Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Худин Александр Николаевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 31.08.2022 23:19:09
Уникальный программный ключ:
08303ad8de1c60b987361de7085acb509ac3da143f4153b2haibee37e75fa19

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«КУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Рабочая программа учебной практики

Направление подготовки *42.03.01 Реклама и связи с общественностью*
Направленность (профиль) *Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии*
Образовательная программа ***бакалавриат***

Курск, 2019

I. <u>Раздел «Учебная практика»</u>

1. Вид, тип, способ и форма проведения практики

Вид практики: учебная практика
Тип практики: профессионально-ознакомительная практика
Способ проведения: стационарная
Форма проведения: дискретно

2. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

ПК-1: Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

Этап формирования компетенции - Знание специфики предмета, условий осуществлений рекламной и PR-деятельности в различных структурах.

Знает:
- основы организации рекламной деятельности в СМИ;
- методику реализации рекламных кампаний в СМИ
- функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе.

Умеет с помощью руководителя практики:
- организовывать работу отдела по рекламе в СМИ;
- осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникативной стратегии;
- планировать и осуществлять коммуникационные кампании, проекты и мероприятия.

Владеет:
- навыками управленческой деятельности в профессиональной сфере;
- методикой планирования рекламных кампаний;
- навыками по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.

ПК-2: Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

Этап формирования компетенции - Понимание ключевых

показателей специфики медиа, необходимых для авторской работы

Знает:

- специфику каналов коммуникации в рамках имеющегося мирового и отечественного опыта;
- типологию СМИ;
- инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн- и онлайн-форматах.

Умеет с помощью руководителя практики:

- создавать простые рекламные тексты с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта;
- находить информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и PR;
- моделировать сценарий событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании.

Владеет:

- базовыми навыками создания текстов рекламы и PR с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта;
- инструментами трансляции миссии и философии оргнизации целевым группам общественности в оффлайн- и онлайн-среде.

ПК-3: Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

Этап формирования компетенции Формирование базовых навыков применения мехнологий маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

Знает:

- основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта;
- систему организации маркетинговых исследований;
- принципы маркетинговой коммуникации.

Умеет с помощью руководителя практики:

- применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта;
- использовать основные маркетинговые инструменты при планировании производства и реализации коммуникационного продукта;
- осуществлять мониторинг обратной связи с разными целевыми группами.

Владеет:

- технологиями и методиками маркетинговых коммуникаций;
- маркетинговыми инструментами при производстве рекламного продукта;
- методами мониторинга обратной связи с разными целевыми группами.

3. Место практики в структуре образовательной программы

Учебная профессионально-ознакомительная практика Б2.В.01.01(У) относится к вариативной части образовательной программы.

4. Объем практики в зачетных единицах и ее продолжительности в неделях либо в академических или астрономических часах

Объем в зачетных единицах - 3
Семестр – 2
Продолжительности в неделях / в академических часах – 4 недели/ 108 ч.

5. Содержание практики

Этапы практики	**Виды деятельности студентов**
Организационный	1. Составление плана практики. 2. Знакомство с планом рекламной или PR-деятельностью организации, соотнесение собственных творческих планов с производственным графиком конкретного медиа.
Производственно-технологический этап	1. Составление «Паспорта предприятия» на основе изучения структуры, деятельности собственно рекламного отдела. 2. Заполнение (как результат наблюдения) таблицы, отражающей специфику распределения должностных обязанностей внутри рекламного (PR) отдела (компании) 3. Описание этапов подготовки рекламного материала профессиональным специалистом области рекламы и СО(куратором от организации). 4. Посещение рабочих мероприятий и совещаний в соответствии с планом планом работы рекламной (PR) компании совместно с куратором практики. 5. Подготовка «черновых» материалов по итогам посещенных мероприятий. 6. Формирование собственной информационной базы (устные и личные договоренности о встречах, интервью, составление личного телефонного справочника сотрудника информотдела, контакты с отделами новостей) 7. Самостоятельная подготовка к посещению рабочих

	мероприятий и совещаний, пресс-конференций. 8. Поиск информации для создания рекламного (PR) продукта 9. Посещение пресс-конференций, рабочих мероприятий 10. Подготовка собственных рекламных (PR) текстов 11. Редактирование материалов с учетом замечаний куратора рекламного отдела 12. Публикация материалов
Завершающий этап	1. Подготовка отчета по практике. 2. Формирование электронного портфолио 3. Подготовка к презентации творческого досье 4. Участие в отчетной конференции по практике.

6. Формы отчетности по практике

1) Индивидуальный отчет по практике (в свободной форме)
2) Отчетные материалы, установленные кафедрой и утвержденные протоколом заседания кафедры от 25 апреля 2019 г. № 6
3) Индивидуальный план прохождения практики.

После проверки руководителем практики от КГУ материалы размещаются и хранятся в электронном портфолио обучающегося.

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике утвержден протоколом заседания кафедры теории и практики журналистской работы от 19 сентября 2019 г. № 1 и является приложением к рабочей программе учебной практики

8. Перечень учебной литературы и ресурсов сети "Интернет", необходимых для проведения практики

Основная

1. Чумиков А., Бочаров М., Самойленко С. - Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции - Москва: Издательский дом «Дело», 2016. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://biblioclub.ru/index .php? page=book&id=442983

2. Васильева Л.А. - Реклама: Учебное пособие - Саратов: Вузовское образование, 2016. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.iprbookshop. ru/39114

Дополнительная

1. Маркетинг. Реклама. PR. Сборник студенческих работ - Москва: Студенческая наука, 2012. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://biblioclub.ru/index .php? page=book&id=210073

2. Иванов А., Суворова П. - Бесплатная реклама: Результат без бюджета - Москва: Альпина Паблишер, 2016. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.iprbookshop. ru/42029

9. Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень программного обеспечения

MicrosoftWindowsWin10Pro
Microsoft Windows 7
Microsoft Windows 8.1
Microsoft Office Professional 7
Google Chrome
7-Zip
Adobe Acrobat Reader DC

Перечень информационных справочных систем

1. Ведение переговоров - http://soul.ifs.ru/Proffi/Peregovor/Default.htm
2. Мельник Г. Общение в журналистике: секреты мастерства. - http://fictionbook.ru/author/galina_sergeevna_melnik/obshenie_v_jurnalistike_sekretiy_masterstva/read_online.html? page=1.
3. http://evartist.narod.ru/journ.htm#N5
4. http://195.93.165.10:2280 – Электронный каталог библиотеки КГУ
5. http://elibrary.ru – Научная электронная библиотека
6. http://uisrussia.msu.ru – Университетская информационная система «Россия»

10. Материально-техническая база, необходимая для проведения практики

При проведении учебно-ознакомительной практики помимо материально-технической базы конкретного медиа могут привлекаться технические средства, которыми располагает отделение журналистики: аудио- и видеозаписывающая и воспроизводящая аппаратура, фотоаппаратура, ноутбуки и стационарные компьютеры с периферией (принтерами, сканерами) и профильным программным обеспечение.