

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков
Должность: директор
Дата подписания: 14.02.2023 15:15:52
Уникальный программный ключ:
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ – ФИЛИАЛ РАНХиГС

Кафедра журналистики и медиакоммуникаций

УТВЕРЖДЕНА
решением методической комиссии по
направлению подготовки 42.03.01
«Реклама и связи с
общественностью»
СЗИУ РАНХиГС
Протокол от «17» июня 2019 г. № 1

ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

Б2.В.03(П) Преддипломная практика

(индекс и наименование дисциплины (модуля), в соответствии с учебным планом)

Краткое наименование не используется

краткое наименование дисциплины (модуля)

по направлению подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

(код и наименование направления подготовки (специальности))

Реклама и связи с общественностью

в государственных и негосударственных организациях

направленность(и) (профиль (и)/специализация(и))

бакалавр

квалификация выпускника

очная

форма(ы) обучения

Год набора – 2019

Санкт-Петербург, 2019 г.

Автор-составитель:

Д.филол.н., доцент, профессор кафедры
журналистики и медиакоммуникаций

Глущенко О.А.

Заведующий кафедрой журналистики и медиакоммуникаций

Ким М.Н.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Вид практики, способы и формы ее проведения
2. Планируемые результаты практики
3. Объем и место практики в структуре ОП ВО
4. Содержание практики
5. Формы отчетности по практике
6. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по практике
7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет
 - 7.1. Основная литература
 - 7.2. Дополнительная литература
 - 7.3. Нормативные правовые документы
 - 7.4. Интернет-ресурсы
 - 7.5. Иные источники
8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы
9. Приложения

1. Вид практики, способы и формы ее проведения

Преддипломная практика – это вид учебной деятельности студента, которая ориентирована на получение опыта профессиональной деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью.

По типу практика является производственной практикой. В учебном плане очной формы обучения практика имеет выделенный лимит времени и является стационарной (или выездной) и концентрированной.

Форма проведения практики: практика включает в себя (1) непосредственное участие в работе соответствующих организаций или профильных подразделений организаций под контролем руководителей практики от баз практики, (2) сбор материал для квалификационной работы, (3) подготовку отчета о практике, (4) защиту отчета о практике.

Подбор объектов практики, согласование условий договора, документальное сопровождение, мониторинг прохождения практик студентами посредством взаимодействия с органами власти, предприятиями, учреждениями и организациями осуществляет выпускающая кафедра журналистики и медиакоммуникаций.

2. Планируемые результаты практики

2.1. Преддипломная практика обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Таблица 1

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-1	способен разработать и (или) оценить формат и тематику материала для нового продукта любых СМИ в интересах государственных и негосударственных организаций	ПК-1.5	способность выполнять рабочее задание во всем объеме при выполнении трудовых функций в государственных и негосударственных организациях в сфере рекламы и связей с общественностью
ПК-2	способен организовать продвижение готовых медийных продуктов и продуктов на этапе создания в интересах государственных и негосударственных организаций	ПК-2.4	способность анализировать и оценивать результаты эффективности реализуемых коммуникационных мероприятий и кампаний в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований; способность выполнять рабочее задание во всем объеме при выполнении трудовых функций в государственных и негосударственных организациях в сфере рекламы и связей с общественностью
ПК-3	способен организовать распространение и реализацию продукции любых СМИ в интересах государственных и негосударственных организаций	ПК-3.6	способность выполнять рабочее задание во всем объеме при выполнении трудовых функций в государственных и негосударственных организациях в сфере рекламы и связей с общественностью
ПК-4	способен разработать маркетинговую стратегию для продукции СМИ в интересах государственных и негосударственных организаций	ПК-4.5	способность выполнять рабочее задание во всем объеме при выполнении трудовых функций в государственных и негосударственных организациях в сфере рекламы и связей с общественностью; способность осуществлять информационно-коммуникационную деятельность в

