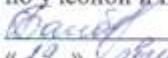


СТЕРЛИТАМАКСКИЙ ИНСТИТУТ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ (ФИЛИАЛ)  
ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО  
УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ»

УТВЕРЖДАЮ

Зам. директора  
по учебной и научной работе  
 О.В. Балберова  
«19» августа 2016 г.

СОГЛАСОВАНО

Начальник  
учебного отдела  
 А.Р. Федосеева  
«19» августа 2016 г.

Декан факультета дополнительного  
образования

 О.А. Никитина  
«19» августа 2016 г.

**ПРОГРАММА**  
**УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ**  
**НАПРАВЛЕНИЯ ПОДГОТОВКИ 42.03.01**  
**«РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»**

<b>Направление подготовки</b>	42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
<b>Профиль подготовки</b>	«Реклама и связи с общественностью в отрасли физической культуры и спорта»
<b>Квалификация (степень) выпускника</b>	академический бакалавр
<b>Форма обучения</b>	заочная

Стерлитамак  
2016 г.

## **ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА**

Программа учебной практики составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и является обязательной частью подготовки высококвалифицированных специалистов в области рекламы и связей с общественностью, рекреации и спорта и проводится согласно учебному плану, графику учебного процесса.

Программа является основным учебно-методическим источником для студентов, обучающихся по направлению «Реклама и связи с общественностью». Программа содержит режим практической деятельности студента, права и обязанности практиканта, требования к ведению дневника и составлению отчетной документации по практике, критерии оценки отчетов по учебной практике.

### **I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ**

#### **1. Цели учебной практики**

Данная практика является продолжением учебного процесса будущих бакалавров направления «Реклама и связи с общественностью» непосредственно в местах практики.

Цели практики:

- 1) применение и закрепление теоретических знаний,
- 2) совершенствование профессиональных навыков и компетенций в сфере профессиональной деятельности «Реклама и связи с общественностью».

#### **2. Задачи учебной практики**

В процессе прохождения учебной практики студенты решают следующие задачи:

1. Изучение системы работы СМИ, структуры, содержания деятельности сотрудников, а также механизмов взаимодействия данного СМИ с PR-службами предприятий и организаций.
2. Совершенствование, расширение и закрепление теоретических знаний и умений, приобретенных в вузе.
3. Освоить приемы и формы деловой коммуникации, работы с информационными источниками и материалами;
4. Формирование социально-активных отношений, творческого и исследовательского подхода к профессиональной деятельности посредством установления и поддержания необходимых связей с агентствами по связям с общественностью, государственными и общественными структурами, движениями, партиями.
5. Осуществлять работу по повышению общего культурного и профессионального уровня.

#### **3. Место учебной практики в структуре ООП ВО**

Учебная практика проводится в условиях максимально приближенных к реальной деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью, опираясь на знания, умения и навыки студентов по изученным дисциплинам таким как Экономика, Социология, Основы теории коммуникации, Теория и практика массовой информации, Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью, Основы маркетинга, Маркетинговые исследования и ситуационный анализ.

К практике допускаются студенты, не имеющие задолженностей по изученным дисциплинам.

#### **4. Форма проведения учебной практики**

Учебная практика проводится с отрывом от учебы.

## 5. Место и время проведения учебной практики

В соответствии с учебным планом учебная практика проводится на 3 курсе в шестом семестре в течение шести недель.

Для прохождения практики определяются PR-отделы и отделы по связям с общественностью предприятий и организаций, а также СМИ.

Объем практики составляет 9 зачетных единиц, 324 часа, а занятость студентов составляет не менее 54 часов в неделю, из них 18 часов отводится на самостоятельную работу.

## 6. Руководство практикой

Общее руководство практикой осуществляет отдел практики, а непосредственное руководство и контроль – методисты - преподаватели выпускающей кафедры.

## 7. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения учебной практики

Процесс учебной практики направлен на формирование следующих компетенций:

### 1) общепрофессиональные компетенции (ОПК):

- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);

- умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);

- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6).

### 2) профессиональные компетенции (ПК):

*организационно-управленческая деятельность:*

- владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);

*коммуникационная деятельность:*

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

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

*рекламно-информационная деятельность:*

- способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8).

В результате прохождения учебной практики студент должен приобрести следующие практические навыки и умения:

#### **знать:**

- как осуществлять под контролем профессиональные функции 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; иметь представление о базовых навыках общения, обладать умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами;

#### **уметь:**

- логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь; быть готовым к кооперации с коллегами, работе в коллективе; стремиться к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства;

**владеть:**

- основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, иметь навыки работы с компьютером как средством управления информацией; навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации;

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

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

- способностью организовать и провести социологические исследования с целью составления прогноза общественного мнения и разработки мер по повышению имиджа фирмы, организации.

