечение (для практик, проводимых в Университете)

Стандартное оборудование рабочего места сотрудника офиса.

Порядок представления отчетности по практике

Перед защитой практики студент обязан представить руководителю практики следующие материалы: портфолио (публикации, фотоснимки, аудио- и видеоматериалы, сценарии PR-мероприятий и рекламных акций и т.п.); отчет о практике; характеристику с основного места прохождения практики; «Дневник практиканта».

Отчет студентов, проходящих практику по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, должен иметь развернутый характер и содержать детальное изложение и оценку проведенных мероприятий в рамках рекламной или PR-кампании. Студент должен уметь объяснить суть коммуникационной стратегии и тактики, координацию работы всех звеньев рекламного или PR-агентства (отдела) в процессе подготовки материалов.

Отчет студентов, проходящих практику по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, наряду с другими материалами практики, является основным документом, необходимым для выставления итоговой оценки.

Все материалы творческого характера оформляются по установленному образцу.

Тексты документов, концепций и публикации аккуратно помечаются. В верхней части номера указываются: Ф.И.О. студента, курс, полоса, название материала и т.д.

Изобразительные материалы представляются в виде эскизов, вырезок (фотопубликации, логотипы и т.д.), либо в оригинале, тексты теле- и радиопередач (в том числе рекламного и имиджевого характера) представляются в аудиовизуальном (аудио) оригинале и его распечатке.

Все материалы портфолио должны быть заверены подписью ответственного сотрудника и печатью организации и представлены в количестве не менее двух экземпляров.

Неопубликованные материалы представляются в виде заверенных руководителем практики от организации оригиналов.

Все материалы портфолио и отчет должны иметь электронные версии.

В случае невыполнения программы, нарушения трудовой дисциплины студент может быть отстранен от практики. Студент, которого отстранили от практики, или работа которого признана в ходе практики неудовлетворительной, считается не выполнившим учебный план семестра.

Производственная практика по получению профессиональных умений и опыта информационно-технологической деятельности

Цели производственной практики

Целями производственной практики по получению профессиональных умений и опыта информационно-технологической деятельности является приобретение умений и навыков создания рекламного продукта в расчете на ожидания целевых аудиторий заказчика.

Задачи производственной практики

Задачами производственной практики является приобретение профессиональных умений и опыта информационно-технологической деятельности с учетом целевых аудиторий организации.

Время проведения производственной практики

3 курс, 6 семестр – для очного отделения

Содержание производственной практики

Общая трудоемкость производственной практики составляет:

(3 недели) 4,5 зачетных единиц 162 часа – для дневного отделения.

Производственная практика включает этапы:

(1) подготовительный (инструктаж по технике безопасности, установочная конференция);

(2) деятельностный этап (прохождение практики, знакомство с организацией, её целями и задачами, организацией внутренней и внешней коммуникации);

(3) аналитический (обработка и анализ полученной информации, подготовка отчета по практике).

В ходе производственной практики применяются следующие образовательные технологии: анализ, синтез, вовлечение в профессиональную деятельность и мотивация к ней, формирование портфолио. В процессе организации учебной практики руководителями от выпускающей кафедры и руководителем от предприятия (организации) должны применяться современные коммуникационные (в том числе удаленные) образовательные и научно-производственные технологии. Дистанционная форма консультаций во время прохождения конкретных этапов учебной практики и подготовки отчета. Компьютерные технологии и программные продукты, необходимые

для сбора и систематизации технико-экономической и финансовой информации, разработки планов, проведения требуемых программой практики расчетов и т.д.

Результаты освоения, коды формируемых (сформированных) компетенций

профессиональные компетенции:

- способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (ПК-12);

- владение навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве (ПК-15).

Формы промежуточной аттестации (по итогам практики)

Зачет с оценкой (защита отчета, собеседование с руководителем практики от вуза, анализ дневника практиканта, представленных материалов, учёт характеристики практиканта со стороны руководителя практики от организации).

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по производственной практике по получению профессиональных умений и опыта информационно-технологической деятельности приведен в Приложении Г.

Список учебных пособий и методических рекомендаций

1. Гундарин М. Книга руководителя отдела PR : практические рекомендации. – СПб. : Питер, 2006.

2. Евстафьев В.А. Что, где и как рекламировать. Практические советы / В.А. Евстафьев, В.Н. Ясонов. – СПб. : Питер, 2005. – 432 с.

