

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по
УР

_____ А.Е.Рудин

«30» июня 2020 года

Программа практики

Б2.О.01(У) Учебная практика (профессионально-ознакомительная практика)

Учебный план: ФГОС3+_2020-2021_42.03.01_ИБК_ОЗО_РИСО.plx

Кафедра: **37** Рекламы и связей с общественностью

Направление подготовки:
(специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в отрасли (в дизайне и моде)
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очно-заочная

План учебного процесса

Семестр		Контактн	Сам. работа	Контроль, час.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
		Практ. занятия				
2	УП	34	72,55	1,45	3	Зачет с оценкой
	ПП	34	72,55	1,45	3	
Итого	УП	34	72,55	1,45	3	
	ПП	34	72,55	1,45	3	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 512

Составитель (и):

кандидат философских наук, Заведующий кафедрой

Степанов Михаил
Александрович

От выпускающей кафедры:
Заведующий кафедрой

Степанов Михаил
Александрович

Методический отдел: Макаренко С.В.

1 ВВЕДЕНИЕ К ПРОГРАММЕ ПРАКТИКИ

1.1 Цель практики: формирование у обучающихся компетенций в области применения теоретических знаний и первичных практических навыков в процессе профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью.

1.2 Задачи практики:

- ознакомление обучающихся с деятельностью отраслевых организаций /компаний/агентств в области коммуникаций; раскрыть сущность и охарактеризовать особенность организационной структуры, профессионально и отраслевой принадлежности коммуникационных предприятий и подразделений коммерческих и некоммерческих организаций;

- знакомство обучающихся со структурой рынка коммуникационных услуг и типами коммуникационных услуг;

- ознакомление обучающихся с особенностями профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью на начальной этапе карьеры.

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

Русский язык и культура речи

История рекламы и связей с общественностью

Информационно-коммуникационные технологии

Введение в коммуникационные специальности

Деловые коммуникации в профессиональной деятельности

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач
Знать: методы и инструменты работы с информацией и данными;
Уметь: применять методики и инструменты обработки различных данных; осуществлять критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения целей и задач профессиональной деятельности.
Владеть: навыками эффективной обработки больших объемов информации; навыками критического анализа и синтеза информации; навыками системного подхода к решению задач профессиональной деятельности.
УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
Знать: основы правового и законодательного регулирования профессиональной деятельности; инструменты планирования и реализации проектной деятельности в решении профессиональных задач.
Уметь: формулировать цели и задачи профессиональной деятельности; определять инструменты и методы решения профессиональных задач.
Владеть: навыками проектирования решений профессиональных задач с учетом действующего законодательства.
УК-3: Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
Знать: правила, нормы, особенности и технологии межличностной и групповой коммуникации.
Уметь: применять методы социального взаимодействия для реализации своей роли и коммуникаций внутри команды.
Владеть: навыками эффективного социального взаимодействия и работы в команде.
УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
Знать: правила и особенности деловой коммуникации в устной и письменной формах.
Уметь: осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах.
Владеть: навыками деловых коммуникаций в устной и письменной форме в профессиональной сфере.
УК-5: Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
Знать: особенности различных культур в социально-историческом, этическом и философском контексте, специфику межличностного взаимодействия в профессиональной среде.
Уметь: эффективно осуществлять межличностную коммуникацию с учетом разнообразия межкультурного взаимодействия.
Владеть: навыками восприятия и общения в условиях межкультурного разнообразия общества в профессиональной среде.

