

**Негосударственная автономная некоммерческая организация высшего образования
«Институт мировых цивилизаций»**

(НАНО ВО «ИМЦ»)

Негосударственная автономная некоммерческая организация
высшего образования «Институт мировых цивилизаций»
(НАНО ВО «ИМЦ») с 01.07.2022 переименована в
Автономную некоммерческую организацию высшего образования
«Университет мировых цивилизаций имени В.В. Жириновского»
(АНО ВО «УМЦ»)

Кафедра: Рекламы и медиакоммуникаций
(название кафедры)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

Б2.В.01(П) Производственная практика: профессионально-
творческая практика
(шифр, наименование практики)

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) подготовки Коммерческая реклама
Квалификация выпускника бакалавр
Форма обучения очная, заочная, очно-заочная

Разработчики рабочей программы практики:

Пантелеева Татьяна Александровна, к.ф.н., доцент, заведующий кафедрой рекламы и
медиакоммуникаций

(ФИО, ученая степень, и (или) ученое звание, должность)

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПРАКТИКИ

Цель практики:

Целями дисциплины Б2.В.01(П) Производственная практика: профессионально-творческая практика является: формирование заданных компетенций, обеспечивающих подготовку студентов в области рекламы и связей с общественностью по направлению подготовки бакалавров 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью»

Задачи практики:

- овладение практическими навыками по организации и проведению выставок различной тематики и уровня, а также основным направлениям информационно-рекламного сопровождения выставок, ярмарок и специальных профессиональных проектов;
- получение знаний о наиболее актуальных сторонах выставочно-ярмарочной деятельности в России, за рубежом, её инфраструктуре, важнейших организационных мероприятиях;
- получение навыков по использованию технологий организации и рекламно-информационного сопровождения выставок и презентаций;
- получение навыков по использованию основных инструментов Интернет, применяемых для целей продвижения;
- формирование умения решать простые задачи продвижения и анализа эффективности рекламных кампаний средствами Интернет.

2. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина Б2.В.01(П) Производственная практика: профессионально-творческая практика входит в часть, учебного плана, формируемую участниками образовательных отношений профессионального цикла подготовки студентов по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» профиля «Коммерческая реклама» профессиональной образовательной программы бакалавриата (4 семестр, 2 курс; 6 семестр, 3 курс).

Практика базируется на следующих дисциплинах:

Б1.О.07	Право
Б1.О.11	Теория вероятности и математическая статистика
Б1.В.01	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
Б1.В.02	Реклама и связи с общественностью в экономической и финансовой сферах
Б1.В.03	Проектирование выставочной экспозиции
Б1.В.04	Выставочное дело
Б1.В.05	Управление проектами в сфере рекламы и связей с общественностью
Б1.В.06	Современная пресс-служба
Б1.В.07	Организация и проведение коммуникационной кампании
Б1.В.08	Основы событийных коммуникаций
Б1.В.09	Интернет-маркетинг
Б1.В.10	Контекстная реклама
Б1.В.11	Социальные сети как средство коммуникации
Результаты обучения, полученные при прохождении практики, необходимы при изучении следующих дисциплин:	
Б1.В.12	Медиапланирование
Б1.В.13	Связи с общественностью и организационная культура
Б1.В.14	Анализ случая в рекламе и связях с общественностью
Б1.В.15	Блоггинг
Б1.В.16	Лидерство и командообразование

Б1.В.17	Управление карьерой и тайм- менеджмент
Б1.В.18	Антикризисные коммуникации
Б1.В.19	Нейминг
Б1.В.20	Спичрайтинг