3. Исаенко Е.В. Организация и планирование рекламной деятельности : учеб. пособие для студ. вузов / Е.В. Исаенко, А.Г. Васильев. – М. : ЮНИТИ, 2004. – 252 с.

4. Карпушин Д.И. Пресс-релиз: правила составления / Д.И. Карпушин. – СПб. : Питер, 2007. – 217 с.

5. Организация практики: учебно-методическое пособие для студентов заочного обучения факультета журналистики по направлению 031600 «Реклама и связи с общественностью» / Е. Е. Топильская, Л.С. Щукина, М.А. Шилова. – Воронеж: Факультет журналистики ВГУ, 2014. – 16 с.

6. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник для студ. вузов / Под ред. Л.М. Дмитриевой. – М. : Экономистъ, 2006. – 638 с.

7. Реклама и связи с общественностью: теория и практика: учебное пособие для студентов вузов / [Е.В. Маслова и др.] ; Воронеж. гос. ун-т. – Воронеж: Издательский дом ВГУ, 2015. – 370 с.

8. Рекламный бизнес. Деятельность рекламных агентов, создание рекламы, медиа-планирование, интегрированные коммуникации / Под ред. Джона Филипа Джоунса. – М. : Вильямс, 2005. – 776 с.

9. Связи с общественностью : теория и практика. Учеб. пос. / под ред. В.В. Тулупова, Е.Е. Топильской. – Воронеж : Кварта, 2010. – 328 с.

10. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Актуальные связи с общественностью: сфера, генезис, технологии, области применения, структуры. – М. : ЮРАЙТ, Высшее образование, 2009. – 721 с.

11. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов : учебник. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 329 с.

Критерии оценивания результатов практики

В итоговой оценке (зачет с оценкой) за производственную практику учитывается уровень осмысления студентом своей практической деятельности (цель, задачи, содержание); степень сформированности профессиональных умений; социальная активность и ответственное отношение к работе.

«Отлично» ставится студенту, который выполнил в срок и на высоком уровне с проявлением самостоятельности, творчества, инициативы весь намеченный объем работы, требуемый программой практики. Проявил инициативу, высказал оригинальные суждения относительно создания рекламного продукта в расчете на ожидания целевых аудиторий заказчика либо выявил и / или предложил рекламный аспект проекта коммуникационного продвижения организации (базы практики) либо организации-партнера. Оценил собственные производственные усилия в информационно-технологической деятельности. Продемонстрировал строгое следование нормам письменной официально-деловой речи (стиля). Цель практики достигнута.

«Хорошо» ставится студенту, который выполнил в срок и на должном уровне с проявлением самостоятельности, творчества намеченный объем работы, требуемый программой практики. Проявил инициативу, проанализировал концепцию создания рекламного продукта в расчете на ожидания целевых аудиторий заказчика либо выявил и / или предложил рекламный аспект проекта коммуникационного продвижения организации (базы практики) либо организации-партнера. Оценил собственные производственные усилия в информационно-технологической деятельности. На фоне преимущественного следования нормам письменной официально-деловой речи (стиля) допустил некоторые отступления. Цель практики достигнута.

«Удовлетворительно» ставится студенту, который в основном выполнил намеченный объем работы, требуемый программой практики. Однако испытал затруднения по части инициативности информационно-технологической деятельности. На фоне в основном следования нормам письменной официально-деловой речи (стиля) допустил ряд отступлений. Цель практики достигнута.

«Неудовлетворительно» ставится студенту, который не выполнил программу практики либо допустил существенные ошибки, не явился на практику либо допустил нарушение дисциплины. Цель практики не достигнута.

Материально-техническое обеспечение (для практик, проводимых в Университете)

Стандартное оборудование рабочего места сотрудника офиса.

Порядок представления отчетности по практике

Перед защитой практики студент обязан представить руководителю практики следующие материалы: портфолио (публикации, фотоснимки, аудио- и видеоматериалы, сценарии PR-мероприятий и рекламных акций и т.п.); отчет о практике; характеристику с основного места прохождения практики; «Дневник практиканта».

