

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Баламирзоев Назим Лиодинович
Должность: И.о. ректора
Дата подписания: 21.07.2023 15:01:34
Уникальный программный ключ:
2a04bb882d7edb7f479cb266eb4aaaaedebee849

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Дагестанский государственный технический университет»

ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

Практика Учебная (профессионально - ознакомительная)
наименование практики по ОПОП

для направления (специальности) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
код и полное наименование направления (специальности)

по профилю (специализации, программе) Реклама и связи с общественностью в
сфере государственного и муниципального управления

факультет Таможенного дела и судебной экспертизы
наименование факультета, где ведется дисциплина

кафедра Психологии и социокультурного сервиса
наименование кафедры, за которой закреплена дисциплина

Форма обучения очная, заочная, курс 1 семестр (ы) 2
очная, очно-заочная, заочная

г. Махачкала 2019

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки (специальности) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью с учетом рекомендаций и ОПОП ВО по направлению и профилю подготовки Реклама и связи с общественностью в сфере государственного и муниципального управления.

Разработчик _____ Сулаева Ж.А., д.филол.н, доцент
подпись (ФИО уч. степень, уч. звание)
«12» 09. 2019 г.

Зав. кафедрой, за которой закреплена дисциплина (модуль)
_____ Сулаева Ж.А., д.филол.н, доцент
подпись (ФИО уч. степень, уч. звание)
«12» 09. 2019 г.

Программа одобрена на заседании выпускающей кафедры ПиСКС от 12.09.2019 года, протокол № 1.

Зав. выпускающей кафедрой по данному направлению (специальности, профилю)
_____ Сулаева Ж.А., д.филол.н, доцент
подпись (ФИО уч. степень, уч. звание)
«12» 09. 2019 г.

Программа одобрена на заседании Методической комиссии направления (специальности) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, факультета Таможенного дела и судебной экспертизы от 16.09.19 года, протокол № 1.

Председатель Методической комиссии факультета
_____ Аминова Р.К., к.э.н.
подпись (ФИО уч. степень, уч. звание)
« 16 » 09. 20 19 г.

И.о. декана факультета _____ Эмирова Г.А.
подпись ФИО

Начальник УО _____ Магомаева Э.В.
подпись ФИО

И.о.начальника УМУ _____ Гусейнов М.Р.
подпись ФИО

1. Цель учебной (профессионально-ознакомительной) практики по профилю «Реклама и связи с общественностью в сфере государственного и муниципального управления»

Цель учебной (профессионально-ознакомительной) практики по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата) заключается в получении первичных профессиональных умений и навыков в сфере избранного направления обучения.

В процессе практики проходит закрепление и углубление знаний, полученных обучающимся в период теоретического обучения, приобретение необходимых умений, навыков и опыта практической работы по данному направлению подготовки.

Учебная (профессионально-ознакомительная) практика направлена на:

закрепление теоретических знаний, полученных при освоении базовых дисциплин;

изучение организационной структуры предприятия и действующей в нем системы управления;

ознакомление с содержанием основных работ и исследований, выполняемых на предприятии или в организации по месту прохождения практики;

развитие и накопление специальных навыков, изучение и участие в разработке информационно-рекламных материалов;

принятие участия в конкретном производственном процессе или исследованиях;

усвоение приемов, методов и способов обработки, представления и интерпретации результатов проведенных практических исследований;

приобретение практических навыков в будущей профессиональной деятельности.

В результате прохождения практики по получению первичных профессиональных умений и навыков обучающийся должен освоить навыки первичного сбора информации для материалов различных жанровых форм и подготовки материала к выходу в свет;

уметь организовывать и планировать собственный рабочий процесс с учетом графика работы;

принимать решения в рамках своей компетенции и нести за них ответственность.

Область профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, включает:

Об - Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы).

Объектами профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу направления 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, являются:

органы государственной власти субъектов Российской Федерации, органы местного самоуправления;

негосударственные, общественные и коммерческие организации, средства массовой информации;

научные организации и организации, осуществляющие образовательную деятельность; производственные и сервисные предприятия.

Типы задач профессиональной деятельности, к которым готовятся обучающиеся, освоившие программу:

редакторский

организационный.