## **8. Критерии к выставлению итоговой оценки по учебной практике**

Оценка «отлично» выставляется за отчет по практике, который полностью соответствует поставленному заданию, содержит грамотно изложенный материал, с соответствующими выводами и обоснованными предложениями. При его защите студент свободно оперирует данными проведенной работы, легко отвечает на поставленные вопросы.

Оценка «хорошо» выставляется за грамотно выполненный во всех отношениях отчет по практике при наличии небольших недочетов в его содержании, оформлении и защите.

Оценка «удовлетворительно» выставляется за отчет по практике, который удовлетворяет всем предъявляемым требованиям, но отличается поверхностью проведенного анализом, в нем просматривается непоследовательность изложения материала, представлены необоснованные выводы и предложения. При его изложении студент проявляет неуверенность, не дает полного аргументированного ответа на заданные вопросы.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется за отчет по практике, который носит преимущественно описательный характер, не содержит анализа деятельности объекта по разделам задания. При проведении анализа и интерпретации его результатов автором допущены грубые ошибки, выводы и предложения носят декларативный характер. При защите отчета студент затрудняется отвечать на поставленные вопросы, при ответе допускает существенные ошибки.

## II. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

№ п/п	Этапы, разделы и виды учебной практики	Виды производственной работы (в часах)				Форма текущего контроля
		Наблюдение, изучение, анализ	Практическая работа	Работа с документами	Самостоятельная работа	
1	2	3	4	5	6	7
1.	<b>ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ЭТАП</b>	<b>16</b>	<b>14</b>	<b>10</b>	<b>30</b>	
	1. Организационно-ознакомительная работа					
	1. Участвовать в организационных мероприятиях, связанных с практикой (установочной конференции «Задачи, содержание и организация ознакомительной практики», собрания группы, совещания, консультации, защита отчета по практике и т.д.).	4		4	6	Контроль за участием
	2. Ознакомиться с материальной базой практики, организационной структурой, технологическим процессом и сотрудниками предприятия, изучить рабочий план подразделения, согласно которому осуществляют свою деятельность сотрудники.	4	6		8	Проверка записи в дневнике
	3. Ознакомиться с нормативно-правовыми документами базовой организации (Положение или Устав, лицензия, договор с	4	4		8	Проверка записи в дневнике

	<p>учредителем) и документами, регламентирующими деятельность базовой организации (инструкция по охране труда и технике безопасности, приказы и постановления руководителя, правила внутреннего распорядка, должностные инструкции, другие положения и распоряжения).</p> <p>4. Ознакомиться с взаимодействием базовой организации, с городской, областной администрациями, организациями здравоохранения, культуры, спорта, образования и общественными объединениями.</p> <p>5. Разработать индивидуальный план работы студента.</p> <p>6. Составить и защитить отчет по итогам практики.</p>	4		4	6	<p>Проверка записи в дневнике</p> <p>Оформление документа</p>
			4	2	2	Оценка оформления документов
2.	<b>ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ЭТАП</b>	<b>60</b>	<b>80</b>	<b>36</b>	<b>60</b>	
	2.1. Информационно-творческая работа	20	34	10	14	
	1. Изучить учебно-программную документацию.	4	4			Проверка записи в дневнике
	2. Ознакомиться с организацией, руководством и трудовым коллективом PR-подразделения.	4	6			Проверка записи в дневнике
	3. Ознакомиться с учредительными документами отдела по рекламе и связям с общественностью.	4	4			Проверка записи в дневнике
	4. Ознакомиться с	2	6	4	6	

	<p>системой повышения квалификации специалистов.</p> <p>5. Работать со специальной методической литературой.</p> <p>6. В процессе работы составить три PR-текста.</p> <p>7. Принять участие в организации и проведении PR-кампании.</p>	2	6	6	8	
		4	2			
			6			
	2.2. Информационно-коммуникационная работа		16		10	
	1. Устанавливать связи с людьми и организациями, располагающими важными сведениями и источниками информации (пресс-службы коммерческих и государственных структур, пресс-центры учреждений, отделы по рекламе и PR организаций).		8		4	Проверка записи в дневнике
	2. Устанавливать и постоянно поддерживать необходимые связи с рекламными отделами редакций СМИ по месту прохождения практики, а также информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами, агентствами по связям с общественностью, издательствами.		8		6	Проверка записи в дневнике
	2.3. Учебно-исследовательская работа	16	12	18	16	
	1. Провести анализ PR-деятельности предприятия.	4	2	4	4	Оценка анализа Оценка анализа
	2. Провести анализ	4	2	6	6	Проверка записи в

