

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ЮРИДИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ



УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета

В.В. Гошуляк

«06» сентября 2016 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ  
Б2.2.4 ПРЕДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА

Направление подготовки – 42.03.01 «*Реклама и связи с общественностью*»

Квалификация (степень) выпускника – *Бакалавр*

Форма обучения – *очная, заочная*

Пенза 2016

## **1. Цели преддипломной практики**

Преддипломная практика является обязательной частью основной образовательной программы высшего образования по направлению 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью в целях получения профессиональных умений и навыков.

Преддипломная практика – вид учебной работы, направленной на закрепление теоретических и практических знаний, полученных студентами в процессе обучения, приобретение и совершенствование практических навыков и компетенций по избранному направлению подготовки для выполнения выпускной квалификационной работы. Состав преддипломной практики определяется требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью и учебными планами.

Целью преддипломной практики является формирование и развитие профессиональных знаний и навыков у студентов для выполнения выпускной квалификационной работы.

## **2. Задачи преддипломной практики**

Задачами преддипломной практики являются:

- закрепление и углубление полученных теоретических знаний по общепрофессиональным и специальным дисциплинам;
- приобретение необходимых практических умений и навыков по избранной специальности;
- использование результатов практики для подготовки выпускной квалификационной работы;

## **3. Место преддипломной практики в структуре ОПОП бакалавриата**

Преддипломная практика в учебном плане находится в разделе Б2 «Практики» для бакалавра по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Преддипломная практика представляет собой вид учебной деятельности, направленный на формирование и закрепление компетенций, необходимых для присвоения соответствующей профессиональной квалификации (степени).

Преддипломная практика представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся, нацелена на практическую конкретизацию теоретических знаний, полученных в результате освоения таких дисциплин, как «Введение в специальность», «Основы интегрированных коммуникаций», «Основы теории коммуникаций», «Теория и практика массовой информации», «Теория и практика связей с общественностью», «Основы копирайтинга», «Организация и проведение кампаний в рекламе и связях с общественностью», «Разработка и технологии производства рекламного продукта», «Организация работы отделов по рекламе и связям с общественностью», «Основы маркетинга в рекламе и связях с общественностью», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Социология массовых коммуникаций», «Психология массовых коммуникаций», «Основы менеджмента» «Управление конфликтами в PR- деятельности», «Основы правового регулирования в рекламе и связях с общественностью», «Организация и проведение кампаний в рекламе и связях с общественностью», «Теория и практика связей с общественностью», «Разработка и технологии производства рекламного продукта», «Организация специальных мероприятий», «Медиапланирование», «Основы копирайтинга», «Политический консалтинг», «Основы брендинга», «Основы репутационного менеджмента», «Основы стратегического планирования в рекламе», «Политический PR», «Интернет – технологии в рекламе и связях с общественностью»,

«Компьютерный дизайн», «Рекламный дизайн», а также учебной и производственной практик.

#### **4. Место и время проведения преддипломной практики**

Сроки проведения преддипломной практики устанавливаются университетом в соответствии с учебным планом и графиком учебного процесса на текущий учебный год.

Преддипломная практика для очной формы обучения организуется на 4 курсе (8 семестр) после изучения студентами всех дисциплин, предусмотренных учебным планом и прохождением практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности. Студенты проходят преддипломную практику в течение восьми недель;

Преддипломная практика для заочной формы обучения организуется на 5 курсе (10 семестр) после изучения студентами всех дисциплин, предусмотренных учебным планом и прохождением практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности. Студенты проходят преддипломную практику в течение восьми недель;

Местом прохождения преддипломной практики могут быть структурные подразделения организации (ПГУ), рекламные и PR-агентства, а также государственные и коммерческие организации, имеющие подразделения (отделы) рекламы и связей с общественностью. Базовые организации для прохождения преддипломной практики студенты могут определять самостоятельно при содействии университета.

При определении мест прохождения практики обучающимися с ОВЗ учитываются рекомендации, содержащиеся в заключении психолого-медико-педагогической комиссии, или рекомендации медико-социальной экспертизы, содержащиеся в индивидуальной программе реабилитации или абилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда.