2. Задачи учебной (профессионально-ознакомительной) практики по профилю «Реклама и связи с общественностью в сфере государственного и муниципального управления»

Задачами учебной (профессионально-ознакомительной) практики являются:

закрепление и расширение теоретических знаний, полученных в вузе;

приобретение знаний в области практической реализации рекламы и связей с общественностью в современной организации;

подготовка обучающихся к самостоятельному применению в ходе работы полученных знаний в рамках различных направлений профессиональной деятельности и получение новых профильных навыков и умений;

сбор практического материала по индивидуальным заданиям практики и представить их в отчете;

обобщение полученных данных и оценки организации работы специалиста на объекте прохождения практики, сформулировать грамотные выводы для принятия и реализации управленческих решений;

получение первичного опыта для будущей профессиональной деятельности;

формирование профессионального взгляда на рекламную и PR – деятельности как форму социальной коммуникации и фактор культурной и общественной жизни.

В задачи практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности входят также ознакомление с маркетингово-рекламной и рекламно - производственной деятельностью учреждений и предприятий, регулирование их взаимоотношений со СМИ, с коммуникационными агентствами и т.д.

В первую очередь, обучающиеся должны понимать правовую основу деятельности рекламного отдела, поэтому необходимо ознакомиться с правовыми актами, регулирующими деятельность конкретного рекламного отдела; ознакомление с функциями и задачами, которые ставятся перед маркетингово-рекламной службой. При этом важно приобретение навыков ведения рабочей документации рекламного отдела: подготовка писем, служебных и аналитических записок, отчетов.

Практиканты должны изучить должностные обязанности каждого сотрудника рекламно - маркетинговой службы; освоить офисные технологии: составление документов в Word и Excel, владение Internet-технологиями, рассылка и обработка электронной и факсимильной почты, применение основ компьютерной графики, сканирование изображений, копирование документов и т.д.

Решение данных задач осуществляется при самостоятельном выполнении обучающимися учебной (профессионально-ознакомительной) в форме профессионально-ознакомительной практики.

В процессе прохождения практики обучающийся должен выполнить работы соответствующих этапов, начиная от формирования задач практики и заканчивая их решением.

3. Место учебной (профессионально-ознакомительной) практики в структуре ОПОП бакалавриата по профилю «Реклама и связи с общественностью в сфере государственного и муниципального управления»

Практика обучающегося по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью является составной частью учебного процесса и относится к вариативной части Блок 2 ПРАКТИКИ.

Практика проводится в соответствии с ФГОС ВО в части требований к минимуму содержания и уровню подготовки выпускников.

Результаты, полученные в ходе практики, используются при дальнейшем изучении дисциплин профиля, предусмотренных учебным планом по направлению.

Учебная (профессионально-ознакомительная) практика является логическим продолжением курсов по дисциплинам Философия, Иностранный язык, Психология, Основы теории коммуникации, История и актуальные проблемы современной рекламы и представляет собой необходимую ступень перехода к практическим навыкам по следующим дисциплинам: «Теория и практика рекламы», «Введение в профессию», «Теория и практика массовой информации», «Основы медиапланирования». Учебная (профессионально-ознакомительная) практика необходима для оптимизации дальнейшей профессиональной и учебной деятельности бакалавров и будущей административно-организационной деятельности выпускника в рамках государственного и муниципального управления.

4. Формы проведения учебной (профессионально-ознакомительной) практики

Учебная (профессионально-ознакомительная) практика проводится в следующих формах:

- практическая подготовка по получению первичных профессиональных умений и навыков;
- научно-исследовательская работа.

Способы проведения практической подготовки практики:

стационарная;

выездная.

Практика проводится в форме работы обучающегося на предприятиях рекламной сферы, включенных в процесс оказания рекламных услуг, а также в специально оборудованных кабинетах, соответствующих действующим санитарным и противопожарным нормам, требованиям техники безопасности при проведении учебных работ, кафедры вуза, лаборатории вуза, библиотеки, читальные залы, обладающие необходимым кадровым и научным потенциалом.

Определение места прохождения учебной (профессионально-ознакомительной) практики для обучающихся зависит от предмета научного интереса обучающегося.

Основным требованием к месту прохождения практики является соответствие направления подготовки обучающегося профилю деятельности образовательной организации либо одного из его подразделений в соответствии с заключенными договорами между университетом и организацией, выбранными в качестве места прохождения практики. Для лиц с ограниченными возможностями здоровья выбор места прохождения учебной (профессионально-ознакомительной) практики учитывает состояние здоровья и требования доступности.

Руководство практикой осуществляется руководителем практики от кафедры из числа лиц, относящихся к профессорско-преподавательскому составу (далее - руководитель практики от кафедры) и руководителем (руководителями) практики из числа работников профильной организации (далее - руководитель практики от организации).