	<p>годовых статистических отчетов за последние три года.</p> <p>3. Осуществить сбор материалов для курсовых работ по специальности.</p> <p>4. Провести сравнительный анализ PR-текстов с текстами, подготовленными сотрудниками PR-отдела.</p> <p>5. Изучить документацию и материалы PR-отдела с целью углубления и применения теоретических знаний на практике.</p>	4		4	4	<p>дневнике</p> <p>Проверка записи в дневнике</p>
		4	4	2	2	
			4	2		
	2.4. Информационно-аналитическая работа	24	18	8	20	
	1. Ознакомиться с режимом работы PR – отдела (служебные телефоны, должности, часы работы и приема посетителей).	8	6		4	Проверка записи в дневнике
	2. Провести анализ профессиональной деятельности организации за последний год.	6	6	8	6	Оценка документов
	3. Разработать выводы и предложения по совершенствованию работы отдела.	8	4		4	Оценка документов
	4. Составить план взаимодействия PR-службы со средствами массовой информации.	2	2		6	Оценка проведения мероприятий
3.	<b>ИТОГОВЫЙ ЭТАП</b>				<b>18</b>	
	3.1. Подготовка письменного отчета о практике.				6	Оценка документа
	3.2. Подготовка презентации практики.				8	Оценка качества презентации
	3.3. Участие в защите результатов практики.				4	Оценка



	<b>Итого</b>	<b>76</b>	<b>94</b>	<b>46</b>	<b>108</b>	<b>324</b>
--	--------------	-----------	-----------	-----------	------------	------------

### **III. ОБЯЗАННОСТИ ОРГАНИЗАТОРОВ, РУКОВОДИТЕЛЕЙ ПРАКТИКИ И ПРАКТИКАНТОВ**

#### **1. Права и обязанности студента-практиканта**

В соответствии с программой практики и в целях успешного ее выполнения студент **обязан:**

- своевременно выполнять все виды работ, предусмотренные программой практики, на высоком качественном уровне.

- организовать свою деятельность в соответствии с Уставом (Положением) организации, в которой проходит практику, подчиняться правилам внутреннего распорядка, распоряжениям администрации и руководителей практики.

В случае невыполнения предъявляемых к нему требований, он может быть отстранен от прохождения практики.

Для получения положительной дифференцированной оценки студенту необходимо:

- полностью выполнять программу практики своевременно сдать руководителю практики отчетную документацию;

- подготовить презентацию отчетной документации для защиты учебной практики по окончании.

Практикант, не выполнивший программу практики, получивший отрицательный отзыв о работе или не защитивший результаты практики, считается не прошедшим учебную практику.

Студенты имеют право по всем вопросам, возникающим в процессе практики, обращаться к руководителям практики, преподавателям института, специалистам PR - отдела; вносить предложения по совершенствованию организации практики, участвовать в конференциях, совещаниях, пользоваться библиотекой и кабинетами (по согласованию).

#### **2. Обязанности руководителя практики**

Руководитель практики несет личную ответственность за правильную организацию и проведение практики студентов в группе.

До начала практики проводит в учреждениях необходимую подготовительную работу, обеспечивая своевременное ее начало, знакомит работников отдела по связям с общественностью учреждения с программой практики, организует их встречу с практикантами.

Руководитель практики от института:

- обеспечивает необходимые условия прохождения практики;

- закрепляет практикантов за специалистами;

- консультирует практикантов;

- проводит методические занятия со студентами;

- совместно со специалистом организации составляет характеристики студентов;

- систематически проверяет отчетную документацию практикантов;

- по окончании практики принимает отчетную документацию студентов, анализирует и оценивает ее;

- составляет отчет по итогам практики и своевременно сдает курсовому руководителю;

- готовит пакет финансовых документов на оплату практики.

#### **Отчетная документация руководителя практики**

1. Оценочный лист.
2. Характеристики студентов – практикантов, заверенные печатью.
3. Отчет о проведении практики с выводами и предложениями по ее совершенствованию.
4. Документация студентов (бумажный и электронный вариант (диск)).
5. Договор об организации практики студентов.
6. Программа практики.

### **3. Обязанности руководителя учреждения**

Руководитель учреждения несет личную ответственность за правильную организацию и проведение практики студентов в группе.

До начала практики руководитель учреждения проводит необходимую подготовительную работу:

- обеспечивает необходимые условия прохождения практики, проводит работу со специалистами отдела по связям с общественностью по вопросам предстоящей практики;
- знакомит студентов со специалистами отдела, документацией;
- инструктирует студентов по охране труда и технике безопасности;
- на основе обобщения опыта вносит предложения по совершенствованию практики.

В процессе прохождения студентами практики курсовой руководитель:

- проводит установочную и итоговую конференции по практике;
- решает текущие организационные вопросы и консультации;
- организует и проводит консультации для студентов и методистов;
- курирует деятельность студентов и методистов в процессе практики;
- принимает и анализирует отчетную документацию методистов - составляет отчет по итогам практики;
- готовит финансовые документы на оплату работы специалистов базовых организаций;
- организует и проводит защиту практики.