<p>УК-6: Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</p>
<p>Знать: принципы и инструменты самообразования, повышения профессиональной квалификации и профессионального роста</p>
<p>Уметь: эффективно управлять собственными интеллектуальными и материальными ресурсами.</p>
<p>Владеть: навыками самосовершенствования, саморазвития, повышения профессиональной квалификации, построение комплексной системы развития профессиональных умений и навыков с учетом требований профессиональной сферы.</p>
<p>УК-7: Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности</p>
<p>Знать: роль и значение активного и здорового образа жизни.</p>
<p>Уметь: применять на практике разнообразные средства физической культуры, спорта для сохранения и укрепления здоровья в целях обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.</p>
<p>Владеть: навыками ведения активного и здорового образа жизни для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.</p>
<p>УК-8: Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций</p>
<p>Знать: основные источники техногенных рисков на предприятии, признаки их возникновения и порядок действий в случае их реализации.</p>
<p>Уметь: описать мероприятия по обеспечению безопасности производственной деятельности на предприятии.</p>
<p>Владеть: навыками использования методов и средств защиты для обеспечения безопасных условий труда и в чрезвычайных ситуациях природного и техногенного происхождения.</p>
<p>ОПК-1: Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p>
<p>Знать: отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.</p>
<p>Уметь: выявлять ключевые характеристики, а также достоинства и недостатки медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.</p>
<p>Владеть: навыками работы с текстами рекламы и связей с общественностью и (или) иными коммуникационными продуктами различных жанров и форматов с учетом особенностей различных знаковых систем.</p>
<p>ОПК-2: Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p>
<p>Знать: систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития в контексте профессиональной деятельности.</p>
<p>Уметь: анализировать систему общественных и государственных институтов на основе обработки актуальной медийной информации.</p>
<p>Владеть: навыками работы с медиа и коммуникационными продуктами в процессе освещения деятельности общественных и государственных систем.</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>Знать: основные источники получения научно-практической информации в сфере отечественной и мировой культуры.</p>
<p>Уметь: выделять культурные феномены, наиболее значимые для создания текстов рекламы и PR и иных коммуникационных продуктов.</p>
<p>Владеть: способностью создавать коммуникационные и медиапродукты, используя потенциал отечественной и зарубежной культуры.</p>
<p>ОПК-5: Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p>
<p>Знать: совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.</p>
<p>Уметь: выявлять политические, экономические механизмы функционирования медиакоммуникационных систем, их соответствие правовым и этическим нормам.</p>
<p>Владеть: навыками изучения и анализа функционирования медиакоммуникационных систем в рамках профессиональной деятельности.</p>

ОПК-7: Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

Знать: методы оценки соответствия результатов профессиональной деятельности принципам социальной ответственности и нормам правового и этического регулирования.

Уметь: анализировать эффекты медиа и коммуникационного продукта и оценивать его соответствие принципам социальной ответственности и нормам правового и этического регулирования.

Владеть: навыками оценки и создания медиа и коммуникационного продукта в рамках правового и этического поля.

3 СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Наименование и содержание разделов (этапов)	Семестр	Контактная работа	СР (часы)	Форма текущего контроля
		Пр. (часы)		
Раздел 1. Организационная работа	2			Пр
Этап 1. Принципы, правила и методы организации работы специалиста по РиСО в различных отраслях. Должностные инструкции, правила техники безопасности, нормы социального взаимодействия. Изучение действующих в подразделениях нормативно-правовых актов по его функциональному предназначению, режиму работы, структуре данной организации.		10	20	
Этап 2. Организационная структура предприятия. Описание предприятия, сферы деятельности, структуры компании, нормативной документации. Исследования сегмента рынка, в котором функционирует предприятие, должностные инструкции специалистов по коммуникационным специальностям и особенность их работы в той или иной отрасли (по профилям или направлениям работы компании). Конкурентный анализ сферы деятельности предприятия. Описание целевой аудитории (с применением географических, демографических, психографических и поведенческих критериев сегментирования). SWOT-анализ.		10	20	
Раздел 2. Коммуникационно-аналитическая работа				
Этап 3. Создание презентации микроисследования. Выполнение индивидуальных заданий. Участие в лекториях по практике.		10	12	Пр,К
Этап 4. Сбор и обобщение материалов, необходимых для подготовки отчетных документов о практике. Презентация отчета.	4	20,55		
Итого в семестре		34	72,55	
Промежуточная аттестация (Зачет с оценкой)		1,45		
Всего контактная работа и СР по дисциплине		35,45	72,55	