			органах государственной власти и управления, муниципальных органах управления и органах местного самоуправления, поддерживать интернет-ресурс органа власти
ПК-5	способен проконтролировать продвижение продукции любых СМИ и оценить эффективность результатов продвижения продукции СМИ в интересах государственных и негосударственных организаций	ПК-5.3	способность выполнять рабочее задание во всем объеме при работе в профильном подразделении в государственных и негосударственных организациях
ПК-6	способен организовать внутренние и внешние коммуникации и управлять ими в интересах государственных и негосударственных организаций	ПК-6.5	способность выполнять рабочее задание во всем объеме при выполнении трудовых функций в государственных и негосударственных организациях в сфере рекламы и связей с общественностью

2.2. В результате прохождения практики у студентов должны быть сформированы:

Таблица 2

ОТФ/ТФ	Код этапа освоения компетенции	Планируемые результаты обучения при прохождении практик
<p>Организация продвижения продукции СМИ:</p> <ul style="list-style-type: none"> организация маркетинговых исследований в области СМИ; разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ; организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ; контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ <p>Творческо-организационная деятельность по созданию новых продуктов телерадиовещательных СМИ:</p> <ul style="list-style-type: none"> определение формата, тематики и оценка материала для нового продукта телерадиовещательных СМИ; подготовка создания сценарного материала нового продукта; планирование создания нового продукта телерадиовещательных СМИ; 	ПК-1.5	<p>На уровне знаний: организационные основы деятельности рекламного отдела и подразделения по связям с общественностью</p> <p>На уровне умений: осуществлять анализ и вырабатывать рекомендации по оптимизации коммуникационного процесса</p> <p>На уровне навыков: навыки практической работы в рекламном отделе и подразделении по связям с общественностью</p> <p>На уровне опыта практической деятельности: способен принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.</p>
	ПК-2.4	<p>На уровне знаний: основные этапы и методы организации и проведения коммуникационных мероприятий и кампаний, методики оценки эффективности мероприятий и коммуникационных кампаний</p> <p>На уровне умений:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ составлять программу предварительных исследований, планировать ход мероприятий или кампании, составлять коммуникативные сообщения, выбирать каналы для их распространения; ✓ разработать проектную документацию в соответствии с рабочим заданием; ✓ принимать участие в планировании и осуществлении коммуникационных, рекламных и информационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований <p>На уровне навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ навыки планирования, подготовки и осуществления коммуникационных мероприятий и кампаний в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований; ✓ навыки анализа и оценки результатов эффективности реализуемых коммуникационных мероприятий и кампаний в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований;

<ul style="list-style-type: none"> организация продвижения готовых продуктов и продуктов на этапе создания. 		<ul style="list-style-type: none"> ✓ навыки практической работы в рекламном отделе и подразделении по связям с общественностью <p>На уровне опыта практической деятельности: способен принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.</p>
	ПК-3.5	<p>На уровне знаний: особенности производства и распространения рекламной продукции</p>
		<p>На уровне умений: организовать производство и распространение рекламной продукции</p>
		<p>На уровне навыков: навыки производства и распространения рекламной продукции.</p> <p>На уровне практической деятельности: способен организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы.</p>
	ПК-4.5	<p>На уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ принципы проведения антикризисных коммуникативных кампаний
<p>На уровне умений:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ вести подготовку к кризисным ситуациям, проводить оперативные коммуникативные мероприятия при их возникновении; ✓ применять целесообразную методику при проведении исследований в профессиональной сфере, составить аналитический отчетный документ 		
<p>На уровне навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ навыки подготовки коммуникационных мероприятий; ✓ навыки практической работы в рекламном отделе и подразделении по связям с общественностью; ✓ навыки организации работы антикризисного штаба, подготовки документов для прессы и общественности в кризисный период; ✓ навыки применения технологий работы с общественностью, методикой составления рекламных и имиджевых материалов, оценки эффективности деятельности <p>На уровне опыта практической деятельности: способен под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации.</p>		
ПК-5.3	<p>На уровне знаний: основы теории информационных массовых кампаний, основные формы продвижения информации, оценки результатов и корректировки коммуникационной стратегии</p>	
	<p>На уровне умений: планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия в сфере управление имиджем средствами рекламы и связей с общественностью</p>	
	<p>На уровне навыков: навыки практической работы в рекламном отделе и подразделении по связям с общественностью</p> <p>На уровне практической деятельности: способен под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия</p>	
ПК-6.5	<p>На уровне знаний: особенности производства и распространения рекламной продукции</p>	

