

Негосударственная автономная некоммерческая организация высшего образования
«Институт мировых цивилизаций»
(НАНО ВО «ИМЦ»)

Кафедра: Рекламы и медиакоммуникаций
(название кафедры)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

уровень Б2.О.01(У) Учебная практика: профессионально-
ознакомительная 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, очно-заочная, заочная

Одобрена на заседании кафедры
«Рекламы и медиакоммуникаций»
Протокол № 2 от «21» апреля 2021 г.

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.О.01(У) «Учебная практика: профессионально-ознакомительная 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:

- изучение особенностей функционирования связей с общественностью в коммерческой сфере;
- формирование умения использовать современные методики исследования коммуникаций и их эффективности в контексте коммерческого сектора;
- формирование навыков разработки коммуникационных программ для коммерческих структур.

2. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина Б2.О.01(У) «Учебная практика: профессионально-ознакомительная практика» входит в базовую часть учебного плана профессионального цикла подготовки студентов по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» профиля «Коммерческая реклама» профессиональной образовательной программы бакалавриата (2 семестр, 1 курс)

Практика базируется на следующих дисциплинах:

Б1.О.01	Философия
Б1.О.02	История
Б1.О.03	Иностранный язык
Б1.О.12	Основы теории коммуникации
Б1.О.15	Теория и практика массовой информации
Б1.О.10	Информационные технологии

Результаты обучения, полученные при прохождении практики, необходимы при изучении следующих дисциплин:

Б1.О.32	Проектирование средств визуальной коммуникации
Б1.О.22	Основы правового регулирования рекламно-информационной деятельности
Б1.О.24	История мировой литературы и искусства

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-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых)	УК -4.1. Знает: основные современные коммуникативные средства, в том числе на иностранном(-ых) языке(-ах), используемые в академическом и профессиональном взаимодействии УК- 4.2. Умеет: создавать на	Знать: основные современные коммуникативные средства, в том числе на иностранном(-ых) языке(-ах), используемые в академическом и профессиональном

языке(ах)	<p>русском и иностранном языке письменные тексты научного и официально-делового стилей речи по профессиональным вопросам; производить редакторскую и корректорскую правку текстов научного и официально-делового стилей речи на русском и иностранном языке</p> <p>УК- 4.3. Владеет: системой норм русского литературного и иностранного (-ых) языка(-ов); навыками использования языковых средств для достижения профессиональных целей, ведения деловой переписки</p>	<p>взаимодействии</p> <p>Уметь: создавать на русском и иностранном языке письменные тексты научного и официально-делового стилей речи по профессиональным вопросам; производить редакторскую и корректорскую правку текстов научного и официально-делового стилей речи на русском и иностранном языке</p> <p>Владеть: системой норм русского литературного и иностранного (-ых) языка(-ов); навыками использования языковых средств для достижения профессиональных целей, ведения деловой переписки</p>
<p>УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</p>	<p>УК- 5.1. Знает: основные категории философии, основы межкультурной коммуникации, закономерности исторического развития России в мировом историко-культурном, религиозно-философском и этико-эстетическом контексте; воспринимает Российскую Федерацию как государство с исторически сложившимся разнообразным этническим и религиозным составом населения и региональной спецификой</p> <p>УК - 5.2. Умеет: анализировать социокультурные различия социальных групп, опираясь на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории, социокультурных традиций мира, основных философских, религиозных и этических учений</p> <p>УК -5.3. Владеет: навыками конструктивного взаимодействия с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и социальной интеграции;</p>	<p>Знать: основные категории философии, основы межкультурной коммуникации, закономерности исторического развития России в мировом историко-культурном, религиозно-философском и этико-эстетическом контексте; воспринимает Российскую Федерацию как государство с исторически сложившимся разнообразным этническим и религиозным составом населения и региональной спецификой</p> <p>Уметь: анализировать социокультурные различия социальных групп, опираясь на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории, социокультурных традиций мира, основных философских, религиозных и этических учений</p> <p>Владеть: навыками конструктивного взаимодействия с людьми с</p>

	<p>сознательного выбора ценностных ориентиров и гражданской позиции; аргументированного обсуждения и решения проблем мировоззренческого, общественного и личностного характера; демонстрирует уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям своего Отечества и народов мира</p>	<p>учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и социальной интеграции; сознательного выбора ценностных ориентиров и гражданской позиции; аргументированного обсуждения и решения проблем мировоззренческого, общественного и личностного характера; демонстрирует уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям своего Отечества и народов мира</p>
<p>ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p>	<p>ОПК-3.1 Демонстрирует: кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса ОПК-3.2 Умеет: использовать достижения отечественной и мировой культуры ОПК-3.3 Владеет: средствами художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p>	<p>Знать: основные аспекты в сфере отечественного и мирового культурного процесса Уметь: использовать достижения отечественной и мировой культуры Владеть: средствами художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p>
<p>ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиа-коммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p>	<p>ОПК-5.1 Знает: совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ОПК-5.2 Умеет: осуществлять свои профессиональные действия с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы ОПК-5.3 Владеет: профессиональными навыками в</p>	<p>Знать: совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях Уметь: осуществлять свои профессиональные действия с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной</p>

	сфере медиакommunikаций с учетом правовых и этических норм регулирования профессиональной деятельности	медиакommunikационной системы Владеть: профессиональными навыками в сфере медиакommunikаций с учетом правовых и этических норм регулирования профессиональной деятельности
ОПК-6. Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6.1 Знает: современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии ОПК-6.2 Умеет: использовать необходимое техническое оборудование и программное обеспечение ОПК-6.3 Владеет: современными цифровыми устройствами, платформами и программным обеспечением на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Знать: современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии Уметь: использовать необходимое техническое оборудование и программное обеспечение Владеть: современными цифровыми устройствами, платформами и программным обеспечением на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов

4. МЕСТО И ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Практика проводится во 2 семестре очной формы обучения.