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	<p>УК-1.1. Знает: методы критического анализа и оценки современных научных достижений; основные принципы критического анализа</p> <p>УК-1.2. Умеет: получать новые знания на основе анализа, синтеза и других методов; собирать данные по сложным научным проблемам, относящимся к профессиональной области; осуществлять поиск информации и решений на основе экспериментальных действий</p> <p>УК-1.3. Владеет: навыками исследования проблем профессиональной деятельности с применением анализа, синтеза и других методов интеллектуальной деятельности; выявления научных проблем и использования адекватных методов для их решения; демонстрация оценочных суждений в решении проблемных профессиональных ситуаций</p>	<p>Знать: методы критического анализа и оценки современных научных достижений; основные принципы критического анализа</p> <p>Уметь: получать новые знания на основе анализа, синтеза и других методов; собирать данные по сложным научным проблемам, относящимся к профессиональной области; осуществлять поиск информации и решений на основе экспериментальных действий</p> <p>Владеть: навыками исследования проблем профессиональной деятельности с применением анализа, синтеза и других методов интеллектуальной деятельности; выявления научных проблем и использования адекватных методов для их решения; демонстрация оценочных суждений в решении проблемных профессиональных ситуаций</p>
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и	<p>УК-2.1. Знает: виды ресурсов и ограничений для решения профессиональных задач; основные методы оценки разных способов решения задач; действующее законодательство и правовые нормы, регулирующие профессиональную деятельность.</p> <p>УК-2.2. Умеет: проводить анализ</p>	<p>Знать: виды ресурсов и ограничений для решения профессиональных задач; основные методы оценки разных способов решения задач; действующее законодательство и правовые нормы, регулирующие</p>

ограничений	поставленной цели и формулировать задачи, которые необходимо решить для ее достижения; анализировать альтернативные варианты для достижения намеченных результатов; использовать нормативно-правовую документацию в сфере профессиональной деятельности. УК-2.3. Владеет: методиками разработки цели и задач проекта; методами оценки потребности в ресурсах, продолжительности и стоимости проекта; навыками работы с нормативно-правовой документацией	профессиональную деятельность. Уметь: проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, которые необходимо решить для ее достижения; анализировать альтернативные варианты для достижения намеченных результатов; использовать нормативно-правовую документацию в сфере профессиональной деятельности. Владеть: методиками разработки цели и задач проекта; методами оценки потребности в ресурсах, продолжительности и стоимости проекта; навыками работы с нормативно-правовой документацией
ПК-1 Способен разрабатывать программы участия в конкретной торгово-промышленной выставке на основе маркетингового анализа	ПК-1.1 Знает: современные форматы торгово-промышленных выставок, а также мероприятий деловой и дополнительной программы выставок ПК-1.2 Умеет: интегрировать маркетинговые цели и задачи организации в программу участия в конкретной торгово-промышленной выставке ПК-1.3 Владеет: навыками выбора оптимальной формы участия в торгово-промышленных выставках в соответствии с поставленными целями и задачами участия и формирования программы участия	Знать: современные форматы торгово-промышленных выставок, а также мероприятий деловой и дополнительной программы выставок Уметь: интегрировать маркетинговые цели и задачи организации в программу участия в конкретной торгово-промышленной выставке Владеть: навыками выбора оптимальной формы участия в торгово-промышленных выставках в соответствии с поставленными целями и задачами участия и формирования программы участия
ПК-2 Способен разрабатывать проект экспозиции и подготавливать информационные, рекламные, сувенирные материалы для посетителей	ПК-2.1 Знает: возможности торгово-промышленных выставок как инструмента интегрированных маркетинговых коммуникаций и виды современного выставочного оборудования ПК-2.2 Умеет: осуществлять	Знать: возможности торгово-промышленных выставок как инструмента интегрированных маркетинговых коммуникаций и виды современного выставочного оборудования

<p>выставочного стенда организации-экспонента и представителей средств массовой информации</p>	<p>выбор оптимальных инструментов выставочного маркетинга в соответствии с целями и задачами участия организации в торгово-промышленной выставке ПК-2.3 Владеет: навыками формирования маркетинговых материалов организации в целях участия в торгово-промышленной выставке</p>	<p>Уметь: осуществлять выбор оптимальных инструментов выставочного маркетинга в соответствии с целями и задачами участия организации в торгово-промышленной выставке Владеть: навыками формирования маркетинговых материалов организации в целях участия в торгово-промышленной выставке</p>
<p>ПК-3. Способен организовывать работы по созданию, редактированию контента и управлению информацией из различных источников при разработке и реализации коммуникационного продукта</p>	<p>ПК-3.1 Знает: содержание и методы решения задач по созданию и редактированию контента ПК-3.2 Умеет: составлять планы работы, оценивать их содержание и трудоемкость выполнения в зависимости от квалификации ПК-3.3 Владеет: навыками планирования работ по наполнению сайта, координации работы и мониторинга и оценки результатов выполнения работ.</p>	<p>Знать: содержание и методы решения задач по созданию и редактированию контента Уметь: составлять планы работы, оценивать их содержание и трудоемкость выполнения в зависимости от квалификации Владеть: навыками планирования работ по наполнению сайта, координации работы и мониторинга и оценки результатов выполнения работ.</p>
<p>ПК-4 Способен анализировать информационные потребности целевой аудитории Интернет-контента при разработке и реализации коммуникационного продукта</p>	<p>ПК-4.1 Знает: терминологию и ключевые параметры веб-статистики и основные принципы и методы сбора статистики посещаемости веб-сайтов, популярные сервисы для сбора веб-статистики ПК-4.2 Умеет: анализировать структурированную и неструктурированную информацию, работать с большими объемами информации ПК-4.3 Владеет: навыками анализа сайта, оценки его эффективности и выработки решений (рекомендаций) по наполнению сайта контентом</p>	<p>Знать: терминологию и ключевые параметры веб-статистики и основные принципы и методы сбора статистики посещаемости веб-сайтов, популярные сервисы для сбора веб-статистики Уметь: анализировать структурированную и неструктурированную информацию, работать с большими объемами информации Владеть: навыками анализа сайта, оценки его эффективности и выработки решений (рекомендаций) по наполнению сайта контентом</p>