	<p>На уровне умений: свободно и грамотно организовать подготовку к выпуску рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы</p> <p>На уровне навыков: работы в отделах рекламы и связей с общественностью</p> <p>На уровне практической деятельности: способен реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности</p>
--	--

3. Объем и место практики в структуре образовательной программы

Объем практики. Общая трудоемкость практики – 15 зачетных единиц (540 академич.ч., 405 астроном.ч.). Практика длится 10 недель (с 31 по 41 учебные недели перед экзаменационной сессией 8 семестра).

Место практики в структуре ОП ВО.

Преддипломная практика (Б2.В.03(П) проводится в 8 семестре 4 курса обучения. В процессе прохождения данного вида практики студенты применяют знания, полученные при изучении всех дисциплин направления подготовки.

Преддипломная практика опирается на навыки, приобретенные в процессе прохождения производственной практики, и становится основой для выполнения квалификационной работы.

Освоение компетенций готовит обучающегося к решению проектного, маркетингового и технологического типов задач в будущей профессиональной деятельности.

Форма промежуточной аттестации – дифференцированный зачет.

4. Содержание практики

Таблица 3

№ п/п	Этапы (периоды) практики (этапы выполнения индивидуального задания)	Виды работ
1	Общая характеристика организации. Знакомство с нормативной базой организации.	Написание первого раздела отчета о практике
2	Характеристика информационной, рекламной и PR деятельности организации:	Написание второго раздела отчета о практике
2.1	Анализ деятельности подразделения и сотрудника (сотрудников), отвечающего за связи с общественностью.	
2.2	Анализ плана работы подразделения, отвечающего за связи с общественностью.	
2.3	Анализ внутренних и внешних PR-мероприятий.	
2.4	Анализ методов взаимодействия с целевыми группами организации.	
3	Приобретение практического опыта профессиональной деятельности:	Написание третьего раздела отчета о практике
3.1	Участие в текущих мероприятиях организации (базы практики).	
3.2	Сбор и обработка эмпирического материала для квалификационной работы.	
3.3	Разработка разножанровых рекламных материалов и материалов по связям с общественностью.	
4	Защита отчета о практике.	Доклад на отчетной

		конференции собеседование руководителем практики. Зачет с оценкой	или с
--	--	--	----------

Содержание практики направлено на обеспечение непрерывности и последовательности овладения студентом профессиональной деятельностью в соответствии с требованиями к уровню подготовки бакалавра.

В процессе практики студенты должны ознакомиться:

- со спецификой работы конкретной организации (подразделения, специалиста) по связям с общественностью, особенности технологий подготовки и проведения PR-мероприятия в конкретной сфере;
- с организационно-распорядительными документами организации, отражающими особенности ее коммуникативной политики (устав организации, миссия организации, стратегические планы организации);
- с периодическими материалами, издаваемыми PR-подразделением (корпоративное издание, информационный бюллетень, материалы Интернет-представительства, пресс-релизы и др.);
- с целевыми аудиториями организации;
- с практическими приемами и методами работы PR-специалистов, основными технологиями и направлениями PR-работы в конкретной сфере, основными методиками решения конкретных задач, специфическими особенностями PR-работы в различных сферах;
- с особенностями управления пресс-центром, пресс-службой, отделом по связям с общественностью, центром общественных связей.

При прохождении практики студент должен:

- выполнять задания, направленные на анализ конкретных PR-задач, способов их решения и оценку ожидаемых результатов, редактирование, реферирование, рецензирование текстов, использование различных методов анализа информации в сфере своей профессиональной деятельности;
- принимать активное участие в организации и проведении специальных мероприятий и PR-акций;
- осуществлять деловую коммуникацию с коллегами, клиентами и широкой общественностью, вести протольно-деловые мероприятия;
- собирать и обрабатывать материал для квалификационной работы.

