

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 20.11.2024 17:08:25

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

УТВЕРЖДАЮ

Начальник

учебно-методического управления

Платонова Т.К.

«25» июня 2024 г.

Рабочая программа практики

Учебная практика (профессионально-ознакомительная практика)

Направление 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность 42.03.01.01 Реклама и связи с общественностью в цифровом
медиапространстве

Для набора 2024 года

Квалификация
Бакалавр

КАФЕДРА Маркетинг и реклама**Распределение часов практики по семестрам**

Курс	2		Итого	
	УП	РП		
Вид занятий				
Лекции	4	4	4	4
В том числе в форме практ.подготовки	216	216	216	216
Итого ауд.	4	4	4	4
Контактная работа	4	4	4	4
Сам. работа	212	212	212	212
Итого	216	216	216	216

Объем практики

Неделя	4
Часов	216
ЗЕТ	6

ОСНОВАНИЕ

Учебный план утвержден учёным советом вуза от 25.06.2024 г. протокол № 18.

Программу составил(и): к.э.н., доцент, Дадаян Н.А.

Зав. кафедрой: д.э.н., профессор Бондаренко В.А.

Методический совет направления: д.э.н., профессор Костоглодов Д.Д.

1. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Блок ООП: Б2.О

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

ПК-6: Владеет методами анализа информационных потребностей целевой аудитории

ПК-2: Владеет навыками контроля и оценки эффективности результатов продвижения коммуникационного продукта

УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

В результате прохождения практики обучающийся должен:

Знать:

Основы системного подхода для решения поставленных задач (соотнесено с индикатором УК-1.1); способы решения поставленных задач в области PR и последовательность этапов до полного его завершения и получения результата (соотнесено с индикатором УК-2.1); основы контроля и оценки эффективности результатов продвижения коммуникационного продукта в период прохождения профессионально-ознакомительной практики (соотнесено с индикатором ПК-2.1); основы методов анализа информационных потребностей целевой аудитории в профессиональной деятельности (соотнесено с индикатором ПК-6.1).

Уметь:

Осуществлять поиск информации для осуществления профессиональных задач (соотнесено с индикаторами УК-1.2); определять круг задач в рамках поставленной цели и определять связь между ними, разрабатывать и анализировать альтернативные варианты для достижения намеченных результатов (соотнесено с индикатором УК-2.2); контролировать и оценивать эффективность результатов продвижения коммуникационного продукта в настоящее время в текущей рыночной ситуации (соотнесено с индикатором ПК-2.2); практически анализировать информационные потребности целевой аудитории в рекламной и PR-информации (соотнесено с индикатором ПК-6.2)

Владеть:

Методами критического анализа и синтеза информации (соотнесено с индикаторами УК-1.3); ключевыми навыками разработки рекламных проектов в осуществляемой профессиональной деятельности; методами экономической эффективности профессиональной деятельности (соотнесено с индикатором УК-2.3); навыками контроля и оценки эффективности результатов продвижения коммуникационного продукта в настоящее время в текущей рыночной ситуации и в условиях особенностей предприятия базы-практики (соотнесено с индикатором ПК-2.3); методами анализа потребности целевой аудитории в рекламной и PR- информации, исходящей от предприятия базы-практики (соотнесено с индикатором ПК-6.3)

3. ПРАКТИКА

Вид практики:

Учебная

Форма практики:

Дискретно по периодам проведения практик. Практика проводится в форме практической подготовки.

Тип практики:

Профессионально-ознакомительная практика

Форма отчетности по практике:

Дневник о прохождении практики, отчет о прохождении практики

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Раздел 1. Подготовительный этап

№	Наименование темы / Вид занятия	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
1.1	Основы практической деятельности студента: навыки и умения, которые важно получить, проанализировать и использовать для составления отчета. Определение круга задач по заданной теме и сфере деятельности предприятия базы-практики, структурирование данных, навыки применения метода анализа и оценки эффективности результатов коммуникационной деятельности / Лек /	2	4	ПК-6, ПК-2, УК-2, УК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4

Раздел 2. Основной этап

№	Наименование темы / Вид занятия	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
2.1	Изучение деятельности предприятия, анализ работы над коммуникационными проектами, сбор и анализ информации для решения задач по достижению внимания целевой аудитории предприятия. Изучение методов анализа и структурирование информации из разных информационных источников. В процессе написания Отчета прохождения практики использовать LibreOffice / Ср /	2	106	ПК-6, ПК-2, УК-2, УК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
Раздел 3. Заключительный этап					
№	Наименование темы / Вид занятия	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
3.1	Проведение исследовательского анализа. Формирование базы данных и применения метода анализа информации для разработки коммуникационного проекта, оценки его эффективности для целевой аудитории, адаптации для СМИ. / Ср /	2	106	ПК-6, ПК-2, УК-2, УК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
3.2	/ ЗачётСОц /	2	0	ПК-6, ПК-2, УК-2, УК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике представлен в Приложении 1 к программе практики.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