### **4. Обязанности специалиста учреждения**

- знакомит прикрепленных к нему студентов с планом своей профессиональной работы;
- характеризует и распределяет между студентами область работ, определяет конкретные задачи в процессе профессиональной деятельности;
- консультирует студентов при подготовке к исполнению работ, утверждает планы работ;
- осуществляет оценку сделанной практикантом работы;
- инструктирует практикантов по соблюдению техники безопасности при работе с техническим оборудованием;
- поручает студентам самостоятельные задания по подготовке PR-текстов;
- дает характеристику студентам и оценку их профессиональной деятельности;
- участвует в совещании по подведению итогов практики, а также, по возможности, в защите практики.

## **IV. УЧЕТ И ОЦЕНКА РАБОТЫ, ВЫПОЛНЕННОЙ СТУДЕНТАМИ В ПЕРИОД УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ**

Учет и оценку деятельности студентов осуществляют руководители практики в контакте с руководителями от учреждения.

Деятельность практикантов оценивается с учетом творческого подхода к видам производственной работы, ее эффективности и качества отчетной документации.

В оценке учитывается степень владения студентами общекультурными и профессиональными компетенциями, уровень их теоретической и практической подготовленности.

### **1. Перечень требований к аттестации практиканта**

1. Индивидуальный план работы студента.
2. Должностная инструкция специалиста по связям с общественностью.
3. Структура организации.
4. PR-тексты, подготовленные студентом.
5. Справка анализа профессиональной деятельности учреждения.
6. Отчет об участии в PR-кампании.

7. Медиапланирование.
8. Медиакарта.
9. Дневник практиканта.
10. Отчет практиканта.
11. Характеристика.

Каждый документ проверяется и заверяется методистом или специалистом учреждения.

## **2. Контрольные вопросы по итогам учебной практики, используемые в процессе защиты результатов практики**

1. Перечислите правила организации и проведения пресс-конференций.
2. Раскройте основное содержание деятельности специалиста по связям с общественностью.
3. Каковы компетенции специалиста по связям с общественностью.
4. Расскажите об основных видах PR-материалов в работе специалиста по связям с общественностью.
5. Какие методы исследования в связях с общественностью вы знаете.
6. Что такое «контент-анализ»? Приведите примеры.
7. Что такое «информация»?
8. Что такое «коммуникация»?
9. Какие качества необходимы человеку для эффективной коммуникации?
10. Раскройте основные формы и методы работы со СМИ.
11. Каковы особенности работы СМИ в промышленном секторе.
12. Расскажите о видах планирования в связях с общественностью.
13. Дайте определение «общественному мнению»: механизм его формирования.
14. Расскажите об организации внутрикорпоративных коммуникаций.
15. Рассмотрите классификацию специальных мероприятий в связях с общественностью.
16. Что такое «пресс-релиз»: виды, принципы построения.
17. Обоснуйте методы организации связей с общественностью в кризисных ситуациях.
18. Что такое «имидж». Какова структура, типология.
19. Рассмотрите классификацию пресс-служб и специализации.
20. Каковы принципы формирования информационного пакета: его состав, правила оформления.

## **3. Форма аттестации по итогам учебной практики**

Формой аттестации по итогам практики является защита результатов практики, которая проводится по окончании практики по графику перед компетентной комиссией и на основе балльно-рейтинговой системы. По результатам защиты студенту выставляется итоговая оценка за практику.

## **V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ**

### **Основная литература**

1. Кондратьев, Э. В. Связи с общественностью : учеб. пособие / Э. В. Кондратьев, Р. Н. Абрамов . – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Академический проект, 2004 . – 431с. – (Учебное пособие для высшей школы).
2. Муртазина, Г. Х. Связи с общественностью в физической культуре, рекреации и спорте : метод. указ. / Г. Х. Муртазина ; СПбГУФК. – СПб. : СПбГУФК, 2007. – 39 с. – Библиогр.: с. 34-38.
3. Связи с общественностью. Составление документов: теория и практика : учеб. пособие / В. В. Данилина, М. В. Луканина, Л. В. Минаева, Л. К. Салиева; под ред. Л. В. Минаевой. – М. : Аспект Пресс, 2008 . – 287 с. – ISBN 978-5-7567-0422-8 (( в пер.)), 3000.
4. Связи с общественностью: теория, практика, коммуникационные стратегии : учеб. пособие / под ред. В.М. Горохова, Т.Э. Гринберг. – М. : Аспект-Пресс, 2011. – 198 с. – ISBN 978-5-7567-0598-0.

5. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью. Теория и практика : учебник / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров . – 6-е изд. – М. : Дело, 2010 . – 553 с. — (Классический университетский учебник) .— ISBN 978-5-7749-0569-0.

#### **Дополнительная литература**

1. Доскова, И. С. Public Relations: Теория и практика / И. С. Доскова. – М. : Изд-во «Альфа-Пресс», 2007. – 152 с.

2. Музалевский, М. Е. PR-проект: от проблемы к результату / М. Е. Музалевский. – Саратов: «Научная книга», 2003. – 96 с.