5. Формы отчетности по практике

По завершении практики в каждом семестре студент представляет на кафедру следующий пакет документов:

1. Индивидуальное задание на практику формируется с учетом особенностей и характеристик деятельности организации, выступающей базой практики (шаблон задания в Приложении 1).
2. Отчет о практике. Отчет должен быть представлен на кафедру в течение недели после окончания срока практики (технические требования к оформлению отчета о практике в Приложении 2).

В отчете студента о практике должно быть отражено:

- место и время прохождения практики;
- характеристика документов профильной организации;
- анализ функций и специфики работы профильной организации;
- анализ целевой аудитории потребителей услуг профильной организации;

- краткое изложение содержания и выполнения программы практики и индивидуального задания;
- описание практических задач, решаемых студентом за время прохождения учебной практики на каждом этапе;
- анализ наиболее сложных и/или типичных случаев из деятельности организации, которые изучил студент;
- указания на затруднения, которые возникли при прохождении практики;
- описание навыков, приобретенных за время практики;
- какую помощь оказывали студенту руководители практики от базы практики и кафедры;
- предложения по организации труда на соответствующем участке работы.

3. Отзыв руководителя практики от базы практики (профильной организации).

В отзыве от базы практики содержится краткая характеристика деятельности студента на практике и оцениваются навыки, активность, дисциплина студента, помощь организации, качество и достаточность собранного материала для отчета и выполненных работ, поощрения и т.п. Отзыв должен быть скреплен печатью и заверен подписью (шаблон отзыва в Приложении 3).

На основе отчета о практике студент готовит доклад для отчетной конференции по практике или проходит собеседование с руководителем практики, по итогам выставляется оценка.

6. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по практике

6.1. *Формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации.*

6.1.1. В ходе реализации практики используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

- кафедральный руководитель посещает базы практики;
- кафедральный руководитель консультирует студентов по выполнению индивидуального задания в соответствии с графиком консультаций.

6.1.2. Дифференцированный зачет проводится с применением следующих методов: защита отчета о практике в форме собеседования с преподавателем или доклада на отчетной конференции по практике.

6.2. *Материалы текущего контроля успеваемости*

Специальные оценочные средства при проведении текущего контроля успеваемости не применяются.

6.3. *Оценочные средства для промежуточной аттестации:*

1. Отчет о практике

Примерное содержание основной части отчета о практике:

1. Аналитический обзор нормативной базы организации (устав, положения, инструкции, регламенты, должностные инструкции, правила внутреннего распорядка).
2. Анализ деятельности подразделения и сотрудника (сотрудников), отвечающего за связи с общественностью (трудовые обязанности, специфика разделения функций между сотрудниками).
3. Анализ методов взаимодействия с целевыми группами организации (анализ СМИ, в том числе корпоративных, собеседование с руководством организации, анализ PR и рекламных мероприятий и др.).
4. Анализ внутренних PR-мероприятий (краткая характеристика параметров мероприятий). Участие в текущих мероприятиях (описывается конкретное задание студента, вклад студента в организацию и проведение мероприятия, созданные студентом тексты входят в приложение к отчету).

5. Анализ мероприятий по продвижению образовательных услуг Академии в социальных сетях.
6. Анализ плана работы подразделения, отвечающего за связи с общественностью.
7. Характеристика материала, собранного для квалификационной работы.

2. Доклад по отчету о практике (для конференции или собеседования с преподавателем). Доклад может сопровождаться презентацией.

Регламент для защиты отчета о практике – 10 минут.

При подготовке презентации к докладу студенты руководствуются следующими рекомендациями:

1. Используйте рубленые шрифты (Arial или Tahoma). Размер шрифта крупный: для основного текста – не менее 16pt, заголовки ≥ 20 pt.
2. Важно подобрать правильное сочетание цветов для фона и шрифта. Они должны контрастировать: на светлом фоне темный шрифт.
3. Слайды лучше оформлять в едином стиле.
4. Первый слайд должен содержать название доклада, ФИО членов проектной группы. Каждый слайд, как правило, имеет заголовок.
5. Предпочтительно использование программного продукта MS PowerPoint.
6. Презентация начинается с аннотации, где на одном-двух слайдах дается представление, о чем пойдет речь.
7. Презентация не заменяет, а дополняет доклад. Не надо писать на слайдах все то, что вы собираетесь сказать словами.
8. Не перегружайте слайд информацией. Не делайте много мелкого текста. При подготовке презентации рекомендуется в максимальной степени использовать графики, схемы, диаграммы и модели с их кратким описанием. Фотографии и рисунки делают представляемую информацию более интересной и помогают удерживать внимание аудитории, давая возможность ясно понять суть предмета. Длинные перечисления или большие таблицы с числами бессмысленны – лучше постройте графики.
9. Если Вы чувствуете себя хоть немного неуверенно перед аудиторией, то напишите свою речь. Озвучивание одной страницы (формат А4, шрифт 14pt, полуторный интервал) занимает 2 минуты. Потренируйтесь выступать с вашей презентацией. Пусть кто-то послушает и скажет, в чем ваши ошибки, впечатление о выступлении, что интересно, что непонятно, как Вы выглядели.
10. Оптимальная скорость переключения – один слайд за 1–2 минуты. Слушатели должны успеть воспринять информацию и со слайда, и на слух. Рекомендация: число слайдов равно продолжительности выступления в минутах.
11. Следите за временем! Регламент для презентации – 10 минут.
12. Первые же фразы должны интриговать. Например, можно сказать о том, насколько сложной или насколько важной является данная задача, или о том, насколько неожиданным будет решение – это позволит удержать внимание слушателей до конца. Но тогда концовка действительно должна оказаться нетривиальной, иначе слушатель будет разочарован. Запомните, у Вас только 20 секунд в начале доклада для того, чтобы привлечь внимание слушателей. Если за это время не прозвучит нечто поистине интригующее (или хотя бы хорошая шутка), вернуть внимание будет очень сложно.
13. Люди лучше запоминают то, что увидели последним!
14. Заранее продумайте возможные проблемы с техникой. Заранее скопируйте на рабочий стол файл с презентацией и проверьте, как он работает, с первого до последнего слайда. Обязательно имейте при себе копию презентации на флэш-карте. Проверьте, нет ли проблем с отображением шрифтов. Целесообразно иметь при себе как PPT презентацию (в случае подготовки презентации в MS Office), так и PDF версию (но

показ PDF версии презентации автоматически налагает ограничения на используемые визуальные эффекты).

15. Музыкальное сопровождение (при его наличии) должно соответствовать теме и нести смысловую нагрузку.
16. В последнем слайде презентации следует привести пронумерованный перечень фактически использованной литературы с указанием авторов, наименования места издания, издательства и года издания.

Шкала оценивания

Оценка результатов производится на основе балльно-рейтинговой системы (БРС). Использование БРС осуществляется в соответствии с приказом от 06 сентября 2019 г. №306 «О применении балльно-рейтинговой системы оценки знаний обучающихся». БРС по дисциплине отражена в схеме расчетов рейтинговых баллов (далее – схема расчетов).

Ведущий преподаватель дисциплины разрабатывает схему расчета рейтинговых баллов по дисциплине. Схема расчетов формируется в соответствии с учебным планом, утверждается руководителем образовательного направления и доводится до сведения студентов на первом занятии по данной дисциплине. Схема расчетов является составной частью рабочей программы дисциплины и содержит информацию о видах учебной работы, видах текущего контроля, виде промежуточной аттестации по дисциплине, а также иную информацию, влияющую на начисление баллов обучающимся.

Усвоение студентом всего объема дисциплины максимально оценивается в 100 баллов.