6.1. Учебная литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Блюм М. А.	Рекламная деятельность: учебное пособие	Тамбов: Тамбовский государственный технический университет (ТГТУ), 2015	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=444670 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.2	Ларина, А. В.	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью: учебное пособие	Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2017	https://www.iprbookshop.ru/102938.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.3	Терёшина Н. В.	Эффективность рекламной и PR деятельности: учебное пособие для студентов бакалавриата и магистратуры по направлениям «Реклама и связи с общественностью», «Менеджмент», «Торговое дело», «Экономика»: учебное пособие	Москва: Российский университет транспорта (РУТ (МИИТ)), 2021	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=703486 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1		Креативная экономика: научно-практический журнал: журнал	Москва: Креативная экономика, 2019	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=561489 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.2	Юлия Шунина	Связи с общественностью для людей без связей	Санкт-Петербург: Питер, 2020	https://ibooks.ru/reading.php?short=1&productid=367997 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.3	Анашкина, Н. А., Ткаченко, О. Н., Шматко, М. В.	Практическая подготовка студентов направления «Реклама и связи с общественностью»: учебное пособие	Омск: Омский государственный технический университет, 2020	https://www.iprbookshop.ru/115440.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.4	Черепанов, В. Д.	Реклама и связи с общественностью в кризисных ситуациях: учебное пособие	Москва: Российский университет транспорта (МИИТ), 2018	https://www.iprbookshop.ru/116075.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

6.2 Ресурсы сети «Интернет»

Э1	База данных Фонда общественного мнения https://bd.fom.ru
Э2	База данных Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) https://wciom.ru/database/

6.3. Информационные технологии:

6.3.1. Перечень программного обеспечения

LibreOffice

6.3.2. Перечень информационных справочных систем

ИСС «КонсультантПлюс»

ИСС «Гарант» <http://www.internet.garant.ru/>

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

Материально-техническое обеспечение практики должно быть достаточным для достижения целей практики и должно соответствовать действующим санитарным и противопожарным нормам, а также требованиям техники безопасности при проведении учебных и научно-производственных работ.

Студентам должна быть обеспечена возможность доступа к информации, необходимой для выполнения задания по практике и написанию отчета.

Организации, учреждения и предприятия, а также подразделения Университета, являющиеся базами практики должны обеспечить рабочее место студента оборудованием в объемах, достаточных для достижения целей практики.

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Отчет по учебной практике состоит из двух частей: основной и приложений. Объем основной части отчета составляет не менее 20 страниц печатного текста. Вторая часть отчета о практике представляет собой приложения к отчету (графики, рисунки, диаграммы и таблицы, статистические данные, копии локальных актов организации (предприятия) и т.п.)

Отчет по практике выполняется на русском языке, в компьютерном наборе на белой бумаге, на одной стороне, формата А 4 (210x297 мм).

Текст печатается 14 шрифтом Liberation Serif, через 1,5 интервала с полями: левое - 3 см, правое - 1 см, верхнее и нижнее - 2 см. Абзацный отступ должен составлять 1,25 см, отступы строк и интервалы до и после абзаца должны быть равны нулю. Все слова в тексте отчета должны быть написаны полностью. Допускаются только общепринятые сокращения (например: и так далее - и т.д.; то есть - т. е.; смотри - см.) и сокращения, расшифровываемые в перечне сокращений, символов и специальных терминов.

В тексте отчета не допускаются выделения подчеркиванием, курсивом, полужирным шрифтом или любыми другими способами.

Все страницы отчета должны иметь сквозную нумерацию арабскими цифрами. Номер страницы помещается в нижней части листа, располагаясь по центру без точки. Размер шрифта 11 с типом Liberation Serif. Общей нумерации подвергается также титульный лист, номер на котором не проставляется.

В общий объем отчета включается количество страниц, начиная с титульного листа и заканчивая последним листом списка использованных источников (приложения в общий объем отчета не засчитываются).

