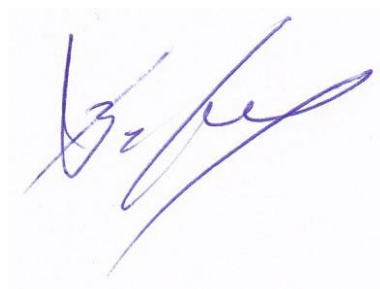


МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета журналистики



Тулупов В.В.

17.04.2025г.

ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

Б2.В.03(П) Производственная практика (проектная)

- 1. Код и наименование направления подготовки:** 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
 - 2. Профиль подготовки:** Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации
 - 3. Квалификация выпускника:** бакалавр
 - 4. Форма обучения:** заочная
 - 5. Кафедра, отвечающая за реализацию дисциплины:** кафедра связей с общественностью, рекламы и дизайна факультета журналистики ВГУ
 - 6. Составители программы:** Щукина Любовь Сергеевна, к.ф.н., доцент кафедры связей с общественностью, рекламы и дизайна факультета журналистики Воронежского государственного университета
 - 7. Рекомендована:** Научно-методическим советом факультета журналистики, протокол № 7 от 17.05.2025 г.
 - 8. Учебный год:** 2028 / 2029 **Семестр:** 7,8
 - 9. Цель практики:** приобретение навыков проектной работы в рекламной структуре или структуре, выполняющей функции СО (агентстве, пресс-службе, медиацентре и т.п); приобретение исполнительских навыков при решении производственных задач специалиста по рекламе или СО.
- Задачи практики:**

1. Разработка и/или реализация коммуникационного продукта с применением основных технологий СО, рекламных или маркетинговых коммуникаций.

2. Участие в создании / реализации коммуникационных кампаний / проектов и/ или мероприятий.

10. Место практики в структуре ООП: Производственная практика (проектная) относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока практик Б2 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Данная практика развивает умения и навыки, полученные в процессе изучения предшествующих курсов, связанных с рекламной и СО-деятельностью.

Требования к входным знаниям и компетенциям. Студент должен обладать:

1. представлением о рекламе как профессиональной деятельности и составляющей комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций.

2. знаниями особенностей создания медиапродукта;

3. представлением о проектной деятельности в сфере рекламы и PR.

Данная практика является предшествующей для Производственной практики (преддипломной).

11. Вид практики, способ и форма ее проведения

Вид практики: производственная.

Способ проведения практики: стационарная.

Реализуется частично в форме практической подготовки (ПП).

12. Планируемые результаты обучения при прохождении практики (знания, умения, навыки), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями) и индикаторами их достижения:

Код	Название компетенции	Код(ы)	Индикатор(ы)	Планируемые результаты обучения
ПК-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-1.1	Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	Знать: принципы и методы реализации проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью Уметь: осуществлять подготовку проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью Владеть: начальными навыками подготовки проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью
		ПК-1.2	Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	Знать: специфику подготовки документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью Уметь: анализировать информацию для подготовки документации. Владеть: навыками подготовки основных документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью
		ПК-1.3	Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта	Знать: теоретические основы проведения исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта Уметь: составлять программы исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта Владеть: начальными навыками проведения

ПК-3	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК-3.1	Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или)реализации коммуникационного продукта	Знать: основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или)реализации коммуникационного продукта Уметь: пользоваться основными маркетинговые инструменты при планировании производства и (или)реализации коммуникационного продукта Владеть: начальными навыками планирования производства и (или)реализации коммуникационного продукта
		ПК-3.2	Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта	Знать: теоретические основы проведения исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта Уметь: составлять программы исследований Владеть: начальными навыками проведения исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта
		ПК-3.3.	Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевым и группами	Знать: теоретические основы проведения мониторинга обратной связи с разными целевым и группами Уметь: составлять программы мониторинга Владеть: начальными навыками проведения мониторинга обратной связи с разными целевым и группами

13. Объем практики в зачетных единицах / ак. час. — 6 / 216.

Форма промежуточной аттестации: зачет с оценкой.

14. Трудоемкость по видам учебной работы

Вид учебной работы	Трудоемкость					
	Всего	По семестрам				...
		7 семестр		8 семестр		
		ч.	ч., в форме ПП	ч.	ч., в форме ПП	
Всего часов	216	108	108	108	100	
в том числе:						
Лекционные занятия (контактная работа)	0	0	0	0	0	
Практические занятия (контактная работа)	4	0	0	4	0	
Самостоятельная работа	208	108	108	100	100	
Промежуточная аттестация	4	0	0	4	0	
Итого:	216	108	108	108	100	

15. Содержание практики (или НИР)

п/п	Разделы (этапы) практики	Виды учебной работы
1.	Подготовительный (организационный)	Инструктаж по технике безопасности, общее знакомство с местом практики (научно-исследовательскими лабораториями), составление и утверждение графика прохождения практики,
		изучение литературных источников по теме экспериментального исследования, реферирование научного материала и т.д.