Отчет студентов, проходящих практику по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, должен иметь развернутый характер и содержать детальное изложение и оценку проведенных мероприятий в рамках рекламной или PR-кампании. Студент должен уметь объяснить суть коммуникационной стратегии и тактики, координацию работы всех звеньев рекламного или PR-агентства (отдела) в процессе подготовки материалов.

Отчет студентов, проходящих практику по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, наряду с другими материалами практики, является основным документом, необходимым для выставления итоговой оценки.

Все материалы творческого характера оформляются по установленному образцу.

Тексты документов, концепций и публикации аккуратно помечаются. В верхней части номера указываются: Ф.И.О. студента, курс, полоса, название материала и т.д.

Изобразительные материалы представляются в виде эскизов, вырезок (фотопубликации, логотипы и т.д.), либо в оригинале, тексты теле- и радиопередач (в том числе рекламного и имиджевого характера) представляются в аудиовизуальном (аудио) оригинале и его распечатке.

Все материалы портфолио должны быть заверены подписью ответственного сотрудника и печатью организации и представлены в количестве не менее двух экземпляров.

Неопубликованные материалы представляются в виде заверенных руководителем практики от организации оригиналов.

Все материалы портфолио и отчет должны иметь электронные версии.

В случае невыполнения программы, нарушения трудовой дисциплины студент может быть отстранен от практики. Студент, которого отстранили от практики, или работа которого признана в ходе практики неудовлетворительной, считается не выполнившим учебный план семестра.

Производственная преддипломная практика

Цели производственной практики

Целью производственной преддипломной практики является подготовка выпускной квалификационной работы.

Задачи производственной практики

Задачами производственной преддипломной практики является осмысление коммуникационной деятельности организации, формирование портфолио, подготовка выпускной квалификационной работы.

Время проведения производственной практики

4 курс, 8 семестр – для очного отделения;

5 курс, 10 семестр – для заочного отделения

Содержание производственной практики

Общая трудоемкость производственной практики составляет:

(16 недель) 24 зачетных единицы 864 часа – для очного отделения.

(16 недель) 24 зачетных единицы 864 часа – для заочного отделения.

Производственная преддипломная практика включает этапы:

Подготовительный этап (разработка программы дипломного исследования).

Исследовательский этап (проведение исследования). Отчетный этап (анализ результатов проведенного исследования; написание отчета; подготовка портфолио).

В ходе производственной практики применяются следующие образовательные технологии: анализ, синтез, вовлечение в профессиональную деятельность и мотивация к ней, формирование портфолио. В процессе организации учебной практики руководителями от выпускающей кафедры и руководителем от предприятия (организации) должны применяться современные коммуникационные (в том числе удаленные) образовательные и научно-производственные технологии. Дистанционная форма консультаций во время прохождения конкретных этапов учебной практики и подготовки отчета. Компьютерные технологии и программные продукты, необходимые

для сбора и систематизации технико-экономической и финансовой информации, разработки планов, проведения требуемых программой практики расчетов и т.д.

Результаты освоения, коды формируемых (сформированных) компетенций

профессиональные компетенции:

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

- способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (ПК-12);

- способность под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы (ПК-16).

Формы промежуточной аттестации (по итогам практики)

Зачет с оценкой (защита отчета, собеседование с руководителем практики от вуза, анализ дневника практиканта, представленных материалов, учёт характеристики практиканта со стороны руководителя практики от организации).

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по преддипломной практике приведен в Приложении Г.

Список учебных пособий и методических рекомендаций

1. Гундарин М. Книга руководителя отдела PR : практические рекомендации. – СПб. : Питер, 2006.

2. Евстафьев В.А. Что, где и как рекламировать. Практические советы / В.А. Евстафьев, В.Н. Ясонов. – СПб. : Питер, 2005. – 432 с.

3. Исаенко Е.В. Организация и планирование рекламной деятельности : учеб. пособие для студ. вузов / Е.В. Исаенко, А.Г. Васильев. – М. : ЮНИТИ, 2004. – 252 с.

4. Карпушин Д.И. Пресс-релиз: правила составления / Д.И. Карпушин. – СПб. : Питер, 2007. – 217 с.

5. Организация практики: учебно-методическое пособие для студентов заочного обучения факультета журналистики по направлению 031600 «Реклама и связи с общественностью» / Е. Е. Топильская, Л.С. Щукина, М.А. Шилова. – Воронеж: Факультет журналистики ВГУ, 2014. – 16 с.

6. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник для студ. вузов / Под ред. Л.М. Дмитриевой. – М. : Экономистъ, 2006. – 638 с.

7. Реклама и связи с общественностью: теория и практика: учебное пособие для студентов вузов / [Е.В. Маслова и др.] ; Воронеж. гос. ун-т. – Воронеж: Издательский дом ВГУ, 2015. – 370 с.

8. Рекламный бизнес. Деятельность рекламных агентов, создание рекламы, медиа-планирование, интегрированные коммуникации / Под ред. Джона Филипа Джоунса. – М. : Вильямс, 2005. – 776 с.

9. Связи с общественностью : теория и практика. Учеб. пос. / под ред. В.В. Тулупова, Е.Е. Топильской. – Воронеж : Кварта, 2010. – 328 с.

10. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Актуальные связи с общественностью: сфера, генезис, технологии, области применения, структуры. – М. : ЮРАЙТ, Высшее образование, 2009. – 721 с.

11. Коммуникационный проект (творческая ВКР) : учебно-методическое пособие для студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с

общественностью» (бакалавриат) / А.Е.Богоявлений, А.А.Давтян, Р.В.Дыкин, В.В.Колобов, Е.Ю.Красова, Е.Б.Курганова, В.М.Невежина, М.Е.Новичихина, С.А.Попов, Е.Е.Топильская, М.А.Шилова, И.А.Щекина / под ред. Е.Б.Кургановой, Е.Е.Топильской, Л.С.Щукиной, А.А.Давтян. – Воронеж : факультет журналистики ВГУ, 2016. – 60 с.

12. Выпускная квалификационная и курсовые работы бакалавра (направление подготовки «Реклама и СО») : учебно-методическое пособие / [В.В.Тулупов]. – Воронеж : факультет журналистики ВГУ, 2014. – 76 с.

13. Требования к выпускной квалификационной и курсовым работам на кафедре связей с общественностью : учебно-методическое пособие / А.Е.Богоявленский, М.Я.Запрягаева, Е.Б.Курганова, В.М.Невежина, М.Е.Новичихина, С.А.Попов, Е.Е.Топильская, И.А.Щекина / под ред. проф. М.Е.Новичихиной и доц. Е.Е.Топильской. – Воронеж : факультет журналистики ВГУ, 2013. – 40 с.

Критерии оценивания результатов практики

В итоговой оценке (зачет с оценкой) за производственную практику учитывается уровень осмысления студентом своей практической деятельности (цель, задачи, содержание); степень сформированности профессиональных умений; социальная активность и ответственное отношение к работе.

«Отлично» ставится студенту, который выполнил в срок и на высоком уровне с проявлением самостоятельности, творчества, инициативы весь намеченный объем работы, требуемый программой практики. Проявил инициативу, высказал оригинальные суждения относительно концепции исследовательской ВКР либо творческой ВКР – проекта коммуникационного продвижения организации (базы практики) либо организации-партнера. В ходе выступления перед преподавателями и сокурсниками обосновал, подтвердил либо опроверг гипотезу. Дал аргументированные ответы на вопросы.

«Хорошо» ставится студенту, который выполнил в срок и на должном уровне с проявлением самостоятельности, творчества намеченный объем работы, требуемый программой практики. Оценил возможности коммуникационного продвижения организации. Высказал суждения относительно концепции исследовательской ВКР либо творческой ВКР – проекта коммуникационного продвижения организации (базы практики) либо организации-партнера. Подтвердил либо опроверг гипотезу. Ответил на вопросы.

«Удовлетворительно» ставится студенту, который выполнил намеченный объем работы, требуемый программой практики. Однако испытал затруднения по части инициативности, самостоятельности при решении задач ВКР. Испытал затруднения при ответе на вопросы.

«Неудовлетворительно» ставится студенту, который не выполнил программу практики либо допустил существенные ошибки, не решил задач ВКР, не представил черновика. Не выдвинул гипотезы. Не ответил на вопросы.

Материально-техническое обеспечение (для практик, проводимых в Университете)

Стандартное оборудование рабочего места сотрудника офиса.

Порядок представления отчетности по практике

Перед защитой практики студент обязан представить руководителю практики следующие материалы: портфолио (публикации, фотоснимки, аудио- и видеоматериалы, сценарии PR-мероприятий и рекламных акций и т.п.); текст ВКР.