Отчет должен содержать следующие пункты:

- титульный лист;
- содержание:
 - общая характеристика деятельности предприятия/организации/агентства;
 - характеристика основных нормативных документов, инструкций, положений, регламентирующих рекламную и PR-деятельность предприятия/организации/агентства;
 - характеристика рынка, сегментов и сложившейся конъюнктуры на производимые и/или продаваемые товары

(продукцию, работу и услуги);

- анализ коммуникационной деятельности организации/компании/агентства;
- анализ основных средств и методов, применяемых при планировании, подготовки и проведении различных исследований в зависимости от сферы деятельности организации;
- анализ направлений совершенствования рекламной и PR-коммуникации в организации, предложить проект рекламной/PR-кампании, проведение промо-акции, направления совершенствования корпоративного сайта;
- список использованной литературы;
- приложения (при необходимости).

Количество разделов, приведённое выше в конкретном отчёте того или иного обучающегося может корректироваться в соответствии со специализацией и отраслевой принадлежностью предприятия.

Список должен содержать сведения об источниках литературы, использованных в процессе прохождения практики (должностные инструкции, Устав предприятия и др.), в алфавитном порядке. Включение в список литературы, которой обучающийся не пользовался в своей работе, недопустимо.

К отчету могут быть приложены отчетность предприятия, таблицы, схемы, бланки, а также образцы документов, с которыми обучающийся непосредственно работал в процессе практики.

Отчет обязательно должен содержать не только информацию о выполнении заданий программы практики, но и включать анализ этой информации, выводы и рекомендации, разработанные обучающимся самостоятельно.

Аттестацию студентов по итогам практики проводит руководитель практики от РГЭУ (РИНХ) на основании оформленного отчета. Защита отчета проводится в форме индивидуального собеседования.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

1.1 Показатели и критерии оценивания компетенций:

ЗУН, составляющие компетенцию	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Средства оценивания
УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач			
Знать основы системного подхода для решения поставленных задач	Применять системный подход при оценке эффективности решения задач в отчете по практике	Полнота проведенной оценки эффективности решения поставленных задач, полнота и содержательность отчета о прохождении практики; соответствие отчета о прохождении практики материалам лекции и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов Интернет	Индивидуальное задание (задание №1-6)
Уметь осуществлять поиск информации для осуществления профессиональных задач	Искать, собирать и анализировать необходимые данные при написании отчета	Наличие проведенного анализа данных и грамотная интерпретация полученных результатов в отчете	Индивидуальное задание (задание №1-6)
Владеть методами критического анализа и синтеза информации	Применять методы критического анализа при оценке рекламной ситуации в отчете	Наличие проведенного анализа и грамотная интерпретация полученных результатов в отчете и оценивании результативности рекламных решений	Индивидуальное задание (задание №1-6)
УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений			
Знать способы решения поставленных задач в области PR и последовательность этапов до полного его завершения и получения результата	проведение исследования профессиональной деятельности при решении профессиональных задач в отчете	полнота и содержательность ответа, аргументированность использованных в отчете методов исследования профессиональной деятельности	Индивидуальное задание (задание №1-6)

Уметь определять круг задач в рамках поставленной цели и определять связь между ними, разрабатывать и анализировать альтернативные варианты для достижения намеченных результатов	применяет различные методы исследования круга задач при написании отчета	полнота проведенного анализа круга задач в отчете; целенаправленность поиска и отбора информации; полнота и качество собранного материала в соответствии с индивидуальным заданием	Индивидуальное задание (задание №1-6)
Владеть ключевыми навыками разработки рекламных проектов в осуществляемой профессиональной деятельности; методами экономической эффективности профессиональной деятельности	Разрабатывать проекты рекламной деятельности и оценивать экономическую эффективность в отчете	грамотное использование теоретических знаний на при разработке проектов, доказательность выводов и обоснованность рекомендаций в отчете, соответствие отчета требованиям по содержанию	Индивидуальное задание (задание №1-6)
ПК-2: Владеет навыками контроля и оценки эффективности результатов продвижения коммуникационного продукта			
Знать основы контроля и оценки эффективности результатов продвижения коммуникационного продукта в период прохождения профессионально-ознакомительной практики	собирает данные, необходимые для подготовки отчета	полнота и содержательность ответа, аргументированность использованных в отчете данных	Индивидуальное задание (задание №1-6)
Уметь контролировать и оценивать эффективность результатов продвижения коммуникационного продукта в настоящее время в текущей рыночной ситуации	исследование рекламной информации при написании отчета	полнота проведенного исследования информации в отчете; целенаправленность поиска и отбора информации; полнота и качество собранного материала в соответствии с индивидуальным заданием	Индивидуальное задание (задание №1-6)
Владеть навыками контроля и оценки эффективности результатов продвижения коммуникационного продукта в настоящее время в текущей рыночной ситуации и в	проведения анализа показателей при написании отчета	грамотное использование теоретических знаний на практике, доказательность выводов и обоснованность рекомендаций в отчете, соответствие отчета	Индивидуальное задание (задание №1-6)