При необходимости для прохождения практики создаются специальные рабочие места в соответствии с характером ограничений здоровья, а также с учетом характера труда и выполняемых трудовых функций.

Формы проведения практики для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья могут быть установлены с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

Преддипломная практика проводится на предприятиях социальных партнеров и на территории Университета, что позволяет организовывать рабочие места для наиболее нуждающихся в индивидуальном сопровождении студентов.

При прохождении практики студенты находятся под постоянным контролем и сопровождением тьюторов.

#### **5. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения преддипломной практики**

По итогам прохождения преддипломной практики студент должен овладеть следующими **видами профессиональной деятельности**: организационно-управленческая; проектная; коммуникационная; рекламно-информационная; рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая; информационно-технологическая и готов решать следующие **профессиональные задачи**:

- **организационно-управленческая деятельность**:
  - участие в управлении, планировании и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации;
  - участие в формировании эффективных внутренних коммуникаций, создании благоприятного психологического климата в коллективе;

- проектная деятельность:
  - участие в проектировании программ и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, обеспечение средств и методов реализации проектов, участие в организации работы проектных команд;
  - подготовка проектной и сопутствующей документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);
- коммуникационная деятельность:
  - участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными службами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации;
  - участие в формировании и поддержании корпоративной культуры;
- рекламно-информационная деятельность:
  - разработка, подготовка к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;
- рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая деятельность:
  - участие в организации и проведении маркетинговых и социологических исследований;
  - написание аналитических справок, обзоров и прогнозов.
- информационно-технологическая деятельность:
  - участие в разработке, подготовке к выпуску, производстве и распространении рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы;
  - участие в подготовке проектной и сопутствующей документации, связанной с проведением рекламных кампаний и отдельных мероприятий (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);
  - участие в проектировании и технологическом обеспечении реализуемых проектов.

В результате прохождения преддипломной практики у обучающихся должны быть сформированы элементы **профессиональных компетенций** в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению подготовки:

- способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);
- владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);
- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);
- владение навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);
- способностью реализовывать проекты и владение методами их реализации (ПК-5);
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);
- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении

коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);

- способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8);

- способность проводить маркетинговые исследования (ПК-9);

- способность организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10);

- способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11);

- способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, преддипломных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (ПК-12);

- способность под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия (ПК-13);

- способность реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности (ПК-14);

- владение навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве (ПК-15);

- способность под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы (ПК-16);

- способностью собирать и систематизировать научно-практическую информацию по теме исследований в области рекламы и связей с общественностью (СПК-5);

В результате прохождения преддипломной практики обучающийся должен:

- **знать:** виды, средства, формы и методы коммуникаций, профессиональную терминологию и этику, виды и направления профессиональной деятельности, современное состояние рынка рекламных и PR услуг в России, структуру и направления работы коммуникационных агентств и департаментов, основные этапы подготовки и проведения рекламных и PR кампаний, классификацию технологий рекламы и PR;

- **уметь:** работать в команде проекта, коллективе агентства или департамента, выполнять основные функции ассистента или помощника менеджера или руководителя – мониторинг ситуации, коммуникации с различными контактными группами, подготовка информационных материалов, презентаций, отчетов, планов и графиков работ, участие в подготовке различных специальных мероприятий и переговоров, под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия, осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы;

- **владеть:** способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности, традиционными и цифровыми технологиями поиска, систематизации и обработки информации, навыками деловой коммуникации, медиапланирования, подготовки проектной документации, подготовки и проведения рекламных и PR-кампаний, способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;

- **иметь** опыт профессиональной деятельности в планировании и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации; проектировании программ и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью; создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации; разработке, подготовке к выпуску, производстве и распространении

рекламной продукции; организации и проведении маркетинговых и социологических исследований; проектировании и технологическом обеспечении реализуемых проектов.

Студент в ходе преддипломной практики не только разрабатывает необходимый для выпускной квалификационной работы комплекс материалов, но и приобретает опыт проектирования, организации и проведения рекламных и коммуникационных мероприятий и кампаний, осваивает практические приемы и методы работы бакалавра по рекламе и связям с общественностью, формирует знания, умения и навыки профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью, а также приобретает опыт профессиональной деятельности.