2.	Основной (деятельностный)	Знакомство со структурой, целями и задачами организации, выполнение заданий руководителя.
3.	Заключительный (информационно-аналитический)	Обработка и анализ полученной информации, подготовка отчета по практике, оценка собственных знаний, умений и навыков, формирование портфолио.
4.	Представление отчетной документации	Публичная защита отчета на итоговом занятии в группе.

16. Перечень учебной литературы, ресурсов сети «Интернет», необходимых для прохождения практики:

а) основная литература:

№ п/п	Источник
1	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.

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
2	Теория и практика креативной деятельности: учебное пособие / О.А. Карлова, Е.А. Ноздренко, И.А. Пантелеева, И.А. Карлов; Сибирский федеральный университет. – Красноярск : Сибирский федеральный университет (СФУ), 2012. – 372 с. – Режим доступа: URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364091 .
3	Ткаченко Н.В. Креативная реклама: технологии проектирования / Н.В. Ткаченко, О.Н. Ткаченко; под ред. Л.М. Дмитриевой. – Москва : Юнити, 2015. – 336 с. – (Азбука рекламы). – Режим доступа: URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114422
4	Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг / Ф.И. Шарков. – Москва: Дашков и К°, 2020. – 324 с. – Режим доступа: URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116042
5	Щукина Л.С. Рекламный креатив: технологии разработки [Электронный ресурс] : учебное пособие / Л.С. Щукина ; [Воронеж. гос. ун-т, Фак. журналистики] .– Электрон. текстовые дан. – Воронеж, 2013 .– URL: http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/m13-245.pdf

в) информационные электронно-образовательные ресурсы:

№ п/п	Ресурс
6	ЭБС Издательства "Лань"
7	Университетская библиотека online
8	Лаборатория рекламы, маркетинга и public relations. – URL: http://www.advlab.ru .
9	Маркетинг в России и за рубежом. – <URL: http://www.dis.ru/market >
10	Электронный курс: Щукина Л.С. Учебная практика, профессионально-ознакомительная. – Электронный университет ВГУ. — Режим доступа: (https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=8480).

17. Образовательные технологии, применяемые при проведении практики и методические указания для обучающихся по прохождению практики:

Практика проводится в форме контактной и самостоятельной работы.

Рекомендации обучающимся: во время прохождения практики необходимо вести дневник практики, фиксируя ход и результаты деятельности.

18. Материально-техническое обеспечение практики:

Аудитории для проведения занятий лекционного типа. Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор View Sonic, ПК (i5/4Gb/HDD 1Tb), экран настенный с электроприводом CS 244*244; акустическая система BEHRINGER B115D, микшер UB 1204 FX, микрофон B-1.

Аудитории для проведения занятий семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации. Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ, экран настенный CS 244*244; переносной ноутбук 15*Packard Bell;

ПК (intel/4Gb/HDD 500Gb), Тв 55" Haier.

Аудитории для самостоятельной работы студентов. Используются компьютерные классы:

ауд. 115 (Воронеж, ул. Хользунова, 40-а). Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ MX511; экран настенный CS 244*244; интерактивная доска

Promethean; ПК (i5/4Gb/HDD 1Tb) (11 шт.);

ауд. 118 (Воронеж, ул. Хользунова, 40-а). Типовое оснащение, оборудование: мультимедиа-проектор BenQ, экран настенный CS 244*244;

ПК (Intel/16Gb/HDD 1Tb) (10 шт), Тв 55" Haier

ауд. 126 (Воронеж, ул. Хользунова, 40-а). Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ MX511; ПК (Razer 5/4Gb/1Tb)(10 шт.); экран настенный CS 244*244; интерактивная доска Promethean.

Программное обеспечение:

WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdmс, OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmс, Неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite Комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление), СПС «ГАРАНТ-Образование».

19. Оценочные средства для проведения текущей и промежуточной аттестации обучающихся по практике

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Компетенция(и)	Индикатор(ы) достижения компетенции	Оценочные средства
1.	Подготовительный (организационный)	ПК-1	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3	Практическое задание
2.	Основной (деятельностный)	ПК-1 ПК-3	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	Практическое задание
3.	Заключительный (информационно-аналитический)	ПК-1 ПК-3	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	Практическое задание
4.	Представление отчетной документации	ПК-1 ПК-3	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	Практическое задание
Промежуточная аттестация форма контроля - зачет с оценкой				Отчет о практике

20. Типовые оценочные средства и методические материалы, определяющие процедуры оценивания и критерии их оценивания

20.1 Текущий контроль успеваемости

Контроль успеваемости по дисциплине осуществляется с помощью практического задания.