Отчет студентов, проходящих преддипломную практику по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, должен включать портфолио и текст ВКР.

Отчет студентов, проходящих практику по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, наряду с другими материалами практики, является основным документом, необходимым для выставления итоговой оценки.

Все материалы творческого характера оформляются по установленному образцу.

Тексты документов, концепций и публикации аккуратно помечаются. В верхней части номера указываются: Ф.И.О. студента, курс, полоса, название материала и т.д.

Изобразительные материалы представляются в виде эскизов, вырезок (фотопубликации, логотипы и т.д.), либо в оригинале, тексты теле- и радиопередач (в том числе рекламного и имиджевого характера) представляются в аудиовизуальном (аудио) оригинале и его распечатке.

Все материалы портфолио должны быть заверены подписью ответственного сотрудника и печатью организации и представлены в количестве не менее двух экземпляров.

Неопубликованные материалы представляются в виде заверенных руководителем практики от организации оригиналов.

Все материалы портфолио и отчет должны иметь электронные версии.

В случае невыполнения программы, нарушения трудовой дисциплины студент может быть отстранен от практики. Студент, которого отстранили от практики или работа которого признана в ходе практики неудовлетворительной, считается не выполнившим учебный план семестра.

ОТВЕТСТВЕННЫЙ ИСПОЛНИТЕЛЬ



В. В. Тулупов

**Приложение А
(рекомендуемое)
Форма отзыва руководителя от предприятия**

ОТЗЫВ РУКОВОДИТЕЛЯ

о прохождении учебной / производственной практики
студентом __ курса __ группы факультета журналистики ВГУ

(ФИО)

В _____

(название организации)

*Сроки прохождения практики.
Полнота изучения всех вопросов, предусмотренных программой практики.
Проявление студентом самостоятельности, ответственности,
трудолюбия, активности, творческого подхода к работе, дисциплинированности.
Участие студента в текущей работе организации, решение задач.
Трудности, препятствовавшие нормальному ходу практики.
Замечания и пожелания по организации практики, содержанию практики,
уровню подготовки студента.*

Руководитель практики от организации (должность, ФИО, подпись)

Печать

Приложение Б
(обязательное)
Форма отчета студента о прохождении практики

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

Факультет журналистики

Кафедра рекламы и дизайна / кафедра связей с общественностью

ОТЧЕТ

(вид практики)

направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(квалификация «бакалавр»)
(профиль «Реклама в СМИ» / «СО в СМИ»)

Студент

подпись

расшифровка подписи

**Руководитель от Воронежского
государственного университета**

подпись

расшифровка подписи

Руководитель от организации

подпись

расшифровка подписи

Воронеж 201_

Структура отчета о практике

1. Когда и где проходил практику (название фирмы, адрес, фамилия руководителя).
2. В каком отделе и кем работал (детально изложить суть должностных обязанностей).
3. Как выполнены план и программа практики (что не выполнено и почему).
4. Какие мероприятия проводились в рамках конкретной коммуникационной кампании, классифицировать их с точки зрения теории рекламы и СО, указав:
 - суть коммуникационной стратегии,
 - планы коммуникационной кампании,
 - координацию отделов агентства,
 - результат воздействия на целевой сегмент.
5. Какие затруднения встречались при прохождении практики.
6. Какая практическая помощь была оказана со стороны руководителя базы практики.
7. Предложения и рекомендации относительно совершенствования деятельности агентства (отдела).
8. Итоги работы и предложения относительно организации очередной практики.

Приложение В
(обязательное)
Форма дневника практиканта

Дата	Перечень выполненных работ	Результат / оценка эффективности предпринятых усилий	Оценка и подпись руководителя

Приложение Г

(справочное)