5. Место и время проведения учебной (профессионально-ознакомительной) практики

Базой проведения практики бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью являются телеканал, редакция газеты, рекламные агентства республики Дагестан. Учебная (профессионально-ознакомительная) практика проводится в структурных подразделениях телевидения, таких как: ГТРК «Дагестан», редакция еженедельной общественно-политической газеты «Дагестанская правда», рекламных компаниях и агентствах РД, на базе которых осуществляется подготовка специалистов по соответствующему направлению.

При подборе баз практики учитываются условия и возможности проведения на них всех видов практики с последующим распределением специалистов в эти организации на работу после окончания университета.

Базы прохождения практики определяются с учетом пожеланий обучающегося, далее утверждаются кафедрой, деканатом факультета.

Практика проводится во втором семестре, продолжительность практики 4 недели, что соответствует 6 ЗЕТ, практическая подготовка проходит согласно графику учебного процесса.

6. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения учебной (профессионально-ознакомительной) практики

В результате прохождения учебной (профессионально-ознакомительной) практики обучающийся должен приобрести следующие практические навыки, умения, компетенции:

| 6.1. Универсальные компетенции выпускников и индикаторы достижения Категория (группа) универсальных компетенций | Код и наименование универсальной компетенции (УК) | Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции |
|---|--|--|
| Системное критическое мышление | 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: исследованием проблем профессиональной деятельности с применением анализа, синтеза и других методов интеллектуальной деятельности; выявлением научных проблем и использованием адекватных методов для их решения; демонстрацией оценочных суждений в решении проблемных профессиональных ситуаций.</p> |
| Разработка и реализация проектов | 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 | УК-2.1. Знает: юридические основания для представления и описания результатов деятельности; правовые нормы для оценки результатов решения задач; правовые нормы, предъявляемые к способам решения профессиональных задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений. |

| | | |
|------------------------------|---|---|
| | | <p>УК-2.2. Умеет: обосновывать правовую целесообразность полученных результатов; проверять и анализировать профессиональную документацию; выдвигать инновационные идеи и нестандартные подходы к их реализации в целях реализации деятельности; анализировать нормативную документацию.</p> <p>УК-2.3. Владеет: правовыми нормами в области, соответствующей профессиональной деятельности; правовыми нормами разработки технического задания проекта, правовыми нормами реализации профильной профессиональной работы; правовыми нормами проведения профессионального обсуждения результатов деятельности.</p> |
| Командная работа и лидерство | УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде | <p>УК-3.1. Знает: методы социального взаимодействия и реализации своей роли в команде.</p> <p>УК-3.2. Умеет: осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде.</p> <p>УК-3.3. Владеет: способностью осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде.</p> |
| Коммуникация | УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) | <p>УК-4.1. Знает: методы осуществления деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).</p> <p>УК-4.2. Умеет: осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).</p> <p>УК-4.3. Владеет: способностью осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)</p> |

| | | |
|---|---|--|
| Межкультурное взаимодействие | УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах | УК-5.1. Знает: межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах. УК-5.2. Умеет: воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах. УК-5.3. Владеет: способностью воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах. |
| Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровье и бережение) | УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни | УК-6.1. Знает: методы управления своим временем, выстраивания и реализации траектории саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни. УК-6.2. Умеет: управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни. УК-6.3. Владеет: способностью управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни. |
| Самоорганизация и саморазвитие (в том числе Здоровье и бережение) | УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности | УК-7.1. Знает: способы поддержания должного уровня физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности. УК-7.2. Умеет: поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности. УК-7.3. Владеет: должным уровнем физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности. |

| | | |
|---------------------------------------|--|---|
| <p>Безопасность жизнедеятельности</p> | <p>УК-8. Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций</p> | <p>УК-8.1. Знает: способы создания и поддержания безопасных условий жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций. УК-8.2. Умеет: создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций. УК-8.3. Владеет: способами создания и поддержания безопасных условий жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций.</p> |
|---------------------------------------|--|---|

7. Структура и содержание учебной (профессионально-ознакомительной) практики

Общая трудоемкость учебной (профессионально-ознакомительной) практики составляет 6 зачетных единиц, что составляет 216 часов. Структура и содержание профессионально-ознакомительной практики представлена в таблице 1.

