ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой

ЮУрГУ
Электронный документ, подписанный ПЭП, хранится в системе электронного документооборота Южно-Уральского государственного университета
СВЕДЕНИЯ О ВЛАДЕЛЬЦЕ ПЭП
Кому выдан: Шестеркина Л. П.
Пользователь: shesterkinalp
Дата подписания: 23.05.2024

Л. П. Шестеркина

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
практики

Практика Производственная практика (профессионально-творческая)
для направления 42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Уровень Магистратура
магистерская программа Стратегические коммуникации и брендинг
форма обучения очно-заочная
кафедра-разработчик Журналистика, реклама и связи с общественностью

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Минобрнауки от 08.06.2017 № 528

Разработчик программы,
д.пед.н., доц., профессор

ЮУрГУ
Электронный документ, подписанный ПЭП, хранится в системе электронного документооборота Южно-Уральского государственного университета
СВЕДЕНИЯ О ВЛАДЕЛЬЦЕ ПЭП
Кому выдан: Череднякова А. Б.
Пользователь: cheredniakovaab
Дата подписания: 20.05.2024

А. Б. Череднякова

Челябинск

1. Общая характеристика

Вид практики

Производственная

Тип практики

профессионально-творческая

Форма проведения

Дискретно по периодам проведения практик

Цель практики

Закрепить теоретические знания, полученные при изучении профессиональных дисциплин; приобрести практические навыки работы в области рекламы и связей с общественностью.

Задачи практики

– анализ деятельности структурного подразделения организации, обеспечивающего её стратегические коммуникации;
– изучение возможностей современных инструментов в области интегрированных маркетинговых коммуникаций;
– формирование практических навыков подготовки медиаматериалов, способствующих развитию бренда;
– развитие умения работать с документами, регламентирующими рекламную и PR-деятельность.

Краткое содержание практики

В ходе прохождения профессионально-творческой практики студент собирает и анализирует информацию об особенностях функционирования структурных подразделений, специализирующихся на решении коммуникационных задач, принимает участие в процессах создания, тиражирования и распространения рекламных и PR-материалов.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения практики

Планируемые результаты освоения ОП ВО	Планируемые результаты обучения при прохождении практики
УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	Знает:принципы креативного решения проблем в деятельности специалистов по стратегическим коммуникациям и брендингу
	Умеет:разрабатывать стратегии оптимального поведения в проблемной

	ситуации на основе системного и междисциплинарных подходов.
	Имеет практический опыт:поиска и обработки информации, значимой для профессионально-творческой деятельности специалистов в области стратегических коммуникаций и брендинга.
УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	Знает:методы организации профессиональной деятельности в сфере стратегических коммуникаций и брендинга на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности
	Умеет:разработать стратегии сотрудничества и на их основе организовать отбор членов команды для достижения поставленной цели.
	Имеет практический опыт:командной деятельности с учетом возможностей, интересов, способностей партнеров по коммуникации, способствующей их консолидации и самореализации.
УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	Знает:способы совершенствования профессиональной деятельности специалистов в области стратегических коммуникаций и брендинга
	Умеет:оценивать свои ресурсы (личностные, ситуативные, временные) и оптимально их использовать для успешного выполнения поставленных задач
	Имеет практический опыт:определения приоритетов профессионального роста и способов совершенствования собственной деятельности на основе самооценки по выбранным критериям.
ПК-3 Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью	Знает:принципы организации профессиональной деятельности подразделений (предприятий) в сфере рекламы и связей с общественностью.
	Умеет:оптимально распределять полномочия в коллективе, обеспечивая адаптацию персонала к условиям работы корпорации.
	Имеет практический опыт:выполнения творческих заданий в отделах рекламы и связей с общественностью

	Знает:принципы управления проектом в сфере брендинга и стратегических коммуникаций на всех этапах его жизненного цикла.
ПК-4 Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы	Умеет:разрабатывать креативные концепции проектов и выявлять ресурсы, необходимые для их реализации.
	Имеет практический опыт:участия в разработке и реализации рекламных и PR-проектов, а также в оценке их эффективности
ПК-5 Способен осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта	Знает:креативные возможности коммуникативных технологий, используемых в современных массмедиа.
	Умеет:применять традиционные и новые коммуникативные инструменты при создании медиатекстов.
	Имеет практический опыт:подготовки сообщений для различных медийных платформ, взаимодействующих с разными целевыми аудиториями.