3. Муртазина, Г. Х. Этика связей с общественностью и культура управления : учеб. пособие / Г. Х. Муртазина ; СПбГИЭУ. – СПб., 2005.

4. Русаков, А. Ю. Связи с общественностью в органах государственной власти : учеб. пособие / А. Ю. Русаков. – СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2006. – 224 с.

5. Татарина, Г. Н. Современная пресс-служба : учебное пособие / Г. Н. Татарина. – Омск : Изд-во ОмГТУ, 2007. – 79 с.

6. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью : теория и практика: учеб. пособие / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Дело, 2006. – 552 с.

#### **Информационно-справочные ресурсы:**

1. Любые поисковые системы в сети Internet

2. Библиотечка связиста. Коллекция электронных книг по связям с общественностью и рекламе. – Режим доступа : <http://pr.i-dl.ru>

3. EVARTIST-библиотека. – Режим доступа: <http://evartist.narod.ru>

4. Библиотека социально-политических и экономических наук. – Режим доступа : <http://vitosmf.narod.ru>

5. Сайт СИФК (филиал) ФГБОУ ВО «УралГУФК».

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОФОРМЛЕНИЮ ДНЕВНИКА  
ПО УЧЕБНОЙ ПРАКТИКЕ**

**ДНЕВНИК  
ПО УЧЕБНОЙ ПРАКТИКЕ**

Студента(ки) \_\_\_\_\_ курса \_\_\_\_\_ группа

Ф.И.О. \_\_\_\_\_

Место прохождения практики \_\_\_\_\_

Адрес \_\_\_\_\_

Телефон \_\_\_\_\_

Руководитель практики \_\_\_\_\_

**Руководители практики от учреждения:**

Руководитель \_\_\_\_\_

Специалист \_\_\_\_\_

Сроки прохождения практики: с \_\_\_\_\_ по \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ года

## I. ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ПЛАН РАБОТЫ СТУДЕНТА

№ п/п	Содержание работы	Сроки выполнения	Отметка о выполнении
1.	Организационный этап		Выполнено
			Выполнено
2.	Производственный этап		Выполнено
			Выполнено
3.	Итоговый этап		Выполнено

## II. ДОЛЖНОСТНАЯ ИНСТРУКЦИЯ СПЕЦИАЛИСТА ПО СВЯЗЯМ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Студенту-практиканту необходимо ознакомиться с должностной инструкцией PR-специалиста или специалиста по связям с общественностью учреждения, откопировать ее и на ее основе самостоятельно разработать должностную инструкцию.

Далее представлена примерная должностная инструкция специалиста по связям с общественностью.

Утверждаю  
Руководитель  
\_\_\_\_\_ (Ф.И.О.)  
\_\_\_\_\_ (подпись)  
« \_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.  
М.П.

« \_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. N \_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
(наименование организации)

## ДОЛЖНОСТНАЯ ИНСТРУКЦИЯ специалиста по связям с общественностью

### 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Настоящая должностная инструкция определяет функциональные обязанности, права и ответственность специалиста по связям с общественностью «\_\_\_\_\_» (далее - «Организация»).

1.2. Специалист по связям с общественностью назначается на должность и освобождается от должности в установленном действующим трудовым законодательством порядке приказом руководителя Организации.

1.3. Специалист по связям с общественностью подчиняется непосредственно \_\_\_\_\_ Организации.

1.4. На должность специалиста по связям с общественностью назначается лицо, имеющее высшее профессиональное образование по специальности «Связи с общественностью» без предъявления требований к стажу работы или высшее образование и дополнительную подготовку по специальности «связи с общественностью» без предъявления требований к стажу работы.

1.5. Специалист по связям с общественностью должен знать:  
– постановления, распоряжения, приказы, другие руководящие и нормативные документы, относящиеся к вопросам организации связей с общественностью;  
– основы законодательства о средствах массовой информации и рекламе;  
– международные и российские кодексы профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью;

- специализацию, особенности деятельности и перспективы развития Организации;
- основы политологии, социологии, психологии;
- основные методы проведения качественных и количественных социологических исследований;
- методику ведения мониторинга средств массовой информации;
- законы композиции и стиля рекламных сообщений, статей, обращений, публичных выступлений;
- методы анализа статистической информации;
- основы делопроизводства;
- методы и средства формирования и использования собственной базы данных Организации;
- методы сбора и обработки информации с применением современных технических средств и компьютерных технологий;
- основы законодательства о труде;
- правила по охране труда.

1.6. В период временного отсутствия специалиста по связям с общественностью его обязанности возлагаются на \_\_\_\_\_.

## **2. ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ОБЯЗАННОСТИ**

Специалист по связям с общественностью исполняет следующие обязанности:

Выполняет работу по реализации политики Организации в области связей с общественностью и отдельных ее этапов.