## 6. Структура и содержание преддипломной практики

Общая трудоемкость преддипломной практики для очной форм обучения составляет 12 зачетных единиц, или 8 недель, или 432 часа.

№ п/п	Этапы практики	Семестр	Виды преддипломной работы на практике, включая самостоятельную работу студентов, и трудоемкость (в часах)		Формы текущего контроля
			<i>Виды работ на практике</i>	<i>Виды работ на практике</i>	
1	Подготовительный этап	8	Вводная лекция (6ч.)	Инструктаж по технике безопасности (4 ч.)	Собеседование
2	Основной этап	8	Изучение деятельности организации (80 ч.)	Индивид. задание в соответствии с текущей деятельностью организации (80 ч.)	Отчет, дневник практики
			Проведение социологических и/или маркетинговых исследований (80 ч)	Разработка рекомендаций и предложений (160ч.)	Отчет, дневник практики
3	Заключительный этап	8	Составление дневника практики (4 ч.)	Составление отчета по итогам практики (18 ч.)	Дневник практики Отчет
<b>Итого в 8 семестре</b>			<b>432</b>		

Общая трудоемкость преддипломной практики для заочной форм обучения составляет 12 зачетных единиц, или 8 недель, или 432 часа.

№ п/п	Этапы практики	Семестр	Виды преддипломной работы на практике, включая самостоятельную работу студентов, и трудоемкость (в часах)		Формы текущего контроля
			<i>Виды работ на практике</i>	<i>Виды работ на практике</i>	

1	Подготовительный этап	10	Вводная лекция (6ч.)	Инструктаж по технике безопасности (4 ч.)	Собеседование
2	Основной этап	10	Изучение деятельности организации (80 ч.)	Индивид. задание в соответствии с текущей деятельностью организации (80 ч.)	Отчет, дневник практики
			Проведение социологических и/или маркетинговых исследований (80 ч)	Разработка рекомендаций и предложений (160ч.)	Отчет, дневник практики
3	Заключительный этап	10	Составление дневника практики (4 ч.)	Составление отчета по итогам практики (18 ч.)	Дневник практики Отчет
<b>Итого в 8 семестре</b>			<b>432</b>		

#### Содержание преддипломной практики

№ п/п	Виды работ на практике	Содержание задания
1	Вводная лекция	Инструктаж о местах практики, порядке прохождения практики, порядке оформления дневника по практике, отчета, характеристики и защиты отчета по практике по её окончании.
2	Инструктаж по технике безопасности	Вводный инструктаж по охране труда и пожарной безопасности
3	Изучение деятельности организации	Дается общая характеристика деятельности организации: цели, задачи и масштабы ее работы, производимые продукты/услуги, организационная структура, рынок сбыта продукции или состав потребителей услуг. Исследуется и анализируется показатели рекламной и PR-политики, включающие: описание коммуникативной стратегии предприятия, компании, организации; виды и график рекламных и PR-мероприятий, промо-акций; показатели доли марки и её узнаваемости; бюджет на рекламные и PR-кампании, результаты оценки эффективности рекламной и PR-политики.
4	Индивидуальное задание в соответствии с текущей деятельностью организации (Задание согласуется с руководителем выпускной квалификационной работы)	<p>Примерные задания:</p> <p>Знакомство с литературой, в которой освещается отечественный и зарубежный опыт по теме исследования.</p> <p>Изучение практического опыта рекламной и PR-при проведении рекламных акций, проектировании рекламных кампаний, составлении творческой стратегии рекламы в организации, наблюдение за технологическим процессом разработки, создания и продвижения рекламного продукта в организации.</p> <p>Освоение характера и видов деятельности основного специалиста в службе рекламы и PR в соответствии с</p>

