



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
 Т.Ш. Мурзагалин
« 28 » октября 2017 г.


СОГЛАСОВАНО
и.о. начальника учебного отдела
Р.Н. Сиразетдинова
« 28 » октября 2017 г.

Декан факультета дополнительного
образования
 О.А. Никитина
« 20 » октября 2017 г.

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

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

Стерлитамак
2017 г.

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Программа производственной 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. Производственная практика студентов 4 курса проходит в рекламных отделах и отделах по связям с общественностью предприятий и организаций.

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

ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

1. Цель производственной практики

Целью производственной практики является закрепление и расширение знаний, полученных студентами за время теоретического обучения в вузе и овладение профессиональными компетенциями специалиста отдела по рекламе и связям с общественностью организаций.

2. Задачи производственной практики

В процессе прохождения практики студенты решают следующие задачи:

2.1. Формирование профессиональных компетенций в условиях, максимально приближенных к условиям их будущей профессиональной деятельности;

2.2. Совершенствование овладение техникой мониторинга информационного поля организации, сбор и систематизация информации по профилю текущих проектов в области рекламы и связей с общественностью;

2.3. Вовлечение в проектную работу, непосредственное практическое участие в подготовке и проведении мероприятий по продвижению товаров/услуг фирмы, управлению репутацией организации.

3. Место производственной практики в структуре ООП ВО

Производственная практика является важной частью всей системы подготовки бакалавра-специалиста в области рекламы и связей с общественностью и входит в цикл Б.5 «Учебная и производственная практика».

Производственная 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 Маркетинг, Маркетинговые исследования и ситуационный анализ, Основы теории коммуникации, Теория и практика массовой информации, Менеджмента, Основы теории коммуникации.

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

4. Форма проведения производственной практики

Производственная практика проводится с отрывом от учебы в концентрированной форме.

5. Место и время проведения производственной практики

В соответствии с учебным планом производственная практика составляет 9 зачетных единиц, 324 часа и проводится на 4 курсе в восьмом семестре в течение шести недель в отделах по рекламе и связям с общественностью предприятий и организаций.

6. Руководство практикой

Общее руководство практикой осуществляет отдел практики, а непосредственное руководство и контроль – курсовой руководитель, руководители практики – преподаватели выпускающей кафедры.

7. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения производственной практики

Процесс производственной практики направлен на формирование следующих компетенций:

1) общекультурные компетенции (ОК):

- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);

2) общепрофессиональные компетенции (ОПК):

- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);
- владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2);

3) профессиональные компетенции (ПК):

организационно-управленческая деятельность:

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

владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);

проектная деятельность:

- владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);

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);

рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая деятельность:

- способностью проводить маркетинговые исследования (ПК-9);
- способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11).

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

знать:

– системы работы СМИ, структуры, а также механизмов взаимодействия СМИ с рекламными и PR-службами предприятий и организаций.

уметь:

– использовать полученные технические, телерадиоэлектронные средства массовой информации в профессиональной деятельности.

владеть:

– навыками маркетинговых исследований рынка, подготовки аналитических справок, работы со средствами массовой информации, создания и редактирования текстов различной жанровой и коммуникативной направленности.

8. Критерии к выставлению итоговой оценки по производственной практике

Итоговая оценка, выставляемая на защите результатов практики на основе Положения о порядке проведения защиты практики студентов.

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

Для выставления итоговой оценки в зачетную книжку в приложение к диплому 100-балльные оценки переводятся в 5-балльную систему оценки: 84-100 баллов – «отлично», 69-83 – «хорошо», 56-68 – «удовлетворительно», 55 и меньше – «неудовлетворительно».

Оценка «отлично» выставляется руководителем практики от университета, если: студент предоставил все установленные формы отчетности (дневник, отчет, материалы) в требуемые сроки; при составлении материалов отчета студент показал высокий уровень подготовки в рамках прослушанных теоретических курсов; навыки, полученные студентом в ходе прохождения практики, отвечают требованиям осуществления профессиональной деятельности по рекламе связям с общественностью.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, выполнившему основную программу практики, проявившему знания и умения, полученные в ходе изучения общепрофессиональных дисциплин.