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по практике

1. Учебная практика по получению первичных профессиональных умений и навыков

Код контролируемой компетенции и ее формулировка	Элементы компетенции, формулируемые на практике	Наименование оценочного средства	Содержание оценочного средства	Форма отчетности практиканта	Критерии оценки
способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1)	Уметь: выделять ключевые навыки работы в рекламной структуре или выполняющей функции СО (агентстве, пресс-службе и т.п); демонстрировать исполнительские навыки при решении производственных задач рекламного агента или PR-менеджера.	Практическое задание	Детально изложить суть исполненных должностных обязанностей сотрудников коммуникационного подразделения базы практики.	Отчет практиканта	Зачтено с оценкой отлично ставится студенту, который выполнил в срок и на высоком уровне с проявлением самостоятельности, творчества, инициативы весь объем задания. Проявил инициативу, высказал оригинальные суждения относительно коммуникационного продвижения базы практики либо организации-партнера.
владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2)	Уметь: различать обязанности рекламного и СО-менеджера.	Документ «Обязанности»	Характеристика должностных обязанностей сотрудников коммуникационного подразделения базы практики.	Отчет практиканта	Зачтено с оценкой хорошо ставится студенту, который выполнил в срок и на должном уровне с проявлением самостоятельности задание. Оценил возможности коммуникационного продвижения организации.
обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3)	Уметь: логически верно, аргументировано и ясно строить письменную речь. Владеть: способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения; базовым комплексом	Рекламный или СО-текст	Памятка о создании рекламного или СО-текста	Рекламный или СО-текст. Портфолио.	Зачтено с оценкой удовлетворительно ставится студенту, который выполнил намеченный объем работы. Однако испытал затруднения по изложению

	знаний и навыков, необходимых для разработки творческой концепции и содержания рекламных и СО-сообщений и их воплощения, а также экспертной оценки.				полученных результатов. Не зачтено ставится студенту, который не выполнил задание либо допустил существенные ошибки, не явился на практику либо допустил нарушение дисциплины.
--	---	--	--	--	--

2. Производственная практика по получению профессиональных умений и опыта коммуникационной деятельности

Код контролируемой компетенции и ее формулировка	Элементы компетенции, формулируемые на практике	Наименование оценочного средства	Содержание оценочного средства	Форма отчетности практиканта	Критерии оценки
способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6)	Уметь: работать с внутренними и внешними целевыми аудиториями базы практики: сотрудниками, клиентами, партнерами, органами государственной власти, общественными, некоммерческими, образовательными, благотворительными организациями, организациями здравоохранения, коммерческими структурами, политическими партиями, СМИ и др.	Практическое задание	Характеристика целевых аудиторий организации / агентства.	Отчет	Зачтено с оценкой отлично ставится студенту, который выполнил в срок и на высоком уровне с проявлением самостоятельности, творчества, инициативы весь объем задания. Проявил инициативу, высказал оригинальные суждения относительно коммуникационного продвижения базы практики либо организации-партнера. Зачтено с оценкой хорошо ставится студенту, который выполнил в срок и на должном уровне с проявлением самостоятельности задание. Оценил возможности коммуникационного продвижения организации. Зачтено с оценкой удовлетворительно ставится студенту, который выполнил намеченный объем работы.
способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7)	Уметь: планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия; осуществлять корректировку и контроль коммуникационных программ и мероприятий; определять стратегические цели и руководить проектированием,	Практическое задание	Концепция проекта	Отчет	

	<p>планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий; разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, задания на их разработку, осуществлять руководство проектной деятельностью; оценивать качество и эффективность проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки; разрабатывать планы, программы и другие материалы прогнозно-аналитического характера;</p> <p>Владеть опытом: осуществления профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта и т.д.</p>				<p>Однако испытал затруднения по изложению полученных результатов.</p> <p>Не зачтено ставится студенту, который не выполнил задание либо допустил существенные ошибки, не явился на практику либо допустил нарушение дисциплины.</p>
--	--	--	--	--	---

3. Производственная практика по получению профессиональных умений и опыта информационно-технологической деятельности