Практика проводится в организации осуществляющей деятельность по направленности (профилю) образовательной программы (далее – профильная организация), и (или) непосредственно в структурном подразделении НАНО ВО «ИМЦ».

5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

5.1. Общая трудоемкость практики составляет:

3 зачетных единицы (108 академических часов).

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
1	Подготовительный этап	4	0
1.1	Инструктаж по программе учебная практика: профессионально-ознакомительная практика, 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	80
2.1	Знакомство с базой учебной практики: профессионально-ознакомительной практики	0	20
2.2	Выполнение индивидуального задания	0	60
3	Отчетный этап	0	24
3.1	Подготовка отчета и презентации к защите	0	22
3.2	Промежуточная аттестация по практике	0	2
	Итого за 2 семестр	4	104
	Всего:	4	104

6. ТИПОВОЕ ЗАДАНИЕ НА ПРАКТИКУ

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 уровня и состояния используемых в рекламной и рг-деятельности коммуникационных технологий, определить совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие рекламно-информационной деятельности организации

В) определить средства художественной выразительности в коммуникационных продуктах организации

Г) используя информационные ресурсы, определить основных конкурентов организации и провести сравнительный анализ используемых в рекламной и PR-деятельности коммуникационных технологий

Д) разработать макет коммуникационного продукта организации с учетом системы норм русского литературного и иностранного (-ых) языка(-ов) и социокультурных различий социальных групп.

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.	Теория и практика массовой информации:	Аксенова О.Н., Меликян С.В.,	Воронеж: Воронежский государственный	Всех разделов

	учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» Электрон. текстовые данные.	Швец Е.В.	архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2017-104 с. - 978-5-7731-0503-9 - Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/72947.html	
2.	Теория и практика современной коммуникации [Электронный ресурс]: учебник для вузов	Е.Л. Головлева, Д.А. Горский	Электрон. текстовые данные - М.: Московский гуманитарный университет, 2017. -192 с. - 978-5-906912-92-3.- Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/74742.html	Всех разделов
3	Паблик рилейшнз. Принципы и практика: учебное пособие для вузов - Электрон. текстовые данные.	Китчен Ф.	М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 455 с. - 5-238-00603-9. - Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/52532.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 Общественностью . 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.

14. АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

Б2.О.01(У) Учебная практика: профессионально-ознакомительная практика (шифр и наименование дисциплины)

Наименование кафедры Рекламы и медиакоммуникаций

1. Цель и задачи практик.

Целями дисциплины Б2.О.01(У) «Учебная практика: профессионально-ознакомительная 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:

- изучение особенностей функционирования связей с общественностью в коммерческой сфере;
- формирование умения использовать современные методики исследования коммуникаций и их эффективности в контексте коммерческого сектора;
- формирование навыков разработки коммуникационных программ для коммерческих структур.

2. Место практики в структуре ОП ВО

Дисциплина Б2.О.01(У) «Учебная практика: профессионально-ознакомительная практика» входит в базовую часть учебного плана профессионального цикла подготовки студентов по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» профиля «Коммерческая реклама» профессиональной образовательной программы бакалавриата (2 семестр, 1 курс). – эта информация не нужна?

Практика базируется на следующих дисциплинах:

Б1.О.01	Философия
Б1.О.02	История
Б1.О.03	Иностранный язык
Б1.О.12	Основы теории коммуникации
Б1.О.15	Теория и практика массовой информации
Б1.О.10	Информационные технологии

Результаты обучения, полученные при прохождении практики, необходимы при изучении следующих дисциплин:

Б1.О.32	Проектирование средств визуальной коммуникации
Б1.О.22	Основы правового регулирования рекламно-информационной деятельности
Б1.О.24	История мировой литературы и искусства

3. Планируемые результаты прохождения практики

Прохождение учебной практики: профессионально-ознакомительной направлено на освоение следующих компетенций:

УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке(ах)

УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или)

коммуникационных продуктов

ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиа-коммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

ОПК-6. Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии

4. Место и время проведения практики

Практика проводится во 2 семестре.

Практика проводится в организации осуществляющей деятельность по направленности (профилю) образовательной программы (далее – профильная организация), и (или) непосредственно в структурном подразделении НАНО ВО «ИМЦ».

5. Форма промежуточной аттестации зачет с оценкой

ЛИСТ АКТУАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

	Характеристика/основание внесенных изменений	Дата и № Ученого совета	Прим ечания