Перечень практических заданий:

1. предложить концепцию рекламного продукта;
2. составить план рекламной или СО-компании;
3. создать элементы фирменного стиля, текст;
4. принять участие в рекламном или коммуникационном проекте.
5. Перед реализацией проекта исполнитель готовит бриф и отправляет его на утверждение заказчику. Правильный ли это алгоритм действий?

Ответ: Нет, это неправильно. Бриф помогает исполнителю познакомиться с желаниями

- заказчика и заполняется самим заказчиком.
6. Вам предстоит подготовить бриф. Включать ли в него следующие пункты: ваша ЦА, ваши конкуренты, общая информация о компании?
Ответ: Да, включать.
 7. Руководитель IT-компании, где работает 100 человек, собирается отмечать день рождения. Нужно ли писать пресс-релиз в преддверии этого события?
Ответ: Нет, не нужно. Пресс-релиз пишется, если есть серьезный информационный повод.
 8. Нужно ли учитывать такой параметр ЦА, как географическое положение, если вы хотели бы стать блогером?
Ответ: Да. Если вы пишете для русских читателей, то и писать будете на русском языке, если для зарубежья, то соответственно и язык поменяется.
 9. Вы хотите составить портрет своей целевой аудитории. Можно ли считать представленное описание портретом ЦА: «Екатерина, 31 год. Замужем, дети: 3 года и 7 лет. Работает менеджером по персоналу в крупной компании. Ходит на пилатес».
Ответ: Да, можно. Портрет ЦА - это описание конкретного представителя сегмента, идеального клиента.
 10. Вам предстоит организовать День открытых дверей в университете. Чтобы провести мониторинг отзывов участников, когда необходимо подготовиться к нему? До мероприятия? После него?
Ответ: До мероприятия. Например, подготовить анкеты, которые нужно будет раздать гостям мероприятия.

20.2 Промежуточная аттестация

Оценка знаний, умений и навыков, характеризующих этапы формирования компетенций, при прохождении практики проводится в ходе промежуточной аттестаций. Промежуточная аттестация проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования.

Промежуточная аттестация по практике включает подготовку и защиту отчета и материалов практики.

Отчет содержит следующие составляющие: (1) характеристику обучающегося со стороны базы практики; (2) дневник практиканта; (3) собственно отчет с оценкой самим обучающимся знаний, умений и навыков; (4) текстовые и иные материалы. Сброшюрованный отчет вместе с материалами обязательно подписывается (заверяется) руководителем базы практики. Результаты прохождения практики докладываются обучающимся руководителю практики от вуза в ходе собеседования или итоговой конференции.

По результатам доклада с учетом характеристики руководителя и качества представленных материалов обучающемуся выставляется дифференцированный зачет.

Для оценивания результатов обучения при промежуточной аттестации (зачет с оценкой) используются следующие показатели (критерии оценивания):

1. Для оценки знаний
 - 1.1 Сформулирована цель практики.
 - 1.2 Поставлены задачи практики.
2. Для оценки умений
 - 2.1 Выполнены поручения базы практики.
 - 2.2 Мотивированы рекламные решения.
3. Для оценки навыков
 - 3.1 Анализ рекламных материалов на соответствие брифу заказчика.
 - 3.2 Создание брифа совместно с заказчиком.

Система оценки результатов учебной практики соответствует следующей четырёхбалльной шкале: (1) зачтено с оценкой отлично; (2) зачтено с оценкой хорошо; (3) зачтено с оценкой удовлетворительно; (4) не зачтено.

Соотношение показателей, критериев и шкалы оценивания результатов обучения.

Критерии оценивания компетенций	Уровень сформированности компетенций	Шкала оценок
Программа практики выполнена в полном объеме и в соответствии с утвержденным графиком. Подготовленный отчет и предоставленные материалы в полной мере соответствуют всем перечисленным критериям. Продемонстрированы знания, умения и навыки в соответствии с ПК	Повышенный уровень	зачтено с оценкой отлично
Программа практики выполнена в соответствии с утвержденным графиком. Подготовленный отчет и предоставленные материалы в целом соответствуют всем перечисленным критериям. Продемонстрированы знания, умения и навыки в соответствии с ПК.	Базовый уровень	зачтено с оценкой хорошо
Программа практики в основном, но не в полном объеме выполнена. Подготовленный отчет и предоставленные материалы не соответствуют любым трем из перечисленных критериев.	Пороговый уровень	зачтено с оценкой удовлетворительно
Программа практики не выполнена. Отчет и материалы не предоставлены либо обнаруживают несоответствие четырем из шести критериев.	–	Не зачтено