Участвует в разработке конкретных планов внутренней и внешней политики Организации в области связей с общественностью.

Осуществляет постоянное взаимодействие и поддерживает контакты с представителями средств массовой информации и общественности, знакомит их с официальными решениями и приказами руководства Организации, подготавливает ответы на официальные запросы, следит за своевременным распространением информационных материалов о деятельности Организации.

Участвует в подготовке и проведении брифингов, пресс-конференций, других мероприятий и акций информационно-рекламного характера, проводимых с участием представителей средств массовой информации и общественности, обеспечивает их комплексное информационное и организационное сопровождение.

Готовит пресс-релизы и другие информационные материалы для представителей средств массовой информации, проводит мониторинг электронных и печатных средств массовой информации, участвует в подготовке информационно-аналитических материалов для внутреннего пользования.

Разрабатывает информационно-рекламные материалы, готовит тексты для корпоративного издания, официального WEB-ресурса Организации.

Участвует в подготовке заданий для социологических исследований и составлении итоговых отчетов по результатам проведения мероприятий информационно-рекламного характера.

Выполняет работу по сбору, хранению, использованию и распространению информационных материалов, подготовке документов для сдачи в архив.

Обеспечивает исполнение решений руководства, своевременно информирует его о текущем ходе работ и их результатах.

## **3. ПРАВА**

Специалист по связям с общественностью имеет право:

3.1. Запрашивать и получать необходимые материалы и документы, относящиеся к вопросам деятельности специалиста по связям с общественностью.

3.2. Вступать во взаимоотношения с подразделениями сторонних учреждений и организаций для решения оперативных вопросов производственной деятельности, входящей в компетенцию специалиста по связям с общественностью.

3.3. Представлять интересы Организации в сторонних организациях по вопросам, связанным с его профессиональной деятельностью.

#### 4. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

Специалист по связям с общественностью несет ответственность за:

- 4.1. Необеспечение выполнения своих функциональных обязанностей.
- 4.2. Недостоверную информацию о состоянии выполнения работы.
- 4.3. Невыполнение приказов, распоряжений и поручений руководителя Организации.
- 4.4. Непринятие мер по пресечению выявленных нарушений правил техники безопасности, противопожарных и других правил, создающих угрозу деятельности Организации и ее работникам.
- 4.5. Необеспечение соблюдения трудовой дисциплины.

#### 5. УСЛОВИЯ И ОЦЕНКА РАБОТЫ

- 5.1. Режим работы специалиста по связям с общественностью определяется в соответствии с Правилами внутреннего трудового распорядка, установленными в Организации.
- 5.2. В связи с производственной необходимостью специалист по связям с общественностью обязан выезжать в служебные командировки (в т.ч. местного значения).
- 5.3. Оценка работы:
  - регулярная - осуществляется непосредственным руководителем в процессе исполнения специалистом по связям с общественностью трудовых функций;

– \_\_\_\_\_  
(указать порядок и основания для иных видов оценки работы)

#### 6. ПРАВО ПОДПИСИ

- 6.1. Специалисту по связям с общественностью для обеспечения его деятельности предоставляется право подписи организационно-распорядительных документов по вопросам, входящим в его функциональные обязанности.

_____	_____	_____
(должность лица)	(подпись)	(Ф.И.О. составившего инструкцию)
«__» _____ Г.		

_____	_____	_____
(должность лица)	(подпись)	(Ф.И.О.)
«__» _____ Г.		

СОГЛАСОВАНО:

Юрисконсульт \_\_\_\_\_ (подпись) \_\_\_\_\_ (Ф.И.О.)

«\_\_» \_\_\_\_\_ Г.

С инструкцией ознакомлен: \_\_\_\_\_ (подпись) \_\_\_\_\_ (Ф.И.О.)

«\_\_» \_\_\_\_\_ Г.



### III. СТРУКТУРА ОРГАНИЗАЦИИ

Представить структуру СМИ графически с указанием количества сотрудников в каждом подразделении.

В структуре студент должен показать основной профиль деятельности учреждения; организационно-правовую форму; производственную структуру, структуру управления; основные технико-экономические показатели за последние 2 года; роль и место отдела по связям с общественностью в производственно-сбытовой и рекламной деятельности предприятия. Описание взаимодействия сотрудников СМИ и приоритетных форм работы подразделения.