4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

4.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

4.1.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения
УК-1	Описывает специфику поиска, отбора и обработки различных видов информации; Характеризует различные методы работы с информацией в профессиональной деятельности; Осуществляет поиск, критический анализ и синтез информации в рамках решения профессиональных задач.
УК-2	Характеризует правовые и законодательные нормы своей профессиональной области; Отбирает наиболее эффективные методы решения профессиональных задач; Решает профессиональные задачи в рамках правового поля и действующего отраслевого и общего законодательства.
УК-3	Описывает особенности групповой и межличностной коммуникации; Характеризует и применяет методики эффективной межличностной коммуникации в командной и индивидуальной работе;
УК-4	Характеризует правила и особенности деловой коммуникации; Использует технологии эффективной коммуникации в деловом общении; Осуществляет релевантную деловую коммуникацию в профессиональной сфере.
УК-5	Описывает особенности межкультурного взаимодействия в профессиональной среде; Характеризует технологии и инструменты эффективного межкультурного взаимодействия; Осуществляет межличностную коммуникацию в профессиональной среде с учетом норм и правил межкультурного взаимодействия.
УК-6	Описывает технологии и инструменты интеллектуального развития в профессиональной области. Формируют и развивают собственные интеллектуальные и материальные ресурсы в рамках профессиональной деятельности; Эффективно и своевременно повышают собственную профессиональную квалификацию, развивают профессиональные умения и навыки.
УК-7	Описывает принципы и обосновывает необходимость здорового образа жизни для эффективной профессиональной деятельности; Организовывает социальную и профессиональную деятельность с учетом необходимости поддержания должного уровня физической подготовленности и укрепления здоровья; Ведет активный и здоровый образ жизни для обеспечения эффективной и полноценной профессиональной деятельности.
ОПК-2	Описывает принципы и механизмы функционирования государственных и общественных институтов; Анализирует информацию о деятельности государственных и общественных институтов; Создает и распространяет медиа и коммуникационный продукт о деятельности государственных и общественных институтов.
ОПК-3	Описывает ключевые источники информации в сфере культуры; Характеризует культурологические аспекты для создания рекламных и PR-текстов Создает коммуникационные и медиа продукты с использованием достижений отечественной и мировой культуры.
ОПК-5	Описывает многообразие факторов развития и функционирования медиакоммуникационных системы различного уровня. Характеризует механизмы функционирования и легитимность различных медиакоммуникационных систем. Изучает и анализирует медиакоммуникационные системы в профессиональной деятельности
ОПК-7	Описывает методики и инструменты оценки результатов профессиональной деятельности; Характеризует возможные эффекты и последствия создания и распространения медиа и коммуникационных продуктов как предмета профессиональной деятельности; Создает эффективный медиа и коммуникационный продукт, соответствующий поставленным целям, правовым и этическим нормам.
УК-8	Описывает основные правила и нормы организации безопасных условий жизнедеятельности; Характеризует методы и правила организации безопасной производственной деятельности; Выполняет требования правил обеспечения безопасных условий труда в различных условиях
ОПК-1	Характеризует принципы и методы создания различных медиапродуктов, с учетом разнообразия знаковых систем; Оценивает и анализирует различные медиатексты и медиапродукты; Создают в процессе профессиональной деятельности различные рекламные и PR тексты.