		особенностями данного предприятия, участвовать в организационных процессах предприятия при создании рекламных продуктов и услуг. Участие в проектировании программ и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, разработка проекта продвижения товара (услуги, предприятия) с использованием возможностей рекламы и связей с общественностью для данного предприятия (организации), включая аналитический этап, стратегическое и тактическое планирование, медиа-планирование, разработку различных видов рекламной и PR-продукции, методику оценки эффективности.
5	Проведение социологических и/или маркетинговых исследований	Участие в организации и проведении маркетинговых исследований с целью составления прогноза развития рынка, его емкости и динамики спроса и предпочтений потребителей и разработки мер по повышению конкурентной позиции фирмы, организации, товаров и услуг в соответствии с тематикой ВКР. Участие в организации и проведении социологических исследований в соответствии с тематикой ВКР.
6	Разработка рекомендаций и предложений	Проектировании программ и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, разработка проекта продвижения товара (услуги, предприятия) с использованием возможностей рекламы и связей с общественностью для данного предприятия (организации), разработку различных видов рекламной и PR-продукции.
7	Составление дневника практики	Необходимо описать график прохождения практики с кратким отчетом об участии в конкретных мероприятиях во время практики, о выполненных работах согласно индивидуальному заданию.
8	Составление отчета по итогам практики	Все материалы, собранные по этой тематике, систематизируются в рамках отчета о практике. К отчету должны быть приложены материалы, выполненные за время практики.

## 7. Образовательные, научно-исследовательские и научно-преддипломные технологии, используемые на преддипломной практике

В ходе преддипломной практики наиболее эффективными являются личностно-ориентированные технологии, а также проектная деятельность.

Этапы практики	Используемые технологии
Подготовительный	Образовательные технологии: - ознакомительная лекция; - инструктаж по технике безопасности; - экскурсия по предприятию (организации, учреждению); - первичный инструктаж на рабочем месте.
Основной (изучение деятельности организации; выполнение индивидуального задания в соответствии	Образовательные технологии: - <i>организационно-информационные технологии</i> (присутствие на собраниях, совещаниях, «планерках», нарядах и т.п.); - <i>вербально-коммуникационные технологии</i> (интервью, беседы с руководителями, специалистами, работниками массовых профессий предприятия (учреждения, жителями населенных пунктов); - <i>наставничество</i> (работа в период



с текущей деятельностью организации)	<p>практики в качестве ученика опытного специалиста); - <i>информационно-консультационные технологии</i> (консультации ведущих специалистов); - <i>информационно-коммуникационные технологии</i> (информация из Интернет, e-mail и т.п.); - информационные материалы радио и телевидения; - аудио- и видеоматериалы.</p> <p>Научно-преддипломные технологии: - <i>инновационные технологии</i>, используемые на предприятии (в учреждении), изучаемые и анализируемые студентами в ходе практики; - <i>эффективные традиционные технологии</i>, используемые на предприятии (в учреждении), изучаемые и анализируемые студентами в ходе практики; - <i>консультации ведущих специалистов</i> по использованию в производстве научно-технических достижений, методы эффективных внутренних коммуникаций.</p> <p>Научно-исследовательские технологии: - методика и техника проведения исследования; - методы анализа и синтеза; - методы научного познания, наблюдения, фиксация результатов; - сбор, обработка, анализ и предварительная систематизация фактического и литературного материала; - использование информационно-аналитических компьютерных программ и технологий; - прогноз развития ситуации (функционирования объекта исследования); - использование информационно-аналитических и проектных компьютерных программ и технологий; - систематизация фактического и литературного материала; - обобщение полученных результатов; - использование информационно-аналитических и проектных компьютерных программ и технологий.</p>
Заключительный	<p>Научно-исследовательские технологии - формулирование выводов и предложений по общей части программы преддипломной практики и индивидуальному заданию; - экспертиза результатов практики (предоставление материалов отчета о практике руководителю практики от предприятия (учреждения); - консультации научного руководителя; оформление и защита отчета по практике.</p>

## **8. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов на преддипломной практике**

В ходе преддипломной практики целесообразно использовать внутреннюю документацию организации, а также профессиональную литературу и интернет-источники.

Контрольные вопросы и задания:

1. Описание места прохождения практики с указанием профиля и направлений деятельности организации, нормативно-правовой базы, основных показателей деятельности, а также проектов организации.
2. Анализ групп общественности, с которыми взаимодействует организация на различных уровнях.
3. Общая характеристика рекламного/PR подразделения с указанием истории создания, цели и задач функционирования.
4. Анализ особенностей целевой аудитории предприятия, его товаров и услуг.
5. Организационная структура подразделения по PR и рекламе.
6. Формы и механизмы информационного обмена внутри организации, место подразделения по PR и рекламе внутри организации, должностные инструкции специалистов подразделения.
7. Цели, задачи и специфика проведения PR и рекламных акций, в которых принимал участие практикант или которые проводились в организации.