Оценка «удовлетворительно» руководителем практики от университета, если: студент выполнил основную программу практики, но не в полном объеме; студент предоставил все установленные формы отчетности (дневник, отчет, материалы) не в установленные сроки; показал низкий уровень подготовки в рамках прослушанных теоретических курсов; допускал ошибки при проведении отдельных видов работ в рамках программы практики.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не выполнил основные разделы, предусмотренные программой практики, имеет слабые теоретические знания, не владеет умениями применять их в своей практической деятельности.

СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

| № п/п | Этапы, разделы и виды производственной работы 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. | ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ЭТАП | 14 | 8 | 14 | 16 | |
| | 1 Организационная работа | | | | | |
| | 1. Участвовать в организационных мероприятиях, связанных с практикой (установочной конференции «Задачи, содержание и организация учебно-производственной практики», собрания группы, совещания, консультации, защита отчета по практике и т.д.). | 2 | 4 | 2 | 4 | 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. | 2 | | | 4 | Проверка записи в дневнике |
| | 3. Ознакомиться с нормативно-правовыми документами базовой организации (Положение или Устав, лицензия, договор с 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). | 4 | 4 | 4 | 4 | Проверка записи в дневнике |
| | 4. Ознакомиться с взаимодействием базовой организации, с городской, областной администрациями, организациями здравоохранения, культуры, спорта, образования и | 2 | | 8 | 4 | Проверка записи в дневнике |

| | | | | | | |
|-----------|---|----------------------------|-----------|-----------|-----------------------|--|
| | общественными объединениями; 5. Разработать индивидуальный план работы студента. 6. Составить и защитить отчет по итогам практики. | 2 2 | | | | Оформление документа Оценка оформления документа |
| 2. | ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ЭТАП | 80 | 48 | 34 | 100 | |
| | 2.1. Учебно-методическая работа | 14 | 14 | 8 | 16 | |
| | 1. Изучить учебно-программную документацию; 2. Ознакомиться с организацией, руководством и трудовым коллективом рекламного PR-подразделения; 3. Ознакомиться с учредительными документами отдела по рекламе и связям с общественностью; 4. Ознакомиться с системой повышения квалификации специалистов; 5. Подготовить план-сценарий одной рекламной или PR-кампании; 6. В процессе работы составить два рекламных текста; 7. Принять участие в организации и проведении рекламной PR-кампании. | 2 2 2 2 2 2 | 14 | 4 4 | 4 2 2 2 2 | Проверка записи в дневнике Проверка записи в дневнике Проверка записи в дневнике Проверка записи в дневнике Проверка записи в дневнике Проверка записи в дневнике |
| | 2.2. Учебно-исследовательская работа | | 8 | | 8 | |
| | 1. Исследовать документацию, материалы и авторские тексты специалистов с целью применения знаний на практике; проводить анализ информации, ее релевантность и достоверность. 2. Проводить сравнительный анализ качества материалов, подготовленных специалистом и собственных материалов на одноименную тему. Работать с научной литературой. | | 4 4 | | 4 4 | Проверка записи в дневнике Проверка записи в дневнике |
| | 2.3. Информационно-аналитическая работа | 16 | | 16 | 16 | |
| | 1. Изучить и описать структуру подразделения предприятия и режим его работы (медиаплан). 2. Охарактеризовать специализацию всех | 4 4 | | 4 4 | 4 4 | Оценка анализа Проверка записи в |

| | | | | | | |
|--|--|----|--|---|---|---|
| | сотрудников рекламного отдела, творческого коллектива СМИ. 3. Составить план работы подразделения организации и выхода в эфир редакции данного СМИ (медиакарта). 4. Описать приоритеты формы работы данного СМИ с PR-службами (пресс-релиз, пресс-кит, телефонный диалог. | 4 | | 4 | 4 | дневнике Проверка записи в дневнике |
| | 2.4. Информационно-коммуникационная работа | 16 | | 4 | 8 | |
| | 1. Устанавливать связи с людьми и организациями, располагающими важными сведениями и источниками информации. 2. Устанавливать и постоянно поддерживать необходимые связи со средствами массовой информации, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами, агентствами по связям с общественностью, издательствами, заинтересованными фирмами, государственными и общественными структурами, партиями и движениями. | 8 | | 2 | 4 | Проверка записи в дневнике Оценка документов |
| | 2.5 Информационно-творческая работа | 6 | | | 8 | Оценка проведения мероприятий |
| | 1. Самостоятельно собирать информацию для последующей обработки и выхода в эфир (печать) материалов, соответствующих профилю деятельности и потребностям конкретного СМИ и массовой аудитории. 2. Контролировать процесс обработки информации и эффективность ее распространения посредством СМИ. 3. Провести не менее четырех съемок видеосюжетов (записи материалов на радио или сбора материалов для написания статей) в качестве ассистента корреспондента; и не менее двух – самостоятельно. 4. Принять участие во всех процессах подготовки | 2 | | | 2 | Оценка анализа Оформление документа |
| | | 2 | | | 2 | |
| | | 2 | | | 2 | |
| | | | | | 2 | |