Таблица 1

| п/п | Разделы (этапы) практики | Виды учебной работы, на практике включая самостоятельную работу обучающегося и трудоемкость (в часах) | | | Формы текущего контроля |
|-----|--|---|-------------------------|------------------------|------------------------------|
| | | Теоретические занятия | Производственная работа | Самостоятельная работа | |
| 1. | Организационный этап: определение базы практики, рабочих мест обучающихся, руководство практикой. Порядок контроля над прохождением практики. Изучение программы учебной практики. Получение рекомендаций руководителя практики от кафедры о методике прохождения практики. | 4 | 4 | 36 | индивидуальный план работы |
| 2. | Подготовительный этап: инструктаж по технике безопасности, информация о порядке прохождения практики, времени прохождения практики, специфике деятельности предприятий – баз практики, о задачах и содержании практики, о подготовке отчета по практике. | 4 | 4 | 36 | сбор и обработка данных |
| 3. | Основной этап: беседа по выполнению индивидуального плана прохождения практики, получения индивидуальных заданий, учебные экскурсии на предприятия. Ознакомительные лекции | 4 | 4 | 36 | индивидуальное задание |
| 4. | Заключительный этап: обработка полученной информации, ее систематизация и написание отчета по практике. Характеристика от базы прохождения практики. | 2 | 4 | 36 | написание отчета по практике |
| 5. | Отчетный этап. Подготовка отчета по практике | 2 | 4 | 36 | дневник практики и |

| | | | | | |
|--|---|----|----|-----|---|
| | (оформление итогового отчета по практике). Защита отчета в установленные сроки. | | | | отчет по практике, характеристика. Дифференцированный зачет |
| | ИТОГО | 16 | 20 | 180 | 216 (6 ЗЕТ) |

8. Образовательные, научно-исследовательские и научно-производственные технологии, используемые в ходе учебной (профессионально-ознакомительной) практики

В процессе прохождения практики используются как традиционные, так и инновационные образовательные технологии, активные и интерактивные методы и формы: разбор конкретных ситуаций, проведение лекций, творческие задания для самостоятельной работы, информационно-коммуникационные технологии.

На протяжении учебной (профессионально-ознакомительной) практики уделяется особое внимание демонстрации возможности применения полученных знаний в практической деятельности. Используются такие прогрессивные и эффективные методы как:

- групповая форма, позволяющая практической подготовке эффективно взаимодействовать в микрогруппах при формировании и закреплении практических знаний и умений;

- проблемно-ориентированный подход, позволяющий сфокусировать внимание обучающегося на анализе и разрешении какой-либо конкретной проблемной ситуации, что становится отправной точкой в процессе ознакомления с деятельностью рекламных агентств, ПР - службы в организации, выявления системы документации, применяемой в конкретной организации.

Методами получения информации во время учебной (профессионально-ознакомительной) практики являются: опрос работников рекламных агентств, ПР-служб, изучение основных видов их деятельности, способов работы с клиентами, внутреннего трудового распорядка; применение на практике законов «О рекламе», права потребителей и т.д., а также сбор информационных материалов (инструкций, положений, регламентов, приказов и т.д.) для использования в качестве приложений к отчету по практике. В рамках учебной (профессионально-ознакомительной) практики предусматриваются встречи с представителями государственных и общественных организаций и учреждений, мастер-классы специалистов в области рекламы и ПР - деятельности.

9. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающегося на учебной (профессионально-ознакомительной) практике

Для аттестации практики разработаны контрольные вопросы, индивидуальные задания и вопросы для проведения аттестации.

Контрольная работа № 1

1. Понятие рекламной деятельности.
2. Основные функции рекламных и ПР - кампаний.
3. Классификация материалов для СМИ.
4. Основные услуги, оказываемые клиентам рекламными организациями.
5. Как работает закон «О рекламе»
6. Роль закона об авторском праве и смежных с ним правах.
7. Организационные документы. Требования к их составлению и оформлению.
8. Как работает закон об этике современного специалиста по рекламе.
9. Информационно-справочные документы, клиентская база. Как она формируется.
10. Особенности работы рекламного агента.

Контрольная работа №2

1. Что входит в основные функции рекламного агента.
2. Как проводят рабочий день специалисты по рекламе и рекламные агентства.
3. Современные методы сбора, обработки, анализа и производства информации и сферы ее потребления.
4. Проблемы работы с клиентами при изготовлении рекламы.
5. Организационная и производственная структура предприятий рекламы.
6. Вопросы этики и психологии в рекламной деятельности.
7. История развития рекламы в республике Дагестан.
8. Программное обеспечение в рекламной сфере.

Индивидуальные задания для проведения аттестации

Самостоятельная работа по практической подготовке в форме учебной (профессионально-ознакомительной) практики предусматривает выполнение обучающимся 2-3 заданий (по выбору) из предложенного ниже списка.