В институте устанавливается следующая шкала перевода оценки из многобалльной системы в пятибалльную:

Таблица 4

Количество баллов	Оценка	
	прописью	буквой
96-100	отлично	A
86-95	отлично	B
71-85	хорошо	C
61-70	хорошо	D
51-60	удовлетворительно	E

6.4. Методические материалы

Таблица 5

Оценочные средства (формы текущего и промежуточного контроля)	Показатели оценки	Критерии оценки
Отчет о практике	Наличие всех структурных частей отчета, качество заполнения отчета, характер оценки от базы практики, предоставление отчета кафедральному руководителю в установленный срок	Материал в каждой части отчета представляет собой результат аналитической обработки документов, есть оценка от базы практики (хорошо или отлично), соблюдены сроки отчетности – 85 баллов. Материал не в каждой части отчета представляет собой результат аналитической обработки документов, нет анализа работы на практике, есть оценка от базы практики (хорошо или отлично), соблюдены сроки отчетности – 71 балл. Материал не в каждой части отчета представляет собой результат аналитической обработки документов, нет анализа работы на практике, есть положительная оценка от базы практики, нарушены сроки отчетности – 51 балл.
Доклад (с презентацией) для выступления на конференции	Доклад (с презентацией) подготовлен на основе отчета о практике	Доклад и презентация отражают все разделы отчета – 15 баллов Доклад отражает не все разделы отчета, не подготовлена презентация – 8 баллов

или собеседования с преподавателем		Доклад не подготовлен – 0 баллов
Зачет	Качество представленных студентом оценочных материалов	Итоговые баллы за отчет и доклад в соответствии со шкалой оценивания (таблица № 4).

Основой для определения итоговой оценки за практику служит соответствие содержания отчета требованиям настоящей программы, в частности:

- твердые и полные знания всего материала отчета, правильного понимания сущности и взаимосвязи изложенной в нем информации;
- логически последовательные и содержательные материалы в каждой части отчета в соответствии с индивидуальным заданием;
- владение актуальной информацией о предприятии (организации, фирме), на котором осуществлялась практика;
- соответствия отчета по структуре, содержанию и объему предъявляемым требованиям настоящей программы;
- предоставления отчета в установленный срок.

7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

7.1. Основная литература

1. Бердышев С.Н. Секреты эффективной интернет-рекламы [Электронный ресурс] – М.: Дашков и К, 2012. (<http://idp.nwipa.ru:2048/login?url=http://www.iprbookshop.ru/5983.html>)
2. Шпаковский В.О. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством ВТЛ-коммуникаций: учеб. пособие / В.О. Шпаковский, Н.М. Чугунова, И.В. Кирильчук. – 2-е изд. – М.: Дашков и К, 2015. (<http://idp.nwipa.ru:2048/login?url=http://e.lanbook.com/view/book/56260/>)

7.2. Дополнительная литература

1. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью: имидж, репутация, бренд. – М.: Аспект Пресс, 2012. (<http://nwapa.spb.ru>)
(<http://idp.nwipa.ru:2048/login?url=http://www.iprbookshop.ru/8976.html>)

7.3. Нормативные правовые документы

- ГОСТ 7.32-2001 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления». Разработан Всероссийским институтом научной и технической информации, Всероссийским научно-техническим информационным центром и Межгосударственным техническим комитетом по стандартизации. Введен в действие постановлением Государственного комитета РФ по стандартизации и метрологии от 4 сентября 2001 г. № 367-ст. Введен в действие с 1 июля 2002 г.
- ГОСТ Р 7.9-95 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Реферат и аннотация. Общие требования». Разработан Всероссийским институтом научной и технической информации. Введен в действие постановлением Комитета РФ по стандартизации, метрологии и сертификации от 27 февраля 1996 г. № 108. Введен в действие с 1 июля 1997 г.

7.4. Интернет-ресурсы

- www.adme.ru
- www.btl.ru

- www.eventmarket.ru
- www.marketing.spb.ru
- www.pressclub.ru
- www.prwekuk.ru
- www.sostav.ru
- www.sovetnik.ru

7.5. *Иные источники*

При прохождении практики иные источники не используются.

8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Практика включает использование для подготовки текстового и табличного материала, графических иллюстраций программного обеспечения Microsoft Excel, Microsoft Word, Microsoft Power Point, ABBYY Finereader, Adobe Acrobat Reader, Adobe Photoshop, Microsoft Project, Microsoft Publisher, Promt.