8. Должностные обязанности практиканта.
9. Описание проектов, в ходе реализации которых принимал участие практикант.
10. Описание авторских письменных рекламных, информационных и PR-материалов, целей и задач их разработки, целевой аудитории, преимуществ и недостатков работы.
11. Программа проведенного маркетингового или социологического исследования, планы конкурентного и ситуационного анализа.
12. Описание авторских разработок (планов мероприятий, рекламных и информационных материалов, целей и задач их разработки), преимуществ и недостатков выполняемой работы.

### **9. Формы промежуточной аттестации (по итогам практики)**

Оценка по итогам прохождения преддипломной практики производится при помощи следующих оценочных средств:

1. Составление и оформление отчета по преддипломной практике.

По окончании практики студент в соответствии с заданием составляет письменный отчет и сдает его руководителю практики от университета. К отчету прилагается дневник практики, подписанный непосредственным руководителем практики от предприятия (учреждения, организации). Дневник практики ведется студентом в течение всей преддипломной практики. В него заносятся данные о выполненной работе, прослушанных лекциях, экскурсиях и т.п.

Отчет о практике должен содержать: описание предприятия (учреждения, организации и т.д.), его деятельности, а также перечень и описание всех выполненных заданий в ходе практики. Структура и оформление отчета должны соответствовать основным требованиям. Объем отчета должен составлять не менее 20 страниц текста (без приложений).

При необходимости результаты выполненных заданий в форме рисунков, таблиц, фотографий и т.п. приводятся в приложениях. Отчет по практике выносится на защиту после проверки руководителем практики от университета.

Оценка структуры и содержания отчета по преддипломной практике составляет от 0 до 60 баллов. Если данная оценка составляет менее 36 баллов, отчет не допускается к защите и возвращается студенту на доработку.

Рейтинг за содержание и оформление отчета по преддипломной практике определяется следующим образом:

№ п/п	Критерий	Количество баллов
1	Соответствие содержания отчета целям и задачам преддипломной практики.	от 6 до 10
2	Полнота анализа деятельности предприятия/организации/компании (места прохождения практики)	от 6 до 10
3	Глубина / полнота / обоснованность выполненных практических заданий.	от 12 до 20
4	Практическая значимость выполненной работы, наличие творческого подхода к решению поставленных задач.	от 4 до 8
5	Оформление отчета (стиль изложения, логичность, грамотность, наглядность представления информации: графики, диаграммы, схемы, рисунки, соответствие стандартам по оформлению текстовых и графических документов).	от 8 до 12
	Итого	от 36 до 60

2. Защита отчета по преддипломной практике

Защита отчета по практике проводится в срок не позднее 10 дней от начала учебного процесса после окончания практики.

Студенту предоставляется время до 10 минут для доклада по итогам практики. Защита может сопровождаться электронной презентацией (Power Point). Затем ему могут быть заданы вопросы по программе практики (в т.ч. из перечня вопросов для собеседования), после чего выставляется итоговая оценка. Оценка по практике (дифференцированный зачет) учитывается при подведении итогов общей успеваемости студентов.

При выставлении оценки учитываются следующие факторы:

- 1) выполнение программы практики и реализация поставленных задач;
- 2) полнота, достоверность представленной в отчете информации, грамотность использования социологических и маркетинговых методов исследования, качество выполненной работы как специалиста по связям с общественностью;
- 3) качество отчетной документации;
- 4) выполнение обязанностей практиканта как специалиста по связям с общественностью и рекламе, при этом учитывается мнение руководителя практики студента от организации;

Рейтинг за защиту отчета по преддипломной практике составляет от 23 до 35 баллов и определяется следующим образом:

*23-25 баллов выставляется, если* выступление носит чисто описательный характер, обучающийся не использует специальную терминологию, испытывает затруднения при подаче информации; приводит не всегда правильные примеры; неправильно отвечает на дополнительные вопросы.