3. Место практики в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ	Перечень последующих дисциплин, видов работ

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым для прохождения данной практики и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Дисциплина	Требования

4. Объём практики

Общая трудоемкость практики составляет зачетных единиц 6, часов 216, недель 4.

5. Струкрура и содержание практики

№ раздела (этапа)	Наименование или краткое содержание вида работ на практике	Кол-во часов
1	Обсуждение организационных вопросов и оформление документации	10
2	Изучение деятельности структурного подразделения организации, специализирующегося на решении её коммуникационных задач	50

3	Разработка и реализация проекта в рамках рекламных и PR-коммуникаций организации	106
4	Оформление дневника прохождения практики	20
5	Оформление и презентация отчета о практике	30

6. Формы отчетности по практике

По окончанию практики, студент предоставляет на кафедру пакет документов, который включает в себя:
- дневник прохождения практики, включая индивидуальное задание и характеристику работы практиканта организацией;
- отчет о прохождении практики.

Характеристика
Формы документов утверждены распоряжением заведующего кафедрой от 19.02.2021 №7.

7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по практике

Вид промежуточной аттестации – дифференцированный зачет. Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

7.1. Контрольные мероприятия (КМ)

№ КМ	Семестр	Вид контроля	Название контрольного мероприятия	Вес	Макс.балл	Порядок начисления баллов	Учитывается в ПА
1	2	Текущий контроль	Обсуждение организационных вопросов и оформление документации	1	5	5 баллов начисляются за корректное оформление сопроводительной документации. 3 - 5: сопроводительные документы представлены в надлежащем виде. 0 - 2: сопроводительных документов оформлены с ошибками или не представлены.	дифференцированн зачет
2	2	Текущий контроль	Изучение организации по месту прохождения практики	1	15	15 баллов начисляются за изучение деятельности структурного подразделения организации, специализирующегося на решении её	дифференцированн зачет

						коммуникативных задач, и представления результатов в аналитической записке. 9 - 15: произведен качественный анализ характеристик структурного подразделения организации, специализирующегося на решении её коммуникативных задач, результаты зафиксированы в аналитической записке. 0 - 17: анализ произведен с существенными нарушениями логики исследования, аналитическая записка не подготовлена.	
3	2	Текущий контроль	Разработка и реализация проекта в рамках рекламных и PR-коммуникаций организации	1	40	40 баллов начисляются за разработку и реализацию проекта в области рекламных и PR-коммуникаций и оценку его эффективности. 24 - 40: разработан проект в рамках рекламных и PR-коммуникаций ЮУрГУ, определены критерии оценки его эффективности, результаты представлены в аналитической записке. 0 - 23: при разработке проекта не учитывались актуальные тренды интегрированных маркетинговых коммуникаций, критерии оценки его эффективности не определены, аналитическая записка не представлена.	дифференцированн зачет
4	2	Текущий контроль	Оформление дневника прохождения практики	1	10	10 баллов начисляются за заполнение дневника прохождения практики	дифференцированн зачет

						"Производственная практика, профессионально-творческая" по мере выполнения заданий. 6 - 10: задание на практику оформлено корректно, представлен график её прохождения, отражены виды выполненной работы. 0 -5: при оформлении задания на практику и графика её прохождения допущены ошибки, значительная часть запланированной работы не выполнена либо дневник не заполнен.	
5	2	Текущий контроль	Подготовка отчета о практике	1	10	10 баллов начисляются за подготовку отчета о практике "Производственная практика, профессионально-творческая". 6 - 10: отчет и характеристика свидетельствуют о том, работа выполнена качественно, и её результаты корректно зафиксированы в документе. 0 - 5: отчет и характеристика свидетельствуют о том, что работа не проводилась либо выполнялась с серьезными нарушениями, документы не подготовлены.	дифференцированн зачет
6	2	Промежуточная аттестация	Защита отчета о практике	-	20	20 баллов начисляется за защиту отчета о практике "Производственная практика. Научно-исследовательская работа» (семестр I)". 18 – 20 (отлично): отчет свидетельствует о том, что проведено глубокое исследование,	дифференцированн зачет