| | | | | | | |
|--------------|--|-----------|-----------|-----------|------------|-----------------------------|
| | материалов для выхода в эфир (публикации). | | | | | |
| | 2.6 Рекламно-информационная работа | | 4 | | | |
| | 1. Устанавливать связи с людьми и организациями, располагающими важными сведениями и источниками информации (пресс-службы коммерческих и государственных структур, пресс-центры предприятий, отделы по рекламе и PR организаций). | | 2 | | | |
| | 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, заинтересованными фирмами, государственными и общественными структурами, партиями и движениями. | | 2 | | | |
| 3 | ИТОГОВЫЙ ЭТАП | | 6 | | 4 | |
| | 3.1. Подготовка письменного отчета о практике. | | | | 2 | Оценка документа |
| | 3.2. Подготовка презентации практики. | | | | 2 | Оценка качества презентации |
| | 3.3. Участие в защите результатов практики. | | 6 | | | и Оценка |
| Итого | | 94 | 62 | 48 | 120 | 324 |

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 студент должен полностью выполнять программу практики; своевременно сдать методисту отчетную документацию; защитить отчетную документацию перед комиссией по окончании практики.

Практикант, получивший отрицательный отзыв о работе, не выполнивший программу практики или не защитивший ее результаты, считается не прошедшим учебно-производственную практику.

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

2. Обязанности руководителя практики

Руководитель практики от института:

- обеспечивает необходимые условия прохождения практики;
- закрепляет специалиста за практикантами;
- консультирует практикантов;
- проводит методические занятия со студентами;
- в период практики контролирует использование рабочего времени;
- 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.

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

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.

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 рекламных и PR-текстов;
- совместно с методистом составляет характеристику студентов и дает оценку их профессиональной деятельности;
- участвует в совещании по подведению итогов практики, а также, по возможности, в защите практики.

УЧЕТ И ОЦЕНКА РАБОТЫ, ВЫПОЛНЕННОЙ СТУДЕНТАМИ В ПЕРИОД ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ 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.

Оценку студентам выставляет комиссия в ходе защиты результатов практики.

1. Перечень требований к аттестации практиканта

- 1.1. Индивидуальный план работы студента.
 - 1.2. Отчет о деятельности учреждения (структура предприятия).
 - 1.3. Рекламные или PR-тексты, и другие информационные материалы, подготовленные студентом (не менее трех на разные темы).
 - 1.4. План-сценарий одной рекламной или PR-кампании с отзывом специалиста об участии студента в кампании, включающий медиапланирование и медиакарту.
 - 1.5. Отзыв специалиста об участии студента в кампании, включающий медиапланирование и медиакарту.
 - 1.6. Дневник практиканта.
 - 1.7. Отчет по производственной практике.
 - 1.8. Характеристика.
- Каждый документ проверяется и заверяется руководителем практики или специалистом учреждения.

2. Контрольные вопросы по итогам производственной практики, используемые в процессе защиты результатов практики