1. Напишите небольшую заметку в газету о фирме, проведя предварительный мониторинг информации о данной фирме в СМИ, используя материалы социологического опроса. Формы опроса предложите сами.

2. Разработать PR-мероприятие, способствующее формированию позитивного общественного мнения о данной фирме, продвижению товаров и услуг, предоставляемых фирмой, созданию имиджа фирмы. Сформулируйте цели, задачи планируемого мероприятия, время и место проведения, определите целевую аудиторию, предложите сценарий и реквизит.

3. Напишите заметку в газету о продуктах, товарах, услугах, предлагаемых данной фирмой. Заметка может быть опубликована на правах рекламы.

4. Ознакомившись с деятельностью фирмы, ее историей, сотрудниками, отделами, структурными подразделениями, напишите статью об истории создания фирмы.

5. Составьте деловое письмо, в котором вы как представитель PR-агентства, предлагаете коммерческой фирме свои услуги. Прорекламируйте свое агентство и выразите надежду на сотрудничество.

6. Составьте 3–4 рекламных текстов. Прорекламируйте товары, услуги фирмы, в которой проводится практика (развернутая и сжатая реклама, реклама в печатных СМИ и на телевидении, например, бегущая строка и т.д.).

Вопросы для аттестации

1. Основные характеристики базового предприятия.
2. История рекламного агентства.
3. Основные сферы рекламной деятельности.
4. Основные партнеры и заказчики рекламного агентства.
5. Организационная и производственная структура организаций рекламы.
6. Состав основных структурных подразделений рекламного агентства.
7. Состав основных вспомогательных и обслуживающих подразделений данного агентства.
8. Сферы деятельности работников рекламных организаций.
9. Основные задачи, выполняемые специалистами в области рекламы.
10. Основные задачи, выполняемые специалистами рекламной сферы в области организации производственной деятельности.
11. Профессиональная этика на предприятиях рекламного характера.
12. Способы разрешения конфликта в работе на предприятиях рекламной сферы.
13. Классификация причин конфликта и ее практическое использование в деятельности
14. История развития рекламной и ПР - деятельности в РД.

15. Программное обеспечение и другие программы, используемые в издательствах, рекламных компаниях и т.д.
16. Назовите основные нормативно-правовые документы, регламентирующие деятельность организации?
17. В какой степени на практике были использованы навыки межкультурной профессиональной коммуникации?
18. Какие новые знания и навыки Вы приобрели за время прохождения практики?
19. Есть у Вас предложения и рекомендации по совершенствованию организации и проведения практики студентов?
20. Как Вы оцениваете условия, созданные принимающей организацией для прохождения практики?

10. Формы промежуточной аттестации (по итогам практики)

К формам промежуточной аттестации обучающихся по итогам практики относятся: собеседование, контрольное тестирование, составление и защита отчета, дифференцированный зачет.

По окончании практики обучающийся сдает дифференцированный зачет по результатам представленного отчета и собеседования

Оформление, структура, содержание и защита отчета по практике

Оформление отчета

Отчет является итоговым документом, на основании которого после защиты обучающийся получает зачет по практике.

Отчет должен быть грамотно изложен, четко и аккуратно оформлен.

Если отчет необходимо проиллюстрировать типовыми формами документа, то по окончании всей работы, после заключения вставляется лист с наименованием «Приложения» и затем прикладываются эти формы.

Все страницы отчета (включая Приложения) должны быть пронумерованы. Номера проставляются в правом верхнем углу страницы. Первой страницей считается титульный лист. На нем цифра «1» не ставится, на следующей странице проставляется цифра «2» и т.д.

Иллюстративный материал (графики, классификационные и структурные схемы, таблицы и пр.) должен быть представлен по мере изложения текста отчета. Под каждым графиком, схемой, иллюстрацией пишется слово «Рис.» с цифрой порядкового номера; наименование рисунка, а под подрисуночной надписью расшифровывают обозначения.

Для оформления всей документации по учебной (профессионально-ознакомительной) практике обучающемуся предоставляется 2 дня в конце практики, о чем могут быть сделаны соответствующие записи в дневнике.

Структура и содержание отчета

Структурно отчет должен отвечать требованиям, предъявляемым к отчетам по научно-исследовательской работе (ГОСТ 7 32-81) и включать следующие элементы: титульный лист, отзыв руководителя практики от предприятия, содержание (перечень разделов и подразделов с указанием страниц), основную часть, заключение, список использованной литературы, Приложения (при необходимости).