Задействованы Интернет-сервисы и электронные ресурсы (поисковые системы, электронная почта, профессиональные тематические чаты и форумы, системы аудио и видео конференций, онлайн энциклопедии, справочники, библиотеки, электронные учебные и учебно-методические материалы):

- Информационно-правовые базы *Консультант плюс, Гарант, Кодекс;*
- *EBSCO Publishing* – доступ к мультidisциплинарным полнотекстовым базам данных различных мировых издательств по бизнесу, экономике, финансам, бухгалтерскому учету, гуманитарным и естественным областям знаний, рефератам и полным текстам публикаций из научных и научно-популярных журналов.

Компьютерные и информационно-коммуникативные средства.

Технические средства обучения

Таблица 6

№ п/п	Наименование
1.	Специализированные залы для проведения лекций, оборудованные мультимедийной техникой, позволяющей демонстрировать презентации и просматривать кино и видео материалы.
2.	Специализированная мебель и оргсредства: аудитории и компьютерные классы, оборудованные посадочными местами.
3.	Технические средства обучения: персональные компьютеры; компьютерные проекторы; звуковые динамики; программные средства Microsoft.

При проведении практики используется материально-техническое обеспечение базы практики.

Шаблон индивидуального задания для студента

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА и ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
при ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ – ФИЛИАЛ РАНХиГС

Факультет социальных технологий
Кафедра журналистики и медиакоммуникаций
Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ для прохождения преддипломной практики

_____ (Ф.И.О. студента)
4 курс обучения _____ учебная группа № _____

Место прохождения практики _____

(указывается полное наименование организации в соответствии с уставом, а также фактический адрес)

Срок прохождения практики: с «___» _____ 20__ г. по «___» _____ 20__ г.

1. Материалы, необходимые для прохождения практики:

1. Нормативные документы организации (устав, правила внутреннего распорядка, отчеты о работе и др.).
2. Положение о подразделении организации, которое отвечает за рекламу и связи с общественностью.
3. Должностные инструкции сотрудников подразделения, которое отвечает за рекламу и связи с общественностью.
4. План работы подразделения, отвечающего за рекламу и связи с общественностью.
5. Материалы по прошедшим мероприятиям, которые проводило подразделение или сотрудник, отвечающий за рекламу и связи с общественностью.
6. Материалы к запланированным мероприятиям, за которые отвечает подразделение по связям с общественностью и рекламе.
7. Специальные материалы для квалификационной работы.

2. Перечень вопросов, подлежащих изучению:

1. Общая характеристика организации. Знакомство с нормативной базой организации.
2. Характеристика информационной, рекламной и PR деятельности организации.
3. Анализ деятельности подразделения и сотрудника (сотрудников), отвечающего за связи с общественностью.
4. Анализ плана работы подразделения, отвечающего за связи с общественностью.
5. Анализ внутренних и внешних PR-мероприятий.
6. Анализ методов взаимодействия с целевыми группами организации.
7. Разработка авторских материалов.
8. Первичная обработка материалов для квалификационной работы.

Индивидуальное задание принял: _____ / _____
(Ф.И.О. студента) (подпись)

«___» _____ 20__ г.

Руководитель практики:

_____ / _____
(Ф.И.О., должность, ученая степень и звание) (подпись)

Требования к оформлению отчета о практике

По структуре отчет о практике должен включать титульный лист, оглавление, общую часть, заключение, список использованных источников и литературы, приложения к отчету.

1. Титульный лист оформляется по образцу:

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА и ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
при ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ – ФИЛИАЛ РАНХиГС

Факультет социальных технологий
Кафедра журналистики и медиакоммуникаций
Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Отчет о прохождении преддипломной практики

_____ (Ф.И.О. студента)
4 курс обучения _____ учебная группа № _____

Место прохождения практики _____

_____ (указывается полное наименование организации в соответствии с Уставом, а также фактический адрес)

Срок прохождения практики: с «___» _____ 20__ г. по «___» _____ 20__ г.

Руководители практики:

От вуза _____ (Ф.И.О., должность)

От организации _____ (Ф.И.О., должность)

2. Оглавление составляется в соответствии с представленным в отчете материалом.

3. Введение. Во введении формулируется цель и задачи практики (с опорой на программу практики).

4. Основная часть отчета.