1. Перечислите этапы проведения маркетингового исследования.
2. Назовите методы ситуационного анализа. Применяли ли вы их на практике и какие из них оказались наиболее оптимальными?
3. Участвовали ли вы в командной работе отдела по месту практики. В чем специфика такой работы?
4. В чем суть проектной деятельности? Приходилось ли вам участвовать в проектной деятельности отдела по месту практики?
5. Расскажите об основных видах рекламных и PR-материалов в работе специалиста по рекламе и связям с общественностью.
6. Какие методы исследования в рекламе и связях с общественностью вы знаете.
7. Какие рекламные технологии используются отделом по рекламе по месту вашей практики?
8. Какие PR технологии используются отделом по рекламе по месту вашей практики?
9. Назовите атрибуты фирменного стиля организации по вашему месту практики.
10. Какие методы продвижения товара/услуги использует отдел по месту практики.
11. Какая специальная литература пригодилась вам в период прохождения практики?
12. Расскажите о видах планирования в рекламной и PR деятельности.
13. Дайте определение «общественному мнению»: механизм его формирования.
14. Расскажите об организации внутрикорпоративных коммуникаций в организации по месту практики.
15. Как вы определите вид и тип рекламной или PR кампании, в организации и проведении которой вы принимали участие по месту практики.
16. Какие методы оценки эффективности кампании вы знаете. Какие методы использовали вы в ходе практики?
17. Какие методы бюджетирования рекламной кампании вы знаете?
18. Какие виды контроля рекламной деятельности вы знаете?

19. Назовите главные элементы структуры рекламного текста.
20. Каковы формальные признаки бренда предприятия, где вы проходили практику.

3. Форма аттестации по итогам производственной практики

Формой аттестации по итогам практики является защита результатов практики, которая проводится по окончании практики по графику перед комиссией. По результатам защиты студенту выставляется оценка за практику.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Основная литература

1. 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.
2. Связи с общественностью: теория, практика, коммуникационные стратегии : учеб. пособие / под ред. В.М. Горохова, Т.Э. Гринберг. – М.: Аспект-Пресс, 2011. – 198 с.
3. Гундарин, М. Рабочая книга руководителя PR-отдела / М. Гундарин. М: - Питер,- 2008. – 124 с.
4. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью. Теория и практика: учебник / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. – 6-е изд. – М.: Дело, 2010. – 553 с.

Дополнительная литература

1. Доскова, И. С. Public Relations: Теория и практика / И. С. Доскова. – М.: Изд-во «Альфа-Пресс», 2007. – 152 с.
2. Ильин, А. С. Теория и практика связей с общественностью: курс лекций / А. С. Ильин. – М.: КноРус, 2009. – 207 с.
3. Кривонос, А. Д. Основы теории связей с общественностью : учебник по направлению «Связи с общественностью» / А. Д. Кривонос. – СПб.: Питер, 2010. – 375 с.
4. Маслова, В.М. Связи с общественностью в управлении персоналом : учеб. пособие / В.М. Маслова. — 2-е изд. — М. : Вузовский учебник, 2008. — 207 с.
5. 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.
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.
7. Шарков, Ф. И. Паблик рилейшнз (связи с общественностью) : учеб. пособие для студ., обучающихся по спец. «Реклама» / Ф. И. Шарков. - М.: Академ. проект ; Екатеринбург : Деловая книга, 2007. – 303 с.
8. Шарков, Ф. И. Паблик рилейшнз: учебник для студ. вузов, обучающихся по спец. «Связи с общественностью» / Ф. И. Шарков. - 4-е изд. – М.: «Дашков и К», 2010. – 329 с.

Информационно-справочные ресурсы:

1. Сайт Уральского государственного университета физической культуры. Отдел производственной практики. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.uraigufk.ru/strukturnye-podrazdeleniya/otdel-pedagogicheskoy-praktiki/>.
2. Библиотечка связиста. Коллекция электронных книг по связям с общественностью и рекламе. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pr.i-dl.ru>.
3. EVARTIST-библиотека. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://evartist.narod.ru>.
4. Библиотека социально-политических и экономических наук. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://vitos-mf.narod.ru>.

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОФОРМЛЕНИЮ ДНЕВНИКА
ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ**

**ДНЕВНИК
ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ 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

г. Стерлитамак, 20 ____

I. ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ПЛАН РАБОТЫ СТУДЕНТА

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

II. ОТЧЕТ О ДЕЯТЕЛЬНОСТИ УЧРЕЖДЕНИЯ

Отчет о деятельности учреждения, подготавливаемый студентом, должен содержать следующие разделы:

2.1 Введение:

- цель, место, дата основания учреждения;
- перечень видов деятельности, осуществляемых автономным учреждением.