В основной части отчета необходимо раскрыть следующие вопросы (перечень разделов и подразделов, их последовательность в отчете должны четко соответствовать нижеизложенному содержанию):

- а) база прохождения практики, ее полное наименование;
- б) сроки прохождения практики;
- в) виды выполненной работы за время прохождения практики;
- г) степень выполнения календарного плана практики, причины его неполного выполнения;

д) содержание аналитической работы обучающегося, связанного с проведением социологических исследований;

е) изложение спорных вопросов, возникающих при прохождении практики, а также предложения обучающегося, направленные на улучшение работы того учреждения, где была организована практическая подготовка, а также совершенствование организации самой практики.

Отчет составляется творчески, в произвольной форме, подписывается обучающимся и заверяется руководителем от производства.

К отчету приобщаются следующие документы:

а) дневник по практике, заверенный руководителем практики от производства;

б) характеристика обучающегося, подписанная руководителем практики того учреждения, где была организована практика.

Все эти материалы вместе с отчетом по практике подшиваются в папку и представляются на кафедру после окончания практики.

Защита отчета учебной (профессионально-ознакомительной) практики проводится в сроки, определяемые деканатом.

К защите допускаются обучающиеся, у которых материалы учебной (профессионально-ознакомительной) практики оформлены надлежащим образом и собраны все необходимые документы. Защита отчета обучающихся по учебной (профессионально-ознакомительной) практике оценивается комиссией по модульно-рейтинговой системе (отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно). Обучающийся, получивший неудовлетворительную оценку, либо направляется повторно на практику, либо отчисляется из университета.

Полностью оформленный отчет с отзывом руководителя практики от предприятия представляется руководителю практики от кафедры для проверки и защиты. Вместе с отчетом обучающийся должен представить заполненный дневник практики, закрепленный печатью предприятия и заверенный подписью руководителя практики от предприятия.

Защита отчетов

Защита отчетов проводится на кафедре комиссией, в состав которой входят руководители практик от кафедры и предприятия.

Защищенный отчет с указанием даты защиты передается руководителем практики заведующему выпускающей кафедрой. Обучающиеся, не прошедшие практику в установленные учебным планом сроки, допускаются к прохождению практики только по решению ректората.

Краткие указания по заполнению дневника по практике

Основным назначением дневника прохождения практики является отражение в нем работы, проделанной обучающимися на месте практики. Записи в дневник вносятся ежедневно. Дневник практики имеет общеуниверситетскую форму.

В дневнике отражаются:

1. Даты прохождения практики: даты прибытия и убытия отмечаются и визируются подписью руководителя практики от предприятия, скрепленной печатью учреждения. Также отмечается дата прохождения инструктажа по технике безопасности, указывается назначенная должность и дата начала работы.

II. План прохождения учебной (профессионально-ознакомительной) практики составляется обучающимися совместно с руководителем практики от предприятия. План расписывается по датам и должен охватывать все разделы программы практики. Фактическое выполнение календарного плана выявляется на основании записей в дневнике.

III. Учет прохождения практики: здесь кратко описывается содержание выполненных работ в соответствии с поставленными индивидуальными заданиями и вопросами программы. Дневник еженедельно представляется руководителю практики от

предприятия, который визирует каждую запись личной подписью и проставляет дату.

IV. Рекомендации и замечания руководителя практики от предприятия: записываются поощрения и замечания, полученные обучающимися во время практики.

V. Список материалов, собранных обучающимися в период практики: приводится перечень документации, отчетности и другого фактического и цифрового материала, который был предоставлен обучающийся для написания отчета.

VI Оценка работы обучающимся в период прохождения практики дается руководителем практики от предприятия, подписывается и заверяется печатью предприятия.

Правильность, своевременность и аккуратность заполнения дневника практики является обязанностью обучающегося и учитывается при оценке. Дневник вместе с отчетом по практике сдается на кафедру при защите отчета.

Подведение итогов практики

По окончании практики обучающийся должен составить подробный письменный отчет и предоставить его на кафедру. Отчет должен быть проверен и подписан руководителями практики от кафедры и предприятия.

Обучающийся, не явившийся или опоздавший на практику, обязан предоставить руководителям практики от кафедры и предприятия письменное объяснение и оправдательный документ для решения вопроса о продлении срока прохождения практики.

Обучающийся, который не выполнил программу практики, а также получивший отрицательный отзыв или неудовлетворительную оценку может быть повторно направлен на практику или исключен из университета.