### IV. PR-ТЕКСТЫ, ПОДГОТОВЛЕННЫЕ СТУДЕНТОМ (представить текст, его анализ и оценку данную методистом)

Тема: \_\_\_\_\_  
Название: \_\_\_\_\_  
PR-текст: \_\_\_\_\_  
Анализ методиста: \_\_\_\_\_  
Оценка: \_\_\_\_\_  
Подпись методиста (Ф.И.О., должность): \_\_\_\_\_

### V. СПРАВКА АНАЛИЗА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ УЧРЕЖДЕНИЯ

Справка анализа профессиональной деятельности учреждения

\_\_\_\_\_  
(название организации)  
\_\_\_\_\_  
(за период)

Анализ: (указать основные принципы, методы и приемы, используемые сотрудниками данного PR – отдела, обработать и уточнить показатели эффективности деятельности отдела)

Замечания специалиста: \_\_\_\_\_  
Оценка: \_\_\_\_\_  
Подпись специалиста: \_\_\_\_\_  
(Ф.И.О., должность специалиста)

### VI. ОТЧЕТ ОБ УЧАСТИИ В PR-КАМПАНИИ

Отчет об участии в PR-кампании

\_\_\_\_\_  
(название)

Отчет: (изложить план подготовки и проведения кампании) \_\_\_\_\_  
Замечания специалиста \_\_\_\_\_  
Оценка руководителя практики \_\_\_\_\_  
Подпись руководителя практики \_\_\_\_\_ Ф.И.О. \_\_\_\_\_

### VII. МЕДИАПЛАНИРОВАНИЕ

	Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье
График съемок (проведения выездных интервью и пр.)							
График монтажа (сроки написания материала)							
График выхода							

материала в эфир (печать)							
------------------------------	--	--	--	--	--	--	--

### VIII. МЕДИАКАРТА

№ п/п	Ф.И.О. корреспондента (журналиста)	Ф.И.О. Главного редактора	Ф.И.О. Начальника рекламного отдела	Адреса, телефоны	График выхода в эфир (печать)	График монтажа верстки	СМИ

### IX. ДНЕВНИК ПРАКТИКАНТА

Дата	Содержание проведенной работы	Анализ, выводы, замечания студента

### X. ОТЧЕТ ПРАКТИКАНТА

Отчет об учебной практике в \_\_\_\_\_  
(организации)

Студента \_\_\_\_\_  
(Ф.И.О.)

В отчете следует описать весь объем проведенной студентом работы в отделе по связям с общественностью.

При этом необходимо отразить впечатления студента:

- какое мнение у вас о системе работы отдела по связям с общественностью;
- какие на ваш взгляд необходимо внести изменения в работу отдела, для того, чтобы повысить эффективность работы;
- какими профессиональными навыками и умениями вы овладели;
- удалось ли вам на практике реализовать знания, полученные в университете на теоретических занятиях, какие теоретические дисциплины особенно помогли вам в работе;
- какие теоретические предметы необходимо дополнительно включить в учебный план;
- какие недостатки были в организации практики;
- ваши предложения по их устранению, замечания, пожелания на будущее.

Студент \_\_\_\_\_  
(подпись)

\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О.)

Руководитель практики \_\_\_\_\_  
(подпись)

\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О.)

## ХАРАКТЕРИСТИКА

практиканта \_\_\_\_\_  
(Ф.И.О.)  
\_\_\_\_\_ года рождения студента \_\_\_\_\_ курса \_\_\_\_\_ группы

Студент \_\_\_\_\_  
(Ф.И.О.)  
проходил учебную практику \_\_\_\_\_

За период учебной практики с \_\_\_\_\_ по \_\_\_\_\_ 20\_\_ года он(а) показал(а) себя \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

(оценка отношения к практике, уровень теоретической и практической подготовленности, своевременность выполнения заданий и поручений, аккуратность и точность в ведении документации, активность и обязательность в работе, творческая инициатива, дисциплинированность)

Проведенные работы по сбору информации и написанию PR-текстов \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

(оценка уровня владения профессиональными навыками и умениями, умение правильно запрашивать и обрабатывать полученную информацию, творческий подход к построению и проведению работ, культура поведения в профессиональном коллективе).

При подготовке материалов проявил себя \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

(организаторские навыки и умения, инициативность и творческая активность в работе по поиску и обработке информации по плану организации).

Оценки за практику:

- |  |       |
|--|-------|
| 1. Организационно-ознакомительная деятельность | _____ |
| 2. Информационно-творческая деятельность       | _____ |
| 3. Информационно-коммуникационная работа       | _____ |
| 4. Учебно-исследовательская деятельность       | _____ |
| 5. Информационно-аналитическая деятельность    | _____ |
| 6. Отчетная документация                       | _____ |
| 7. Отношение к практике и трудовая дисциплина  | _____ |
| 8. Общая оценка за практику                    | _____ |

Руководитель учреждения \_\_\_\_\_  
(подпись) \_\_\_\_\_ (Ф.И.О.)

Специалист учреждения \_\_\_\_\_  
(подпись) \_\_\_\_\_ (Ф.И.О.)

Руководитель практики \_\_\_\_\_  
(подпись) \_\_\_\_\_ (Ф.И.О.)

« \_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Характеристику составить подробную, с анализом умений и навыков и заверить круглой печатью.