						документы хорошо структурированы, на вопросы даны полные ответы. 15 – 17 (хорошо): отчет свидетельствует о том, что проведено достаточно качественное исследование, документы хорошо структурированы, на вопросы в целом даны полные ответы. 12 – 14 (удовлетворительно): отчет свидетельствует о том, что исследование является поверхностным, при структурировании документов допущены ошибки, не на все вопросы даны ответы. 0 – 11 (неудовлетворительно): отчет свидетельствует о том, что исследование не проведено, документы не подготовлен.	

7.2. Процедура проведения, критерии оценивания

Процедура промежуточной аттестации проходит в день, назначенный распоряжением заведующего кафедрой, в соответствии с Положением о текущем контроле и промежуточной аттестации обучающихся в ЮУрГУ.
Дифференцированный зачет проводится преподавателем, ответственным за практику, в присутствии студентов группы и имеет форму публичного доклада о результатах работы, проделанной в рамках практики. Время выступления – 7 минут. Присутствующим предоставляется право задавать спикеру дополнительные вопросы. При оценивании учитывается соответствие выступления требованиям к подготовке доклада, полнота и корректность ответов на вопросы, а также качество и своевременность оформления документации. Оценка результатов промежуточной аттестации объявляется обучающимся в день её проведения.

7.3. Оценочные материалы

Компетенции	Результаты обучения	№ КМ					
		1	2	3	4	5	6
УК-1	Знает: принципы креативного решения проблем в деятельности специалистов по стратегическим коммуникациям и брендингу			+		+	+
УК-1	Умеет: разрабатывать стратегии оптимального поведения в проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарных подходов.			+		+	+

УК-1	Имеет практический опыт: поиска и обработки информации, значимой для профессионально-творческой деятельности специалистов в области стратегических коммуникаций и брендинга.			+		+	+
УК-3	Знает: методы организации профессиональной деятельности в сфере стратегических коммуникаций и брендинга на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности			+			+
УК-3	Умеет: разработать стратегии сотрудничества и на их основе организовать отбор членов команды для достижения поставленной цели.			+			+
УК-3	Имеет практический опыт: командной деятельности с учетом возможностей, интересов, способностей партнеров по коммуникации, способствующей их консолидации и самореализации.			+		+	+
УК-6	Знает: способы совершенствования профессиональной деятельности специалистов в области стратегических коммуникаций и брендинга			+		+	+
УК-6	Умеет: оценивать свои ресурсы (личностные, ситуативные, временные) и оптимально их использовать для успешного выполнения поставленных задач			+		+	+
УК-6	Имеет практический опыт: определения приоритетов профессионального роста и способов совершенствования собственной деятельности на основе самооценки по выбранным критериям.			+		+	+
ПК-3	Знает: принципы организации профессиональной деятельности подразделений (предприятий) в сфере рекламы и связей с общественностью.	+	+	+	+	+	+
ПК-3	Умеет: оптимально распределять полномочия в коллективе, обеспечивая адаптацию персонала к условиям работы корпорации.		+	+		+	+
ПК-3	Имеет практический опыт: выполнения творческих заданий в отделах рекламы и связей с общественностью	+	+	+	+	+	+
ПК-4	Знает: принципы управления проектом в сфере брендинга и стратегических коммуникаций на всех этапах его жизненного цикла.		+	+	+		+
ПК-4	Умеет: разрабатывать креативные концепции проектов и выявлять ресурсы, необходимые для их реализации.			+	+		+
ПК-4	Имеет практический опыт: участия в разработке и реализации рекламных и PR-проектов, а также в оценке их эффективности			+	+		+
ПК-5	Знает: креативные возможности коммуникативных технологий, используемых в современных массмедиа.		+	+		+	+
ПК-5	Умеет: применять традиционные и новые коммуникативные инструменты при создании медиатекстов.			+		+	+
ПК-5	Имеет практический опыт: подготовки сообщений для различных медийных платформ, взаимодействующих с разными целевыми аудиториями.			+		+	+

Типовые контрольные задания по каждому мероприятию находятся в приложениях.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение практики

Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

1. Голубков, Е. П. Маркетинговые исследования : теория, методология и практика [Текст] учебник Е. П. Голубков. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: Финпресс, 2008. - 496 с.