4. МЕСТО И ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Практика проводится в 4,6 семестрах.

Практика проводится в организации осуществляющей деятельность по

направленности (профилю) образовательной программы (далее – профильная организация), и (или) непосредственно в структурном подразделении НАО ВО «ИМЦ».

5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

5.1. Общая трудоемкость практики составляет:

12 зачетных единицы (432 академических часа).

Форма отчетности: дневник, отзыв-характеристика, отчет

Практика реализуется в форме практической подготовки.

5.2 Содержание практики:

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Трудоемкость ак. часов	
		Контактная работа	Самостоятельная работа
4 семестр			
1	Подготовительный этап	4	0
1.1	Инструктаж по программе производственной (профессионально-творческой) практики, подготовке отчета и процедуре защиты (на кафедре)	3	0
1.2	Инструктаж по технике безопасности (по месту прохождения практики)	1	0
2	Рабочий этап	0	180
2.1	Знакомство с базой ... практики	0	20
2.2	Выполнение индивидуального задания	0	160
3	Отчетный этап	0	32
3.1	Подготовка отчета и презентации к защите	0	30
3.2	Промежуточная аттестация по практике	0	2
	Итого за 4 семестр	4	212
6 семестр			
1	Подготовительный этап	4	212
1.1	Инструктаж по программе учебной (профессионально-ознакомительной) практики, подготовке отчета и процедуре защиты (на кафедре)	3	0
1.2	Инструктаж по технике безопасности (по месту прохождения практики)	1	0
2	Рабочий этап	0	180
2.1	Знакомство с базой ... практики	0	20
2.2	Выполнение индивидуального задания	0	160
3	Отчетный этап	0	32
3.1	Подготовка отчета и презентации к защите	0	30
3.2	Промежуточная аттестация по практике	0	2
	Итого за 4 семестр	4	212
	Всего:	8	424

6. ТИПОВОЕ ЗАДАНИЕ НА ПРАКТИКУ

4 семестр

1. Ознакомиться с деятельностью предприятия, структурных подразделений, собрать информацию о прошлой и текущей деятельности организации. Ознакомиться с рекламной деятельностью предприятия. Провести анализ уровня и состояния используемых в организации коммуникационных технологий.

2. Изучить: Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 08.12.2020) "О рекламе" (с изм. и доп., вступ. в силу с 28.01.2021)
3. Выполнить задания руководителя практики:
 - А) дать общую характеристику деятельности организации
 - Б) провести анализ выставок в России и за рубежом, подходящих для участия организации
 - В) произвести выбор оптимальной формы участия в торгово-промышленных выставках в соответствии с поставленными целями и задачами участия и формирования программы участия
 - Г) разработать заявку на участие в выставке, маркетинговый план участия в выставке (включая смету);
 - Д) разработать макет выставочного стенда организации и сувенирной продукции.
4. По результатам практики составить индивидуальный отчет по практике. Отчет должен содержать конкретные сведения о работе, проделанной в период практики, и отражать результаты выполнения заданий, предусмотренных программой практики.