### **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

1. Основы теории коммуникации: учебник / под ред. М.А. Василика. - М. Гардарики, 2006.- 615 с.
2. Кудрявцева Н.Б. Развитие умений деловой коммуникации у студентов вузов. - Екатеринбург: РГППУ, 2007. - 26 с.
3. Зверинцев А.Б. Коммуникационный менеджмент: Рабочая книга менеджера PR. - СПб: Питер, 1997. - 220 с.
4. Кабаченко Т.С. Психология управления: учебное пособие.- М.: Педагогическое общество России, 2000. - 176 с.
5. Каган М.С. Мир общения: Проблема межсубъектных отношений.- М.: 1988.- 271 с.
6. Панфилова А.П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности: учебное пособие. - СПб: 1999.- 132 с.
7. Цвик В. Телевизионная журналистика. История, теория, практика: учебное пособие.- М.: 2001. - 26 с.

**Бально - рейтинговая система оценки студентов учебной практики  
направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

Виды и содержание работы	Баллы
1) Организационная работа: - Участие в установочной конференции 1 - Участие в методических занятиях 1 - 3 - Изучение базы практики и нормативных документов 1 - 3 - Разработка индивидуального плана на период практики 0,5 - 3 - Отношение к практике 0,5 - 3	4 - 13
2) Учебно-методическая работа: - Разработка документов планирования 5 - Подготовка публикаций 10 - Работа со специальной методической литературой 3 - Ознакомиться с работой отдела 10	14 - 28
3) Учебно-исследовательская работа: - Изучение авторских текстов специалистов 2 - 3 - Проведение сравнительного анализа качества материала 1 - 5 - Работа с научной литературой 2 - 3	5 - 11
4) Информационно - аналитическая работа	4 - 6
5) Информационно - управленческая работа	5 - 13
6) Рекламно - информационная работа	2 - 6
7 Социально - психологическая работа	1 - 3
<b>Σ Баллов текущего контроля</b>	44 - 80
8) Защита практики с презентацией	12 - 20
Оценка отчетной документации по практике 3 - 5	3 – сдано своевременно, частично отвечает требованиям 4 – сдано своевременно, имеет некоторые замечания по оформлению раздела 5- сдано своевременно в полном объеме, отвечающие всем методическим и грамматическим требованиям
Оценка специалиста базы практики 3 - 5	«3» - 3 «4» - 4 «5» - 5
Уровень профессионально - педагогических умений 3 - 5	Допустимый – 3 Достаточный – 4 Высокий - 5
Качество проведения дискуссии и мультимедийное сопровождение (презентация) 3 - 5	3 – речевые ошибки, неумение владеть с собой, отсутствие контакта с аудиторией 4 – слабый контакт с аудиторией, отсутствие

	аргументов, ответы на вопросы иногда уклончивы 5 – свободно владеет материалом, конкретность и точность ответов, выдержка, уверенность
<b>Σ Баллов на защиту</b>	
<b>Σ баллов на практику</b>	
Сумма Σ баллов текущего контроля, баллов на защиту	

Выполнение программы практики	max - 80	min - 35
Защита практики	max - 20	min - 12

К защите допускаются студенты освоившие программу практики на 55% (набравшие от 44 баллов).

### 1. Оценка текущего контроля

Оценка текущего контроля	«5» - 80 - 63 баллов
	«4» - 62 - 49 баллов
	«3» - 48 - 44 баллов
	«2» - ниже 44 баллов

### 2. Оценка на защите результатов практики

Оценка по защите практики	«5» - 20 - 18 баллов
	«4» - 17 - 15 баллов
	«3» - 14 - 12 баллов
	«2» - ниже 12 баллов

### 3. Итоговая оценка по практике

Оценка по защите практики	«5» - 100 - 80 баллов
	«4» - 79 - 63 баллов
	«3» - 62 - 56 баллов
	«2» - ниже 56 баллов

## СОДЕРЖАНИЕ

Пояснительная записка.....	2
Организационно - методический раздел.....	2
Структура и содержание учебной практики .....	5
Обязанности организаторов, руководителей практики и практикантов.....	9
Учет и оценка работы, выполненной студентами в период учебной практики.....	10
Форма аттестации по итогам производственной практики .....	11
Учебно-методическое и информационное обеспечение учебной практики.....	11
Методические указания по ведению дневника по практике.....	13
Список использованных источников.....	20
Приложение А. ....	21

Разработчики:  
Зав. кафедрой  
гуманитарного образования к. соц. н., доцент

Т.А. Пономарева

Эксперт:  
Директор департамента рекламы по работе  
с клиентами фитнес-центра World Gym Стерлитамак  
Международной сети фитнес-центр World Gym

М.О. Орешникова

Программа рассмотрена на заседании учебно-методического совета протокол № 4 от 13.09.2016 г.

Декан факультета  
дополнительного образования, к.б.н., доцент

О.А. Никитина

Специалист отдела практики

Е.Н. Желтова