В первом разделе основной части отчета о практике представлена общая характеристика организации:

1. Название организации.
2. Адрес.
3. Телефон.
4. Факс.
5. E-mail.
6. Web-сайт.
7. Руководство.
8. Отрасль.
9. Форма собственности. Учредители.
10. Год основания. История.
11. Организационная структура (органиграмма).
12. Численность работающих (факультативно).
13. Принципы деятельности. Миссия и философия (при наличии). Характеристика информационной политики.
14. Производимые продукты/услуги (торговая марка, бренд).

Второй раздел основной части отчета о практике должен содержать аналитическое описание работы согласно этапам практики (перечень подлежащих изучению вопросов в индивидуальном задании на практику):

1. Характеристика информационной, рекламной и PR деятельности организации.
 - 1.1. Характеристика подразделения, в котором была пройдена практика (название отдела, руководитель отдела, структура и функции отдела, в краткой форме должностные обязанности по возможности по каждому сотруднику).
 - 1.2. Анализ деятельности подразделения и сотрудника (сотрудников), отвечающего за связи с общественностью и рекламу.
 - 1.3. Анализ плана работы подразделения, отвечающего за связи с общественностью.
 - 1.4. Информационные (PR, рекламные, маркетинговые и т.п.) проекты за последний год.
 - 1.5. Описание целевых аудиторий отдела (или клиентских групп организации). Основные методы, используемые в работе отдела (службы).

В третьем разделе основной части отчета о практике могут быть представлены собранные и систематизированные материалы согласно индивидуальному заданию на практику, в том числе фактологический материал в виде таблиц, графиков, диаграмм и т.д., а также описание мероприятий, в которых принял участие студент. Обязательной частью раздела является (1) описание авторских материалов, разработанных студентом на практике согласно индивидуальному заданию и (2) описание собранного для квалификационной работы материала.

5. Заключение. В заключении студент формулирует основные проблемы процесса функционирования отдела (службы) по рекламе и связям с общественностью.

6. Список использованных источников и литературы. На источники могут быть ссылки в тексте отчета.

7. Приложения. В приложениях в отчет могут включаться копии документов (нормативных актов, отчетов и др.), изученных и использованных студентом в период прохождения практики, а также таблицы, занимающие более одной страницы; бланки документов, заполненных студентами в процессе сбора материалов; авторские материалы студента; расчеты и другие данные, раскрывающие содержание проделанной на практике работы.

Общие требования к оформлению отчета

Текст отчета предоставляется в печатном виде на листах формата А4. Объем отчета должен быть не менее 15 и не более 25 страниц печатного текста. Текст готовится с использованием текстового редактора Microsoft Word (или аналога) через 1,5 интервала с применением 14 размера шрифта Times New Roman.

Все содержащиеся в отчете материалы должны быть помещены в отдельную папку (скоросшиватель) и сброшюрованы.

Каждый раздел отчета должен иметь порядковый номер и заголовок. В пределах разделов могут быть выделены подразделы.

Страницы отчета должны быть пронумерованы и иметь поля: слева 30 мм, справа 10 мм, сверху и снизу – 25 мм.

Шаблон отзыва от базы практики

**ОТЗЫВ
РУКОВОДИТЕЛЯ ПРАКТИКИ ОТ ОРГАНИЗАЦИИ**
о работе студента в период прохождения практики

Студент

(Ф.И.О.)

факультет социальных технологий

проходил практику в период с _____ по _____ 20__ г.

в _____

(наименование организации)

в _____

(наименование структурного подразделения)

в качестве _____

(должность)

За время прохождения практики _____

(Ф.И.О. студента)

Поручалось решение следующих задач:

Результаты работы _____ состоят в следующем:

(Ф.И.О. студента)

Индивидуальное задание выполнено, материал собран полностью.

Во время практики _____ проявил себя как

(Ф.И.О. студента)

Считаю, что прохождение практики студентом _____

(Ф.И.О. студента)

заслуживает оценки _____.

(«отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»)

(Ф.И.О. должность руководителя практики от организации) / _____ (подпись)

«__» _____ 20__ г.

М.П.