


**ГОУ ВПО РОССИЙСКО-АРМЯНСКИЙ (СЛАВЯНСКИЙ)
УНИВЕРСИТЕТ**

ИНСТИТУТ МЕДИА РЕКЛАМЫ И КИНО

УТВЕРЖДАЮ:

 **Директор ИМРК**
К. В. Маркарян

« 19 » 07 2023 г.

Программа производственной практики

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связь с общественностью»

Образовательная программа: «Реклама и связь с общественностью»

Квалификация(степень) выпускника: «бакалавр»

Форма обучения – очная

ЕРЕВАН



1. Цели и задачи производственной практики

Цель практики приобретение практических навыков, освоение форм и методов работы отдела (службы) по связям с общественностью и смежных подразделений.

Целями производственной практики являются:

- формирование представлений об особенностях деятельности и основных видах деятельности в сфере связей с общественностью, об особенностях разработки рекламного и PR продукта;
- формирование профессиональных компетенций, знаний о принципах организации, планирования и реализации мероприятий в сфере связей с общественностью.

Задача производственной практики овладеть основными направлениями деятельности в рамках должностных обязанностей, в соответствии с профилем организации; приобрести навыки работы, предусмотренные государственным образовательным стандартом по направлению подготовки.

Задачи производственной практики:

- практическое выполнение функциональных обязанностей сотрудника пресс-центра, службы (отдела) по связям с общественностью;
- разработка имиджевых, информационных, рекламных и иных документов;
- приобретение опыта работы с клиентами, ведения деловых переговоров и подготовки рекламных и информационных материалов, практики спичрайтинга, мониторинга СМИ, организации и проведении специальных мероприятий (пресс-конференций, презентаций и т.д.);
- участие в планировании работы отдела (службы) по связям с общественностью, организации и проведении рекламных и PR- кампаний, разработке и реализации медиаплана;
- участие в продвижении товаров и услуг;
- участие в мероприятиях по взаимодействию со СМИ, подготовке и рассылке пресс-релизов;
- приобретение опыта сбора, хранения и компьютерной обработки информации, аудио- и звукозаписи;
- выполнение индивидуального задания.

2. Место производственной практики в структуре ООП бакалавриата

Производственная практика обеспечивает преемственность и последовательность в изучении теоретического и практического материала, предусматривает комплексный

подход к предмету изучения и охватывает все основные объекты связей с общественностью в рекламной сфере.

Для прохождения производственной практики студент должен обладать знаниями в пределах освоенных курсов, демонстрировать основные навыки необходимые в овладении профессией, усвоенные в ходе практических занятий: умение анализировать, обобщать, делать выводы; организовывать свою деятельность в рамках непосредственной деятельности организации, способствовать выполнению задач, поставленных перед организацией; уметь решать производственные задачи в рамках определённой для студента компетенции.

Прохождение производственной практики создаёт базу для успешного освоения последующих курсов теоретической и практической подготовки, таких как «Разработка и технологии создания рекламного продукта», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Современные технологии рекламы», «Реклама и СО в политике и управление общественным мнением».

Формы проведения производственной практики: профильная деятельность в рамках коммуникационного агентства, коммерческой или некоммерческой организации.

3. Место и время проведения производственной практики.

Объектами производственной практики являются рекламные и PR-агентства, а также организации, ведущие деятельность в смежных областях. Общая продолжительность практики устанавливается в соответствии с общим учебным планом.

Дата начала и окончания практики устанавливается приказом по университету в соответствии с учебным планом. Рабочий день практиканта составляет не более 6 часов.

4. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения производственной практики.

В результате прохождения производственной практики обучающийся должен приобрести следующие практические навыки, умения, универсальные и профессиональные компетенции:

Уметь работать в команде для достижения организационных целей и экономического успеха; управлять процессом приобретения новых знаний и наработки навыков профессиональной деятельности; самостоятельно и творчески решать производственные задачи в рамках определённого функционала; выстраивать коммуникации в рамках решения производственных задач; использовать методы сбора и обработки информации;
Знать участников сферы деятельности и основные принципы взаимодействия со СМИ,

представителями заказчика или агентства; принципы разработки и исполнения рекламных и PR-проектов; технологический процесс подготовки и реализации PR-мероприятий; документационное обеспечение профессиональной деятельности; этические принципы взаимодействия в индустрии;

Владеть приёмами разработки рекламных и PR мероприятий; методами сбора и анализа необходимой информации для подготовки и реализации рекламных и PR мероприятий.

6. Структура и содержание производственной практики

Общая трудоемкость производственной практики составляет 33 зачетных единицы, 1188 часа.