4.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций
	Устное собеседование
5 (отлично)	Обучающийся дает полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание вопроса и широкую эрудицию в оцениваемой области. Демонстрирует критический, оригинальный подход к поставленному вопросу. Понимание целей и

	задач практики.
4 (хорошо)	Ответ стандартный, качественный. Демонстрирует ориентирование в источниках информации. Присутствуют небольшие пробелы в знаниях или несущественные ошибки.
3 (удовлетворительно)	Ответ неполный, основанный только на учебных материалах, содержащий существенные ошибки или пробелы в знаниях сразу по нескольким темам, незнание важных терминов. Отсутствие связи с конкретной практической деятельностью.
2 (неудовлетворительно)	Непонимание заданного вопроса. Неспособность ответить на дополнительные вопросы. Попытка списывания, использования неразрешенных технических устройств.

4.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

4.2.1 Перечень контрольных вопросов

№ п/п	Формулировки вопросов
Семестр 2	
1	Методы и инструменты работы с информацией и данными в профессиональной деятельности.
2	Специфика коммуникационных продуктов различных жанров и форматов с учетом особенностей различных знаковых систем.
3	Достоинства и недостатки медиатекстов, и медиапродуктов, коммуникационных продуктов.
4	Критический анализ информации из открытых источников
5	Особенности медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ;
6	Методы и средства защиты для обеспечения безопасных условий труда и в чрезвычайных ситуациях природного и техногенного происхождения.
7	Основные источники техногенных рисков на предприятии, признаки их возникновения и порядок действий в случае их реализации.
8	Характеристики медиа и коммуникационных продуктов в рамках правового и этического поля.
9	Принципы социальной ответственности и нормы правового и этического регулирования.
10	Методы оценки соответствия результатов профессиональной деятельности принципам социальной ответственности и нормам правового и этического регулирования.
11	Правила, методы и нормы устной и письменной деловой коммуникации в профессиональной сфере.
12	PEST – анализ – для определения влияющих на организацию факторов макросреды.
13	Анализ 5-ти конкурентных сил М. Портера – для анализа внешней среды организации.
14	SWOT- анализ – для выявления внутренних сильных и слабых сторон, внешних возможностей и угроз выбранной фирмы – потенциальной базы практики.
15	Провести анализ внешней и внутренней маркетинговой среды организации с использованием необходимых методов
16	Проанализировать фирменный стиль организации (логотип, фирменный знак, цветовая гамма, шрифт, слоган). Если нет, разработать и обосновать варианты.
17	Описать косвенных конкурентов (по одному из критериев: целевой аудитории, ценовому сегменту, ассортименту)
18	Описать прямых конкурентов (по целевой аудитории, ценовому сегменту, ассортименту);
19	Дайте характеристику основных нормативных документов, инструкций, положений, регламентирующими рекламную и PR-деятельность предприятия/организации/агентства, а также отдела (подразделения), которую вы посетили.
20	Проанализируйте и опишите коммуникационную деятельность организации/компании/агентства.
21	Дайте характеристику внешней и внутренней коммуникационной среды организации/компании/агентства.
22	Опишите опыт планирования и проведения рекламных и PR-кампаний, применяемых в практике данной организации.
23	Проанализируйте и опишите средства и методы, применяемые при планировании, подготовке и проведении социологических исследований в зависимости от сферы деятельности организации.
24	Укажите основные показатели оценки эффективности деятельности рекламных и PR-кампаний применяемых в практике данной организации.
25	Правовое и законодательное регулирование профессиональной деятельности.
26	Межличностные коммуникации в профессиональной деятельности.
27	Методики командообразования в профессиональной деятельности.
28	Особенности межкультурного диалога в профессиональной среде.