*26-28 баллов выставляется, если* обучающийся редко использует при ответе специальные термины, подменяет одни понятия другими, не всегда понимая разницы; отвечает только на конкретный вопрос, представляет более полную информацию только при наводящих вопросах преподавателя; присутствует слабая аргументация, нарушенная логика при ответе, однообразные формы изложения мыслей.

*29-31 баллов выставляется, если* обучающийся частично владеет терминологией по проведенной работе, проводит сравнительный анализ, но иногда допускает ошибки; выступление сопровождается наиболее распространенными примерами из практики; логика выступления находится на среднем уровне.

*32-34 баллов выставляется, если* обучающийся довольно полно владеет терминологией по теме работы, присутствует хорошая аргументация, четкость, лаконичность ответов, но допущены незначительные погрешности при выступлении.

*35 баллов выставляется, если* при защите отчета продемонстрированы максимально полные знания, ответы аргументированы, обучающийся владеет грамотной, лаконичной, доступной и понятной речью. При ответе на дополнительные вопросы обучающийся может безошибочно проиллюстрировать ответ собственными примерами  
Интервал баллов рейтинга для отчета по преддипломной практике:

- оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если итоговая сумма баллов по оценке содержания и защиты отчета составила от 87 до 100 баллов;

- оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если итоговая сумма баллов по оценке содержания и защиты отчета составила от 73 до 86 баллов;

- оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если итоговая сумма баллов по оценке содержания и защиты отчета составила от 60 до 72 баллов;

- оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если итоговая сумма баллов по оценке содержания и защиты отчета составила менее 60 баллов.

По окончании практики студент-практикант должен представить руководителю практики от кафедры письменный отчет. Отчет представляется в печатном виде и может сопровождаться дополнительными материалами в электронных версиях.

В пакет отчетных документов, представляемых студентом, входят:

- отчет по практике;
- дневник практики;
- характеристика студента с места прохождения практики.

Структура отчета по практике:

Титульный лист. Вверху пишется полное наименование органа управления образованием, полное название образовательного учреждения, название факультета и кафедры. В центре – «Отчет по преддипломной практике». Ниже, по ширине страницы: Студента(-ки) \_\_\_\_\_ (ФИО), курс, группа обучения, направление подготовки, проходившего(ей) преддипломную практику с ..... по ..... (указываются сроки практики) в \_\_\_\_\_ (указывается наименование организации). Внизу указывается место нахождения образовательного учреждения и год написания отчета. Номер страницы на титульном листе не проставляется. Титульный лист должен быть подписан студентом и руководителем практики от университета после прохождения студентом практики. Титульный лист отчета по практике оформляется в соответствии с Приложением А.

Содержание. Печатается на втором листе и отражает структуру отчета. В содержании приводятся порядковые номера и заголовки разделов, обозначения и заголовки приложений и указываются страницы, с которых они начинаются. Пример оформления содержания отчета представлен в Приложении Б.

Введение. Содержит сведения о целях и задачах, поставленных перед студентом на время прохождения практики; указываются основные проекты, разработкой которых студент занимался в течение практики.

Основной раздел. Включает в себя описание организации, в которой студент проходил практику, должность, которую он занимал во время прохождения практики (если таковая была определена); функции, закрепленные за этой должностью (если должность не была определена, то функции, закрепленные за студентом на время практики).

Основная часть также содержит интегрированное описание видов работ, выполняемых в рамках выполнения индивидуального задания. Данный материал должен быть проиллюстрирован приложениями в конце отчета.

Заключение. Включает в себя аргументированные выводы по итогам прохождения практики и выполнению поставленных задач. Заключение также может содержать личные впечатления от прохождения практики на предприятии; оценку возможности использования собранного во время практики эмпирического материала в дальнейшей деятельности организации; замечания и предложения по организации практики.

Список использованной литературы. Содержит научную, справочную литературу и профессиональные издания, которые были использованы при прохождении практики.

Приложения. Представляют собой материалы, иллюстрирующие работу организации и результаты работы самого практиканта (тексты документов, статей, вырезки из изданий, рекламно-полиграфическая продукция, фотографии, сценарии мероприятий, бланки опросных листов и т.п.). Приложения располагают в порядке появления ссылок на них в тексте основной части.