6 семестр

1. Ознакомиться с деятельностью предприятия, структурных подразделений, собрать информацию о прошлой и текущей деятельности организации. Ознакомиться с рекламной деятельностью предприятия. Провести анализ уровня и состояния используемых в организации коммуникационных технологий.
2. Изучить: Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 08.12.2020) "О рекламе" (с изм. и доп., вступ. в силу с 28.01.2021)
3. Выполнить задания руководителя практики:
 - А) дать общую характеристику деятельности организации
 - Б) провести анализ сайта организации и ее основных конкурентов, определить достоинства/недостатки
 - В) провести анализ целевой аудитории сайта организации
 - Г) произвести выбор оптимальной формы организации работ по наполнению контента, сформировать должностную инструкцию для сотрудника, отвечающего за продвижение сайта в организации
 - Д) разработать макет дизайна сайта организации с учетом выявленных недостатков. Разработать пути продвижения сайта организации.
4. По результатам практики составить индивидуальный отчет по практике. Отчет должен содержать конкретные сведения о работе, проделанной в период практики, и отражать результаты выполнения заданий, предусмотренных программой практики.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

Материалы, полученные во время прохождения практики.

При прохождении практики в НАНО ВО ИМЦ – электронные библиотечные системы.

Методические рекомендации по ведению дневника практики и составлению отчета.

8. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

№ п/п	Наименование	Автор (ы)	Год и место издания. Место доступа	Используется при изучении разделов
1.	Технологии выставочной деятельности: учебное пособие	Андреева И.В.	Челябинск: Челябинский государственный институт культуры, 2018. — 206 с. — ISBN 978-5-94839-648-4. — Текст: электронный //	Всех разделов

			Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/87204.html	
2.	Теория и практика современной коммуникации [Электронный ресурс]: учебник для вузов	Е.Л. Головлева, Д.А. Горский	М.: Московский гуманитарный университет, 2017. -192 с. - 978-5-906912-92-3.- Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/74742.html	Всех разделов
3	Интернет-журналистика и интернет-реклама: учебное пособие	Шпаковский В.О.	Москва: Инфра-Инженерия, 2018. — 248 с. — ISBN 978-5-9729-0202-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/78258.html	Всех разделов

9. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

- 1). Российский рекламный портал URL: www.sostav.ru
- 2). Последние Новости из мира рекламы и Масс Медиа. Анализ, тенденции и обзоры российского и мирового рекламного рынка URL: www.advesti.ru
- 3). Журнал "Практика Рекламы" URL: www.Prosmi.ru
- 4). Открытая база данных по компаниям, работающим в области визуальных коммуникаций. URL: www.index.ru
- 5). Первая всероссийская интернет-биржа наружной рекламы "Out Of Home" URL: www.ooh.ru
- 6). Московский городской комитет государственной статистики (Мосгоркомстат) URL: www.mosstat.ru
- 7). ACNielsen - мировой лидер в области маркетинговых исследований, информации и анализа в сфере розничной торговли, услуг и товаров народного потребления. URL: www.acnielsen.ru
- 8). Российский деловой портал "Альянс Медиа" URL: www.allmedia.ru
- 9). Российская Ассоциация по Связям с Обществом . URL: www.raso.ru
- 10). Справочная система TextArt. URL: www.textart.ru
- 11). Информационный сайт "Все о рекламе в России" URL: www.rwr.ru

10. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРОХОЖДЕНИЮ ПРАКТИКИ

Общее руководство, подготовку и организацию практической подготовки осуществляют руководители практики от Института, проводящие непосредственную работу со студентами.

Процесс организации практической подготовки состоит из 3 этапов:

- 1) подготовительный;
- 2) основной;
- 3) заключительный.

1. Подготовительный этап (организационное собрание, индивидуальные консультации). Ознакомление с программой практической подготовки, местом, временем проведения практической подготовки, формой отчетности и подведения итогов. Инструктаж по технике безопасности.

Организационное собрание проводится до начала практической подготовки. На организационном собрании студентов информируют о сроках практической подготовки,

документах, необходимых для оформления в организации, координатах организации и должностных лиц, ответственных от организации за проведение практической подготовки. Знакомят практикантов с программой практической подготовки, индивидуальными заданиями, формой отчетных документов, методической литературой, формой оценки результатов практической подготовки.

2. Содержательный этап (самостоятельная работа).

Знакомство с правилами внутреннего распорядка. Инструктаж по технике безопасности и пожарной профилактике. Изучение структуры организации (учреждения, предприятия), направления деятельности подразделения, функциональных обязанностей специалистов.