2.2 Основная часть:

- структура организации в процессе практики с предоставлением ее структуры (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); Рекомендуется графически представить структуру предприятия с указанием количества сотрудников в каждом подразделении. Описание взаимодействия сотрудников структурного подразделения и приоритетных форм их деятельности. История подразделения (отдела) организации.

2.3 Выводы:

- описание навыков, приобретенных за время практики;
- какую помощь оказывали студенту руководители практики;
- предложения по организации труда на соответствующем участке работы.

Отчет должен составлять до 10 страниц текста (без приложений).

III. РЕКЛАМНЫЕ ИЛИ PR - ТЕКСТЫ, ПОДГОТОВЛЕННЫЕ СТУДЕНТОМ

(представить текст, его анализ и оценку данную специалистом)

Материалы, подготовленные студентом: отчеты мониторинга СМИ, аналитические справки по результатам исследований рынка, рекламные тексты, сценарии мероприятий, материалы, вышедшие в эфир, оригиналы печатных изданий или видеоматериалы на CD- носителе.

Представить текст в следующей последовательности:

Название материала _____

текст _____

Анализ руководителя _____

Оценка _____

Должность руководителя _____ Ф.И.О.

Подпись

IV. ПЛАН-СЦЕНАРИЙ РЕКЛАМНОЙ ИЛИ PR-КАМПАНИИ

УТВЕРЖДЕНО:

Специалист (Ф.И.О.) _____

Название рекламной или PR-кампании _____

Организаторы _____

Участники _____

Количество участников _____

Этапы проведения:

- исследование (определение и уточнение проблемы - аналитический этап);
- планирование (стратегический анализ, разработка предложения, утверждение программы);
- реализация программы рекламной и PR-кампании (действия и коммуникации);
- оценка эффективности рекламной и PR-кампании.

V. ОТЗЫВ СПЕЦИАЛИСТА ОБ УЧАСТИИ СТУДЕНТА В РЕКЛАМНОЙ ИЛИ PR-КАМПАНИИ

В _____
(наименование организации)

Студента _____ курса _____ группы

(фамилия, имя, отчество студента)

(приводится отзыв представителя организации, руководившего практикой, 15-20 строк с замечаниями и оценкой деятельности студента-практиканта)

Специалист _____
(подпись)

(Ф.И.О)

VI. ДНЕВНИК ПРАКТИКАНТА

(заполняется ежедневно)

| Дата | Содержание проведенной работы | Анализ, выводы, замечания студента |
|------|-------------------------------|------------------------------------|
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |

VII. ОТЧЕТ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ

Отчет о производственной практике в _____
(организации)

Студента _____

В отчете следует описать весь объем проведенной студентом работы в рекламном отделе или по связям с общественностью. При этом необходимо отразить впечатления студента:

- какое мнение у вас о системе работы отдела по рекламе и 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)

Утверждено:

Руководитель практики: _____
(подпись) (Ф.И.О)

ХАРАКТЕРИСТИКА

практиканта _____
(Ф.И.О.)

_____ года рождения

Студента _____ курса _____ группы

Студент _____
(Ф.И.О.)

Проходил производственную практику _____

За период производственной 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 написании рекламных и 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 отчетных материалов проявил себя _____

(аккуратность, грамотность, инициативность, творческая активность и качество в работе по поиску и обработке информации по плану организации)

Оценки за практику.

1. Организационная работа -----

2. Учебно-методическая работа -----

3. Учебно-исследовательская работа -----

4. Информационно-аналитическая работа -----

5. Информационно-коммуникационная работа -----

6. Информационно-творческая работа -----

7. Рекламно-информационная работа -----

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. Васирика. - 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 производственной 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 |
| Σ Баллов текущего контроля | 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 |
| Σ Баллов на защиту | |
| Σ баллов на практику | |
| 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 преддипломной практики | 5 |
| Обязанности организаторов, руководителей практики и практикантов..... | 8 |
| Учет и оценка работы, выполненной студентами в период преддипломной практики..... | 10 |
| Форма аттестации по итогам преддипломной практики | 11 |
| Учебно-методическое и информационное обеспечение преддипломной практики..... | 11 |
| Методические указания по ведению дневника по практике..... | 12 |
| Список использованных источников..... | 17 |
| Приложение А. | 18 |

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 № 1 от 07.11.2017 г.

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



О.А. Никитина

Специалист отдела практики



Е.Н. Желтова