Код контролируемой компетенции и ее формулировка	Элементы компетенции, формулируемые на практике	Наименование оценочного средства	Содержание оценочного средства	Форма отчетности практиканта	Критерии оценки
<p>способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (ПК-12)</p>	<p>Уметь: работать с внутренними и внешними целевыми аудиториями базы практики: сотрудниками, клиентами, партнерами, органами государственной власти, общественными, некоммерческими, образовательными, благотворительными организациями, организациями здравоохранения, коммерческими структурами, политическими партиями, СМИ и др.</p>	<p>Практическое задание</p>	<p>Результаты контактирования с целевыми аудиториями (нейтральность / враждебность / лояльность / вовлеченность / приверженность)</p>	<p>Отчет</p>	<p>Зачтено с оценкой отлично ставится студенту, который выполнил в срок и на высоком уровне с проявлением самостоятельности, творчества, инициативы весь объем задания. Проявил инициативу, высказал оригинальные суждения относительно коммуникационного продвижения базы практики либо организации-партнера. Зачтено с оценкой хорошо ставится студенту, который</p>
<p>владение навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве (ПК-15)</p>	<p>Уметь: выделить целевую аудиторию, подготовить месседж для нее в соответствии с целью организации, определить каналы коммуникации (СМИ, слухи, SMM и др.)</p>	<p>Практическое задание</p>	<p>Месседж с его обоснованием и каналом коммуникации.</p>	<p>Отчет. Портфолио.</p>	<p>выполнил в срок и на должном уровне с проявлением самостоятельности задание. Оценил возможности коммуникационного продвижения организации. Зачтено с оценкой удовлетворительно ставится студенту, который выполнил намеченный объем работы. Однако испытал затруднения по изложению полученных результатов. Не зачтено ставится студенту, который не выполнил задание либо допустил существенные ошибки, не явился на</p>

					практику либо допустил нарушение дисциплины.
--	--	--	--	--	--

4. Производственная преддипломная практика

Код контролируемой компетенции и ее формулировка	Элементы компетенции, формулируемые на практике	Наименование оценочного средства	Содержание оценочного средства	Форма отчетности практиканта	Критерии оценки
способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7)	Уметь: отличать коммуникационное мероприятие от коммуникационной кампании	Практическое задание	Концепция ВКР	Глава 2 ВКР	Зачтено с оценкой «отлично» ставится студенту, который выполнил в срок и на высоком уровне с проявлением самостоятельности, творчества, инициативы весь намеченный объем работы, требуемый программой практики. Проявил инициативу, высказал оригинальные суждения относительно концепции исследовательской ВКР либо творческой ВКР – проекта коммуникационного продвижения организации (базы практики) либо организации-партнера. В ходе выступления перед преподавателями и сокурсниками обосновал, подтвердил либо опроверг гипотезу. Дал аргументированные ответы на вопросы.
способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (ПК-12)	Уметь: составлять документы для целевых аудиторий	Практическое задание	Документы, меседжи	Приложение к ВКР. Портфолио.	Зачтено с оценкой «хорошо» ставится студенту, который выполнил в срок и на должном уровне с проявлением самостоятельности, творчества намеченный объем работы, требуемый программой практики. Оценил возможности коммуникационного продвижения организации. Высказал суждения относительно концепции исследовательской ВКР либо
способность под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы (ПК-16)	Уметь: подготовить выпуск и распространение рекламной продукции	Практическое задание	Рекламная продукция	Приложение к ВКР. Портфолио.	

					<p>творческой ВКР – проекта коммуникационного продвижения организации (базы практики) либо организации-партнера. Подтвердил либо опроверг гипотезу. Ответил на вопросы.</p> <p>Зачтено с оценкой «удовлетворительно» ставится студенту, который выполнил намеченный объем работы, требуемый программой практики. Однако испытал затруднения по части инициативности, самостоятельности при решении задач ВКР. Испытал затруднения при ответе на вопросы.</p> <p>«Не зачтено» с оценкой «неудовлетворительно» ставится студенту, который не выполнил программу практики либо допустил существенные ошибки, не решил задач ВКР, не представил черновика. Не выдвинул гипотезы. Не ответил на вопросы.</p>
--	--	--	--	--	---

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЙ

ПОЛОЖЕНИЕ

о порядке проведения практик обучающихся
в Воронежском государственном университете
по направлению подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Высшее образование

Бакалавриат

Ответственный исполнитель –

Декан факультета журналистики



В.В.Тулупов

19.12.2016

СОГЛАСОВАНО

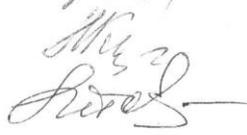
Начальник УМУ



Л. И. Колесникова

19.12.2016

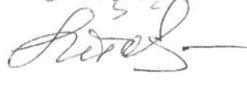
Начальник отдела
качества образования



Л.А. Кунаковская

19.12.2016

Куратор ООП



Е.Е.Топильская

19.12.2016

Заместитель
начальника УпРОД



И. В. Долгополов

19.12.2016

УТВЕРЖДЕНО приказом от 09.02.2017 № 0063