2. Ламбен, Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок [Текст] учебник по программе "Мастер делового администрирования" : пер. с англ. Ж.-Ж. Ламбен, Р. Чумпитас, И. Шулинг ; пер. с англ. под ред. В. Б. Колчанова. - 2-е изд. - СПб. и др.: Питер, 2014. - 718 с. ил.
3. Чумиков, А. Н. Коммуникационные кампании [Текст] учеб. пособие для вузов по направлению "Реклама и связи с общественнностью" А. Н. Чумиков. - М.: Аспект Пресс, 2014. - 156, [1] с. ил.
4. Федотова, Л. Н. Реклама в коммуникационном процессе [Текст] учеб. для вузов по специальности "Связи с общественностью" Л. Н. Федотова. - М.: Камерон, 2005. - 462, [1] с.

б) дополнительная литература:

1. Шарков, Ф. И. Реклама и связи с общественностью : Коммуникативная и интерактивная сущность кампаний [Текст] учеб. пособие Ф. И. Шарков, А. А. Родионов ; Акад. труда и социал. отношений. - М.; Екатеринбург: Деловая книга: Академический проект, 2007. - 299, [1] с.
2. Шарков, Ф. И. Коммуникология : основы теории коммуникации учебник для вузов по специальности "Связи с общественностью" Ф. И. Шарков ; Междунар. акад. бизнеса и упр., Ин-т соврем. коммуникац. систем и технологий. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К°: Издательство Шаркова, 2010. - 590с. табл. 21 см
3. Чумиков, А. Н. Антикризисные коммуникации [Текст] учеб. пособие для вузов по направлению (специальности) "Реклама и связи с общественностью" А. Н. Чумиков. - М.: Аспект Пресс, 2013. - 172, [1] с. ил.

из них методические указания для самостоятельной работы студента:

Не предусмотрена

Электронная учебно-методическая документация

№	Вид литературы	Наименование ресурса в электронной форме	Библиографическое описание
1	Дополнительная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Терских, М.В. Язык рекламы: учебно-методическое пособие. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — Омск : ОмГУ, 2008. — 39 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/book/12790 — Загл. с экрана.
2	Дополнительная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Ларионова, И.А. Интегрированные маркетинговые коммуникации. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : МИСИС, 2015. — 42 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/book/69750 — Загл. с экрана.
3	Основная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учеб. пособие для студентов вузов. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : Аспект Пресс, 2014. — 159 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/book/68866 — Загл. с экрана.
4	Дополнительная литература	Электронно-библиотечная система	Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике: Учебное пособие. [Электронный ресурс] —

		издательства Лань	Электрон. дан. — М. : Дашков и К, 2014. — 336 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/book/56211 — Загл. с экрана.
5	Дополнительная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Огилви, Д. Огилви о рекламе. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : Манн, Иванов и Фербер, 2013. — 240 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/book/62137 — Загл. с экрана.

9. Информационные технологии, используемые при проведении практики

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Office(бессрочно)

Перечень используемых информационных справочных систем:

1. -База данных polpred (обзор СМИ)(бессрочно)

10. Материально-техническое обеспечение практики

Место прохождения практики	Адрес места прохождения	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, обеспечивающие прохождение практики
"Управление маркетинга, брендинга и стратегических коммуникаций" ЮУрГУ	454080, Челябинск, Ленина, 76	Материально-техническое обеспечение: 1. Компьютер с выходом в Интернет и доступом в информационно-образовательную среду университета 2. Мышь 3. Клавиатура 4. Монитор Имущество: 1. Стол 2. Стул