Отчет должен составлять около 20-25 страниц текста (без приложений).

В дневнике практики студент отражает график прохождения практики с кратким отчетом об участии в конкретных мероприятиях во время практики, о выполненных работах согласно индивидуальному заданию. Образец оформления дневника по практике представлен в Приложении В.

Характеристика студента, прошедшего практику, составляется руководителем практики от организации. В отзыве раскрывается, как проявил себя студент в период прохождения практики, в качестве кого работал и какие обязанности выполнял, имел ли нарушения трудовой дисциплины, какие умения и навыки приобрел за время практики, как проявил себя в коллективе. Документ должен быть заверен печатью организации, в

которой проходила практика. Характеристика студента с места прохождения практики оформляется в соответствии с Приложением Г.

Защиту отчета принимает руководитель практики от кафедры «Философия и социальные коммуникации» в установленные приказом сроки.

Оценка за прохождение преддипломной практики выставляется руководителем преддипломной практики от университета.

## **10. Учебно-методическое и информационное обеспечение преддипломной практики**

### **а) основная литература:**

1. Варакута С.А. Связи с общественностью [Электронный ресурс]: Учебное пособие / С.А. Варакута. – М.: НИЦ Инфра-М, 2013. – 207 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=371726>
2. Гундарин М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиарилейнз [Электронный ресурс]: Учебное пособие / Гундарин М. В., 2-е изд., испр. и доп. – М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 312 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=493364>
3. Исследования в рекламе / Джафаров К.А. - Новосиб.:НГТУ, 2010. - 91 с.: ISBN 978-5-7782-1462-0 Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=556899>
4. Мандель Б.Р. PR: методы работы со средствами массовой информации [Электронный ресурс]: Учебное пособие / Б.Р. Мандель. – М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 205 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=421194>
5. Марков А.А. Связи с общественностью в органах власти [Электронный ресурс]: Учебник / А.А. Марков. – М.: НИЦ Инфра-М, 2014. – 190 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=368021>
6. Организация и практика работы рекламного агентства: Учебник для бакалавров/В.А.Евстафьев - М.: Дашков и К, 2016. - 512 с.: 60x90 1/16 (Переплёт) ISBN 978-5-394-02549-5, 1000 экз. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=520466>
7. Организация и проведение мероприятий: Учебное пособие / Гойхман О.Я. - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 136 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат) (Обложка. КБС) ISBN 978-5-16-004998-4 <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=598998>
8. Основы научных исследований : учеб. пособие / Б.И. Герасимов, В.В. Дробышева, Н.В. Злобина [и др.]. — 2-е изд., доп. — М. : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2018. — 271 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=924694>
9. Основы рекламы: учебник. 14-е изд., перераб. и доп. / Панкратов Ф.Г., - 14-е изд. - М.:Дашков и К, 2017. - 538 с.: ISBN 978-5-394-01804-6 Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=354029>
10. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции: Учебное пособие / Чумиков А.Н., Бочарова М.П., Самойленко С.А. - М.:Дело АНХ, 2016. - 520 с.: 60x90 1/16 (Обложка) ISBN 978-5-7749-1135-6 <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=634963>
11. Чумиков А.Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов [Электронный ресурс]: Учебник / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. – М.: НИЦ Инфра-М, 2013. – 329 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=369368>
12. Шишова Н.В. Теория и практика рекламы [Электронный ресурс]: Учебное пособие / Н.В. Шишова, А.С. Подопригора, Т.В. Акулич. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 299 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=362871>

### **б) дополнительная литература:**

1. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов : учебник / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. — 3-е изд., перераб. и

доп. — М. : ИНФРА-М, 2017. — 343 с. [Электронный ресурс; Режим доступа <http://znanium.com/bookread2.php?book=766813>

2. Кузнецов, П. А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии [Электронный ресурс] / П. А. Кузнецов. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. — 260 с. - ISBN 978-5-394-01184-9 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=513046>

3. Связи с общественностью в социальной сфере. Ценностно-ориентированный подход к PR-практике / Осипова Е.А. - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 128 с.: 60x90 1/16 ISBN 978-5-16-103662-4 Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=523515>