Контрольные вопросы к защите отчета по практике

1. Основные виды услуг, оказываемые рекламными организациями и агентствами.
2. Правовые и иные акты, регулирующие рекламную деятельность, определяющие основные задачи, функции и полномочия рекламных агентств и фирм.
3. Управленческие и иные связи рекламных агентств, фирм и организаций, как по вертикали, так и по горизонтали.
4. Передовой производственный опыт, накопленный рекламным агентством, СМИ, телевизионными каналами и т.д.
5. Принципы информационного обеспечения для регистрации, сбора и передачи информации в рекламном агентстве.
6. Особенности работы с традиционными носителями информации, распределенными базами данных и знаний.
7. Определение информационных потоков и информационного взаимодействия в организации со СМИ и другими внешними источниками;
8. Определение потребностей в оперативной и ретроспективной информации, определение методов и способов их удовлетворения;
9. Исследование состояния унификации, стандартизации документов
10. Исследование методик применяемых в рекламной деятельности для налаживания отношений с клиентами;
11. Исследование нормативно-методических документов, актов (правил, перечней документов, положений, инструкций, классификаторов, таблиц применяемых форм документов и др.) по документационному обеспечению управления в сфере рекламы;
12. Исследование технологий по созданию и обработке документов;
13. Исследование контроля за исполнением документов;
14. Исследование текущего хранения документов,
15. Исследование технологий создания и ведения клиентской справочно-поисковой системы (номенклатура дел, описи, путеводители, обзоры, каталоги и др.);

16. Порядок работы по обеспечению сохранности документов на разных носителях;
17. Технологии консервации и реставрации документов.
18. Совершенствование деятельности рекламных служб и организаций по улучшению качества предоставляемых услуг, работы с клиентами и поиск последних.

11. Учебно-методическое и информационное обеспечение учебной (профессионально-ознакомительной) практики

Учебно-методическое и информационное обеспечение представлено в виде таблицы и включает в себя основную и дополнительную литературу, интернет ресурсы и российские и зарубежные издания (таблица 2)

Таблица 2

| № п/п | Виды занятий (лк, пз, срс, кп) | Необходимая литература по дисциплинам (наименование учебника, учебного пособия, конспект, лек.учебно-методич. литературы) | Автор(ы) | Издат-во и год издания | Кол-во пособий, учебн.и прочей лит. | |
|----------------------------|--------------------------------|--|---------------|--|-------------------------------------|--------|
| | | | | | В библ | На каф |
| Основная литература | | | | | | |
| 1 | Лк, пз, срс | Public Relations. Связи с общественностью для бизнеса: практические приемы и технологии / Кузнецов П.А. — ISBN 978-5-394-03150-2. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/85403.html | Кузнецов П.А. | Москва: Дашков и К, 2019. — 295 с. | - | - |
| 2 | Лк, пз, срс | Медиапланирование. Теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика»/ Бузин В.Н., Бузина Т.С.— Электрон. текстовые данные.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/81796.html .— ЭБС «IPRbooks» | Бузин В.Н. | М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017.— 492 с. | - | - |
| 3 | Лк, пз, срс | Реклама и связи с общественностью: введение в профессию: учебное пособие / Чилингир Е.Ю.— ISBN 978-5-4497-0579-2. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR | Чилингир Е.Ю. | Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2019. — 240 с. | - | - |

| | | | | | | |
|---|-------------|--|--------------------|--|---|---|
| | | BOOKS: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/95336.html — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: https://doi.org/10.23682/95336 | | | | |
| 4 | Лк, пз, срс | Связи с общественностью. Составление документов. Теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Минаева Л.В.— Электрон. текстовые данные. 320 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/8972.html . — ЭБС «IPRbooks» | Минаева Л.В. | Москва: Аспект Пресс, 2012. | - | - |
| 5 | Лк, пз, срс | Теория и практика массовой информации [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»/ Аксенова О.Н., Меликян С.В., Швец Е.В.— Электрон. текстовые данные.— 104 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/72947.html .— ЭБС«IPRbooks» | Аксенова О.Н. | Воронеж: Воронежский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2017. | - | - |
| 6 | Лк, пз, срс | Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд (2-е издание) [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов/ Чу-миков А.Н.— Электрон. текстовые данные. — 160 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/57080.html . — ЭБС «IPRbooks» | Чумиков А.Н. | Москва: Аспект Пресс, 2016. | - | - |
| 7 | Лк, пз, срс | Информационно-техническое обеспечение рекламы и связей с общественностью: учебное пособие. — Санкт-Петербург :— Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/102907.html | сост. Смирнов А.В. | Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, | - | - |