№ п/ п	Разделы (этапы) практики	Виды производственной работы, на практике включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)	Формы текущего контроля
	Указываются разделы (этапы) учебной практики.		
1	Подготовительный этап. Установочная конференция.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ознакомление с программой прохождения практики. ✓ ознакомление студентов с целями и задачами практики, условиями ее прохождения и предъявляемыми требованиями к отчетности по итогам практики; ✓ распределение практикантов по организациям. ✓ ознакомление с непосредственными функциональными обязанностями практиканта в организации. 	Получение задания и документации и для прохождения практики.
2	Экспериментальный этап	<ul style="list-style-type: none"> ✓ сбор, обработка и систематизация фактического и литературного 	Подготовка письменного

3	<p>Заключительный этап. Итоговая конференция.</p>	<p>материала о сфере деятельности организации, в которой студент проходит практику.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ выполнение функциональных обязанностей, в соответствии с должностью практиканта. ✓ выполнение индивидуального задания. ✓ обработка и анализ собранной информации, подготовка отчета по практике. ✓ обобщение собранной информации. ✓ отчёт практиканта о прохождении производственной практики. 	<p>отчёта.</p> <p>Защита отчёта.</p>
---	---	---	--------------------------------------

7. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов на учебной практике

Самостоятельная работа студентов является видом учебных занятий и имеет цель закрепления и углубления полученных знаний и навыков, поиск и приобретение новых знаний, выполнение практических заданий, предложенных студентам - практикантам, включающих сбор и анализ необходимой информации для подготовки итогового отчёта, а так же подготовку к защите отчёта.

Самостоятельная работа по выполнению практических заданий выполняется студентами с использованием учебных пособий, материалов, полученных опытным путём в ходе прохождения производственной практики, а так же результатов анализа документов.

Одной из форм руководства самостоятельной работой студентов является консультация. Руководители практики проводят консультации для студентов, на которых помогают студентам организовать их самостоятельную работу и разобрать сложные задачи и вопросы.

Вопросы и задания для самостоятельной работы студентов.

1. Информация, коммуникативная среда и сферы коммуникации.
2. Организация работ по реализации планов в сфере связей с общественностью.

3. Выбор аудиторий и средств коммуникации.
4. Организация работы отдела по связям с общественностью
5. Специальные события в public relations.
6. Коммуникационное сопровождение проектной деятельности.
7. Разработка программы для формирования репутации кампании.
8. Планирование информационной кампании: цели, аудитория, средства коммуникации.
9. Система внешних коммуникаций организации.
10. Система внутренних коммуникаций организации.
11. Разработка коммуникационного плана для управления кризисной ситуацией.
12. Взаимодействие со СМИ в кризисной ситуации.
13. Культура разрешения конфликтной ситуации.
14. Культура самоконтроля.

8. Формы промежуточной аттестации (по итогам практики)

По окончании практики студенты предоставляют на кафедру отчётный документ - дневник практики.

Дневник практики – основной документ, характеризующий работу студента во время практики.

В дневнике производственной практики руководитель практики даёт отзыв о работе студента, ориентируясь на отчёт студента и отзыв, данный руководителем от производственной организации, указанной в дневнике.

Подготовка отчёта является частью самостоятельной работы студента. Студент пишет краткий отчёт, который включает в себя общие сведения об изучаемом объекте и результаты выполненных заданий. Защита отчета о практике предполагает выявление глубины и самостоятельности выводов студента. Для итогового контроля на кафедре представляются проверенные и подписанные руководителями практики от организации и университета дневник практики.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение учебной практики

основная литература:

1. Букша К. С. Управление деловой репутацией. Российская и зарубежная PR-практика. М.: Вильямс, 2007 г.
2. Гундарин М. Книга руководителя отдела PR. Практические рекомендации. Питер,

2009 г.

3. Ли Чарлин, Бернофф Джош Взрывная Web_Волна. Как добиться успеха в мире, преобразенном интернет-технологиями (Groundswell: Winning in a World Transformed by Social Technologies). М.: Альпина Паблишерз, Юрайт, 2010 г.
4. Манн И., Мамонтов А., Горкина М. PR на 100%. Как стать хорошим менеджером по PR. Альпина Бизнес Букс, 2009 г.
5. Мейтленд Ян Рабочая книга PR-менеджера Питер, 2007 г.
6. PR: современные технологии. Учебное пособие/ Бровко С.Л. и др. под редакцией Володиной Л.В. – СПб.: ИВЭСЭП, Знание, 2008.

Дополнительная литература

1. Бернейс Эдвард Пропаганда. М.: Hippo Publishing LTD, 2010 г.
2. Гунаре М.Л. Толковый словарь для PR-менеджеров Рига 2005г.
3. Зазыкин В. Г. Мельников А. П. Психология "паблик рилейшнз" М.: ЭЛИТ, 2008 г.
4. Зальцман М., Мататия А., О Рейли Э. Пусть о вас заговорят: как формировать спрос с помощью молвы: Пер с англ. – М.: ООО «И.Д.Вильямс, 2007г.
5. Кверк Билл Создавая связи. Внутрикорпоративные коммуникации в бизнес-стратегии. М.:Вершина, 2006 г.
6. Марков С. PR в России больше, чем PR. Технологии, версии, слухи Издательство: Северо-Запад, 2005г.
7. Уотсон Том, Нобл Пол Методы оценки деятельности PR- подразделения компании. Лучшее руководство по планированию, исследованиям и оценке связей с общественностью (Evaluating Public Relations: A Best Practice Guide to Public Relations Planning, Research & Evaluation) М.: Баланс Бизнес Букс, 2006 г., 272 стр.
8. Чумиков Александр, Бочаров Михаил, Тишкова Мария PR в Интернете. Web 1.0, Web 2.0, Web 3.0ю М.: Альпина Паблишерз, 2010 г.

9. Материально-техническое обеспечение производственной практики.

Во время прохождения производственной практики студент может использовать современную аппаратуру и средства обработки данных (компьютеры, средства орг. техники, средства коммуникационных технологий и пр.), которые находятся в организации.