29	Национальные и культурные стереотипы в профессиональной деятельности.
30	Профессиональный портрет специалиста по рекламе и связям с общественностью. Требования к профессиональным умениям и навыкам специалиста в области РИСО.
31	Факторы совершенствования профессиональной деятельности специалиста. Траектории саморазвития.
32	Основы и принципы освещения деятельности государственных и общественных институтов в СМИ.
33	Культурологические аспекты создания коммуникационного и медиа продукта.
34	Социальная ответственность и особенности профессиональной деятельности специалиста по коммуникациям в чрезвычайных ситуациях.
35	Сущность и особенности функционирования медиакommunikационной системы региона.
36	Оценка эффективности медиа и коммуникационного продукта.
37	Правила и принципы организации труда специалиста по РИСО
38	Виды, жанры и функции рекламных и PR-текстов

4.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

4.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

4.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по практике

Устная Письменная Компьютерное тестирование Иная

4.3.3 Требования к оформлению отчётности по практике

Отчетность по прохождению учебной практики представляет собой презентацию письменного отчета по практике, ответа на устные вопросы руководителю практики на кафедре. Отчет должен быть оформлен в строгом соответствии с установленными образцами и шаблонами. Отчет должен включать в себя письменные комментарии студента по выполненным заданиям практики. Отчет должен носить аналитический характер, описывать практическую деятельность студента.

Оформить отчёт необходимо в виде аналитической записки: объем отчета о прохождении практики должен составлять не более 5-7 страниц (не включая формальные бланки) формата А4, набранных 14 шрифтом Times New Roman через 1,5 интервала, поля стандартные левое – 3см, правое 1 см, верхнее и нижнее по 2 см.

4.3.4 Порядок проведения промежуточной аттестации по практике

Каждому студенту дается список вопросов по практике. На подготовку к презентации отчета и ответу на вопросы дается 15 минут. Преподаватель задает один или несколько устных вопросов и переходит к оценке письменного отчета.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

5.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
5.1.1 Основная учебная литература				
Круталевиц, М. Г., Прытков, Р. М., Холодилина, Ю. Е., Бурдюгова, О. В.	Деловые коммуникации	Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ	2015	http://www.iprbookshop.ru/61357.html
Ларионова И. А.	Интегрированные маркетинговые коммуникации	Москва: Издательский Дом МИСиС	2015	http://www.iprbookshop.ru/56554.html
Доброзракова, Г. А.	Современные теории массовой коммуникации	Самара: Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики	2015	http://www.iprbookshop.ru/71884.html
Гузикова, М. О., Фофанова, П. Ю.	Основы теории межкультурной коммуникации	Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ	2015	http://www.iprbookshop.ru/66569.html

Головлева, Е. Л.	Реклама как механизм социокультурных изменений	Москва: Московский гуманитарный университет	2017	http://www.iprbookshop.ru/74739.html
Бердников И. П., Стрижова А. Ф.	PR-коммуникации	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа	2019	http://www.iprbookshop.ru/83123.html
5.1.2 Дополнительная учебная литература				
Грачев А. С., Грачева С. А., Спирина Е. Г.	PR-служба компании	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа	2018	http://www.iprbookshop.ru/75229.html
Горкина, М. Б.	Пять шагов от менеджера до PR-директора	Москва: Альпина Бизнес Букс	2019	http://www.iprbookshop.ru/82765.html
Старков А.Н.	Интернет-маркетинг и реклама	Москва: Флинта	2017	http://ibooks.ru/reading.php?short=1&productid=358777

5.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Базы данных информационного портала Restko.ru (Информационные системы рынка рекламы, маркетинга, PR – Базы рынка рекламы [Электронный ресурс]. URL: <https://www.restko.ru/>

Первая полоса. Маркетинг и реклама. Бизнес и инновации. [Электронный ресурс] URL: www.reklamaster.com

Ассоциация компаний-консультантов в области связей с общественностью [Электронный ресурс] <http://www.akospr.ru/>

Сетевое издание AdIndex.ru [Электронный ресурс] <https://adindex.ru/>

Рейтинговое издание [Электронный ресурс] <https://www.alladvertising.ru/spb/>

Инфраструктурная формация RUWARD [Электронный ресурс] <https://ruward.ru/group/>

5.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional

Microsoft Windows

5.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по практике

Аудитория	Оснащение
Учебная аудитория	Специализированная мебель, доска
Компьютерный класс	Мультимедийное оборудование, компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-