| | | | | | | |
|----------------------------------|-------------|---|----------------------|---|---|---|
| | | | | 2017. — 68 с. | | |
| 8 | Лк, пз, срс | Планирование и реализация кампаний по рекламе и связям с общественностью: учебное пособие. — Санкт-Петербург:— Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/102948.html | сост. Степанова И.Е. | Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2017. — 100 с. | - | - |
| 9 | Лк, пз, срс | Политическая реклама. Теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Связи с общественностью»/ Кузнецов П.А.— Электрон. текстовые данные.— 127 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/81729.html .— ЭБС «IPRbooks» | Кузнецов П.А. | Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. | - | - |
| Дополнительная литература | | | | | | |
| 10 | Лк, пз, срс | Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции. Учебное пособие/ Чумиков А.Н., Бочаров М.П., Самойленко С.А.— ISBN 978-5-7749-1135-6. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/51076.html | Чумиков А.Н. | Москва: Дело, 2016. — 520 с. | - | - |
| 11 | Лк, пз, срс | Поведение потребителей [Электронный ресурс]: учебник/ Меликян О.М.— Электрон. текстовые данные.— 2018 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/85320.html .— ЭБС | Меликян О.М. | Москва: Дашков и К, 2018. | - | - |
| 12 | Лк, пз, срс | Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью: учебное пособие / Санкт-Петербург: — Текст: электронный // | сост. Ларина А.В. | Санкт-Петербургский государственный | - | - |

| | | | | | | |
|--|--|---|--|--|--|--|
| | | Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/102938.html | | университет промышленности и технологий и дизайна, 2017. — 96 с. | | |
|--|--|---|--|--|--|--|

Интернет-ресурсы

| № п/п | Назначение программы | Название программы | Разработчик | Вид учебной работы |
|-------|--|---|---|----------------------|
| 1 | Программа для составления медиаплана | Медиапланирование своими силами | ООО «Питер-пресс», исследовательская фирма «Gortis», 2010г. | Практическое занятие |
| 2 | Программа для составления пресс-релиза | Пресс-релиз своими силами | ООО «Питер-пресс», исследовательская фирма «Gortis», 2010г. | Практическое занятие |
| 3 | Программа, используемая для верстки газетных статей | Photo-shop | Фирма «Майкрософт», 2012г. | Практическое занятие |
| 4 | Программа для написания деловых текстов в области связей с общественностью | Делопроизводство | ООО «АКБ «Асс-бюро», 2011г. | Практическое занятие |
| 5 | Программа по воздействию на собеседника | Сила мысли или магнетизм личности. 15 уроков воздействия на собеседника | Аудиокнига «Ардис» | Практическое занятие |

Российские и зарубежные издания, необходимые для прохождения учебной (профессионально-ознакомительной) практики и дающие возможность обучающимся быть в курсе последних изменений в области рекламы.

а) Российские издания:

1. Рекламные технологии
2. Йес – рекламные идеи
3. Эксперт
4. Советник
5. Media XXI век (PR -диалог)
6. СО – общение
7. Маркетинговые исследования
8. Маркетинг
9. Альманах «Лаборатория рекламы, маркетинга и PR»
10. Бренд-менеджмент
11. PR в России
12. Пресс-служба

б) Зарубежные издания:

1. AdAge
2. PR-Week

3. PR Newswire
4. Journal of Employee Communication Management
5. PR&MarketingNetwork

12. Материально-техническое обеспечение учебной (профессионально-ознакомительной) практики

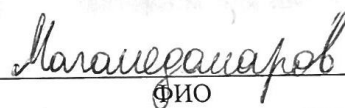
Для проведения учебной (профессионально-ознакомительной) практики используется материально-техническое обеспечение:

- кабинеты, оборудованные компьютерами в местах прохождения практики;
- кабинеты факультета таможенного дела и судебной экспертизы ФГБОУ ВО «ДГТУ», оснащенные техническими средствами в количестве, необходимом для выполнения целей и задач практики, портативными и стационарными компьютерами с необходимым программным обеспечением и выходом в Интернет;
- доступ к справочной, научной и учебной литературе, монографиям и периодическим научным изданиям по специальности, который обеспечивается научно-технической библиотекой вуза.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и с учетом рекомендаций ОПОП ВО по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и профилю подготовки «Реклама и связи с общественностью в сфере государственного и муниципального управления»

Рецензент от выпускающей кафедры
по направлению 42.03.01 Реклама
и связи с общественностью


подпись


ФИО