условиях особенностей предприятия базы-практики		требованиям по содержанию	
ПК-6: Владеет методами анализа информационных потребностей целевой аудитории			
Знать основы методов анализа информационных потребностей целевой аудитории в профессиональной деятельности	проведение исследования рекламной деятельности предприятия при написании отчета и ответе на вопрос	полнота и содержательность ответа, аргументированность использованных в отчете методов исследования	Индивидуальное задание (задание №1-6)
Уметь практически анализировать информационные потребности целевой аудитории в рекламной и PR-информации	применяет различные методы анализа информации при написании отчета	полнота проведенного анализа данных в отчете; целенаправленность поиска и отбора информации; полнота и качество собранного материала в соответствии с индивидуальным заданием	Индивидуальное задание (задание №1-6)
Владеть методами анализа потребности целевой аудитории в рекламной и PR-информации, исходящей от предприятия базы-практики	Систематизирует информацию для решения рекламных задач предприятия при написании отчета	грамотное использование теоретических знаний на практике, доказательность выводов и обоснованность рекомендаций в отчете, соответствие отчета требованиям по содержанию	Индивидуальное задание (задание №1-6)

Шкалы оценивания:

Контроль успеваемости осуществляется в рамках накопительной балльно-рейтинговой системы в 100-балльной шкале:

84-100 баллов (оценка «зачтено/отлично»)

67-83 баллов (оценка «зачтено/хорошо»)

50-66 баллов (оценка «зачтено/удовлетворительно»)

0-49 баллов (оценка «не зачтено/неудовлетворительно»)

2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Индивидуальное задание

1. Изучить общую характеристику деятельности предприятия/организации/агентства;
2. Изучить характеристику основных нормативных документов, инструкций, положений, регламентирующих рекламную и PR-деятельность предприятия/организации/агентства;

3. Изучить характеристику рынка, сегментов и сложившейся конъюнктуры на производимые и/или продаваемые товары (продукцию, работу и услуги);

4. Проанализировать коммуникационную деятельность организации/компании/агентства;

5. Проанализировать основные средства и методы, применяемых при планировании, подготовки и проведении различных исследований в зависимости от сферы деятельности организации;

6. Проанализировать направления совершенствования рекламной и PR-коммуникации в организации, предложить проект рекламной/PR-кампании, проведение промо-акции, направления совершенствования корпоративного сайта.

Критерии оценивания:

- 84-100 баллов (оценка «зачтено/отлично») - изложенный в отчете материал фактически верен, наличие глубоких исчерпывающих знаний в объеме пройденной программы практики в соответствии с поставленными целями и задачами обучения; правильные, уверенные действия по применению полученных знаний на практике, грамотное и логически стройное изложение материала в отчете и на защите, усвоение основной и знакомство с дополнительной литературой;

- 67-83 баллов (оценка «зачтено/хорошо») - наличие твердых и достаточно полных знаний в объеме пройденной программы практики в соответствии с целями обучения, правильные действия по применению знаний на практике, четкое изложение материала, допускаются отдельные логические и стилистические погрешности, обучающийся усвоил основную литературу, рекомендованную в рабочей программе практики;

- 50-66 баллов (оценка «зачтено/удовлетворительно») - наличие твердых знаний в объеме практики в соответствии с целями обучения, изложение содержания отчета с отдельными ошибками, уверенно исправленными после дополнительных вопросов; правильные в целом действия по применению знаний на практике;

- 0-49 баллов (оценка «не зачтено/неудовлетворительно») – ответы на защите отчета не связаны с вопросами, наличие грубых ошибок в ответе, несоответствие содержания отчета по практике непонимание сущности излагаемого вопроса, неумение применять знания на практике, неуверенность и неточность ответов на дополнительные и наводящие вопросы.

3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Процедуры оценивания включают в себя текущий контроль и промежуточную аттестацию.

Текущий контроль по практике проводится в форме контроля на каждом этапе, указанном в таблице раздела 4 программы практики.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета с оценкой. Аттестацию студентов по итогам практики проводит руководитель практики от РГЭУ (РИНХ) на основании оформленного отчета. Защита отчета проводится в форме индивидуального собеседования.