4. Теория и практика рекламы: Учебное пособие/Шишова Н. В., Подопригора А. С., Акулич Т. В. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 144 с.: 60x88 1/16 (Обложка) ISBN 978-5-16-004794-2, 500 экз. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=362871>

5. Теория и практика массовой информации: Учебник / А.А. Марков, О.И. Молчанова, Н.В. Полякова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 252 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-006505-2 <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=544650>

6. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-рилейшнз: Учебное пособие/Гундарин М. В., 2-е изд., испр. и доп. - М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 312 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование) (Обложка. КБС) ISBN 978-5-91134-464-1 Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=493364>

#### **в) Интернет-ресурсы**

1. Российский PR-портал: <http://www.raso.ru>
2. Профессиональный PR-портал «Советник»: <http://www.sovetnik.ru>
3. Рекламная и маркетинговая сеть: <http://www.adverman.com>
4. Бизнес-портал AUP.Ru: <http://www.aup.ru>
5. Тематический портал по рекламе, маркетингу, PR: <http://www.advertology.ru>
6. Журнал о брендинге и креативе «Рекламные идеи»: <http://www.advi.ru>
7. Коммуникационное агентство SPN Ogilvy: <http://www.spnogilvy.ru>
8. Журнал «PR в России»: <http://www.rupr.ru>
9. Новостная лента: <http://www.lenta.ru>
10. Информационный портал по PR и рекламе: <http://www.prinfo.ru>
11. Журнал Со-общение: <http://www.soob.ru>
12. Библиотека Российской академии наук (БАН): <http://www.rasl.ru/>
13. Информационная система «Национальная электронная библиотека»: <http://нэб.рф/>
14. Электронная библиотека «Научное наследие России»: <http://e-heritage.ru/index.html>
15. Электронная научная библиотека «ELIBRARY»: [www.elibrary.ru](http://www.elibrary.ru)

### **11. Материально-техническое обеспечение производственной практики**

Материально-техническое обеспечение определяется наличием необходимого специализированного оборудования на месте прохождения практики.

Для выполнения отчета по производственной практики необходимо помещение, оснащенное компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационную образовательную среду ПГУ.

Программное обеспечение:

лицензионное ПО:

- «MicrosoftWindows» (подписка DreamSpark / MicrosoftImagineStandart); регистрационный номер 00037 FFEVACF 8 FD7, договор № СД-130712001 от 12.07.2013;
- «MicrosoftOffice 2007» (подписка Eopen лицензия №63167487, лицензия №61853322 договор 2008г. бессрочный);

- «Антивирус Касперского» 2016-2017, регистрационный номер KL4863RAUFQ, договор № ХП – 567116 от 29.08.2016;
- «Антивирус Касперского» 2017-2018, регистрационный номер KL4863RAUFQ, договор № 030-17-223 от 22.11.2017;
- свободно распространяемое ПО: Open Office; Mozilla Fire-fox; Google Chrome; Adobe Acrobat Reader.
- программа видеомонтажа Avidemux, аудиоредактор Audacity, редактор флеш-анимации VectorianGiotto, Inkscape, GIMP 2.8.

Рабочая программа производственной практики составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Программу составили:  
к.э.н., доцент



Е.С. Егорова

**Настоящая программа не может быть воспроизведена ни в какой форме без предварительного письменного разрешения кафедры-разработчика программы.**

Программа одобрена на заседании кафедры «ФСК»

Протокол № 1

от «31» августа 2016 года

Зав. кафедрой  
д. филос. н., доцент



Н.В. Розенберг

Программа одобрена методической комиссией Юридического факультета

Протокол № 1

от «06» сентября 2016 года

Председатель методической комиссии  
Юридического факультета  
д. ю.н., проф.



Г.Б. Романовский



**Сведения о переутверждении программы на очередной учебный год и  
регистрации изменений**

Учебный год	Решение кафедры (№ протокола, дата, подпись зав. кафедрой)	Внесенные изменения	Номера листов (страниц)		
			замененных	новых	аннулированных
2017-2018	от 31.08.17 <i>Дуф</i>	Внесена исправка к п. 4-2	8-9		