Выполнение практикантами индивидуальных заданий, их участие в различных видах профессиональной деятельности согласно направлению подготовки. Сбор и подготовка информации в интересах текущих проектов, осуществляемых по месту прохождения практической работы; анализ и систематизация научно-технической и творческой информации по теме (индивидуальному заданию).

3. Заключительный этап (самостоятельная работа).

Оформление студентом отчета, анализ проделанной работы и подведение её итогов, По окончании практической подготовки студенты защищают отчеты и проходят промежуточную аттестацию в форме дифференцированного зачета.

Оценка о практической подготовке учитывается при подведении итогов общей успеваемости студентов. Студенты, не выполнившие программу практической подготовки по уважительной причине, направляются вторично, в свободное от учебы время. Обучающиеся, не выполнившие программу практической подготовки без уважительной причины или получившие отрицательную оценку, могут быть отчислены из ИМЦ как имеющие академическую задолженность в порядке, предусмотренным уставом и локальными актами института.

При прохождении практической подготовки студент обязан:

- подчиняться действующим в учреждении правилам внутреннего трудового распорядка, требованиям охраны труда и пожарной безопасности;
- полностью выполнять задания, предусмотренные программой практической подготовки, и индивидуальные задания, выданные преподавателем-руководителем;
- представить руководителю практической подготовки от кафедры письменный отчет о выполнении всех заданий и сдать отчет на кафедру в установленный срок. Знания и компетенции, закрепленные или приобретенные в ходе практической подготовки, отражаются в отчете.

Для руководства практической подготовки студентов в структурных подразделениях института назначается руководитель (руководители) из числа лиц, относящихся к профессорско-преподавательскому составу института, и руководитель (руководители) из числа работников профильной организации, если практическая подготовка проходит не в образовательной организации.

Руководителями практической подготовки от института назначаются преподаватели выпускающей кафедры – рекламы и связей с общественностью.

Формой и видом отчетности являются предоставление студентом отчета по практической подготовке.

Направление на практическую подготовку оформляется Приказом ректора с указанием места практической подготовки, закрепленного за каждым студентом-магистрантом, а также с указанием вида и срока прохождения практической подготовки.

Руководитель практической подготовки от НАНО ВО «ИМЦ»:

- составляет рабочий график (план) проведения практической подготовки;
- разрабатывает индивидуальные задания для студентов, выполняемые в период практической подготовки;
- устанавливает связь с руководителями практической подготовки от организации;

- участвует в распределении студентов по рабочим местам и видам работ в организации;
- осуществляет контроль за соблюдением сроков проведения практической подготовки и соответствием ее содержания требованиям, установленным ОП ВО;
- обеспечивает прохождение практической подготовки в строгом соответствии с учебными планами и рабочими программами по соответствующему направлению подготовки;
- осуществляет контроль за обеспечением нормальных условий труда практикантов;
- контролирует выполнение практикантами правил внутреннего распорядка;
- оказывает методическую помощь практикантам при выполнении ими индивидуальных заданий;
- оценивает результаты выполнения студентами программы практической подготовки: проверяет отчетную документацию (отчет);
- выставляет оценку по практической подготовке.

Руководитель практической подготовки от профильной организации:

- согласовывает индивидуальные задания, содержание и планируемые результаты практической подготовки;
- предоставляет рабочие места студентам;
- обеспечивает безопасные условия прохождения практической подготовки студентами магистрантами, отвечающие санитарным правилам и требованиям охраны труда;
- проводит инструктаж практикантов по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка.

11. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА В ПЕРИОД ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

- В период прохождения практики используется программное обеспечение:
 Операционная система MS Windows, Office 365 for faculty, Office 365 for students.
 - платформа «ВКР-ВУЗ.РФ»;

- электронная библиотечная система IPRbooks (<http://www.iprbookshop.ru>).

12. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Профильная организация и (или) структурное подразделение НАНО ВО «ИМЦ»

13. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ПРАКТИКЕ ЯВЛЯЕТСЯ НЕОТЪЕМЛЕМОЙ ЧАСТЬЮ ДАННОЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ И ПРИВОДИТСЯ В ПОЛНОМ ОБЪЕМЕ В ОТДЕЛЬНОМ ДОКУМЕНТЕ.