

Кемеровский государственный университет

**Социально-психологический факультет**

*(Наименование факультета (филиала), где реализуется данная практика)*

Декан социально-психологического факультета  
Яницкий М. С.  
«15» сентября 2015 г.



**Программа производственно-преддипломной практики**

*(Наименование учебной (производственной) практики)*

Направление подготовки

**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

*(шифр, название направления)*

Направленность (профиль) подготовки

**Связи с общественностью в социальной сфере**

Уровень бакалавриата

П

Форма обучения

**Очная**

*(очная, очно-заочная и др.)*

Кемерово 2015

Рабочая программа дисциплины утверждена Ученым советом факультета  
(протокол Ученого совета факультета № 8 от 17.03.2014)  
Утверждена с обновлениями в части оформления, списка литературы  
(протокол Ученого совета факультета № 7 от 15.04.2015)

Рабочая программа дисциплины одобрена на заседании кафедры  
31.08.2015  
Фамилия И.О., зав. кафедрой Мартынова Т.Н.

## **1. Тип практики – производственно-преддипломная**

### **ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПРАКТИКИ:**

**Цель производственно-преддипломной практики** – усовершенствовать навыки работы в сфере связей с общественностью, подготовить материал для выпускной квалификационной работы.

#### **Задачи:**

- закрепление знаний, полученных в процессе изучения дисциплин направления «Реклама и связи с общественностью»;
- овладение навыками информационно-творческой, информационно-коммуникационной, информационно-управленческой, рекламно-информационной, информационно-аналитической, организационно-рекламной, информационно-социологической и научно-исследовательской деятельности;
- овладение навыками самостоятельного планирования, организации и анализа PR-кампании (мероприятия);
- анализ PR-деятельности организации/подразделения;
- разработка выпускной квалификационной работы и классификация эмпирического материала для практической части ВКР.

## **2. СПОСОБЫ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННО-ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ**

По своей форме данная практика относится к практике по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, исполнительской практике. Проводится стационарным способом на предприятиях (в учреждениях, организациях) сферы рекламы и связей с общественностью, средств массовой коммуникации, либо других предприятиях (учреждениях, организациях), в рамках которых на систематической основе осуществляется процесс управления информационно-коммуникативной деятельностью.

## **3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ПРОИЗВОДСТВЕННО-ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ, СООТНЕСЁННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ООП**

В результате прохождения производственно-преддипломной практики у обучающегося формируются компетенции и по итогам практики обучающийся должен продемонстрировать следующие результаты:

код компетенции	результаты освоения ООП <i>Содержание компетенций (в соответствии с ФГОС)</i>	Перечень планируемых результатов обучения
ОК-4	способность находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готовность нести за них ответственность	<b>Знать</b> основы организационной психологии и теории управления. <b>Уметь</b> принимать решения в нестандартных ситуациях. <b>Владеть</b> навыками преодоления кризисных ситуаций.
ОК-5	умение использовать нормативные правовые документы в своей деятельности	<b>Знать</b> международные и российские нормативные акты, регламентирующие деятельность по рекламе и связям с общественностью. <b>Уметь</b> составлять рекламные и PR-обращения в соответствии с действующим Российским законодательством и международными соглашениями. <b>Владеть</b> навыками составления документов в рамках действующего законодательства.
ПК-11	способность проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий	<b>Знать</b> методы социологических исследований и методы изучения субъектов и процессов коммуникации. <b>Уметь</b> проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий. <b>Владеть</b> навыками диагностики и анализа коммуникации в определенной сфере деятельности.
ПК-18	способность оперативно принимать решения, в том числе в кризисных ситуациях; способность к выработке нестандартных решений	<b>Знать</b> теоретико-методологические основы построения эффективного взаимодействия субъектов социальной среды. <b>Уметь</b> анализировать социальные, психологические явления; оперативно принимать решения, в том числе в кризисных ситуациях. <b>Владеть</b> навыками использования диагностического инструментария при определении уровней конфликтности, стрессовости, агрессивности, коммуникативности, как значимых составляющих в конфликтном взаимодействии и в предупреждении конфликтных ситуаций; способностью к выработке нестандартных решений.

<b>ПК-20</b>	владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации	<b>Знать</b> теоретико-методологические основы построения эффективного взаимодействия субъектов социальной сферы. <b>Уметь</b> работать в команде, анализировать ситуацию и проблемы целевой группы. <b>Владеть</b> навыками разработки и реализации проектов, направленных на развитие системы кадрового обеспечения организации (подготовка кадров, коучинг и др.).
<b>ПК-21</b>	владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами	<b>Знать</b> методы и технологии управленческой работы. <b>Уметь</b> грамотно ставить и анализировать проблемы позиционирования предприятия или организации, «видеть» их, определять основные направления их решения. <b>Владеть</b> практическими навыками мотивирования и стимулирования персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей.
<b>ПК-23</b>	способность к участию в проектировании в области рекламы и связей с общественностью фирмы, организации, обеспечению средств и методов по реализации проектов, участию в организации работы проектных команд	<b>Знать</b> специфику деятельности организаций, фирм, внутренние и внешние факторы, определяющие параметры и особенности функционирования организаций; особенности проектирования в области рекламы и связей с общественностью фирмы, организации. <b>Уметь</b> диагностировать состояние и систему социально-экономических, психологических показателей проектируемого объекта; обеспечивать средства и методы по реализации проектов; участвовать в организации работы проектных команд. <b>Владеть</b> способностью проектирования в области рекламы и связей с общественностью фирмы, организации.
<b>ПК-25</b>	способностью реализовывать проекты и владеть методами их реализации	<b>Знать</b> способы информационного сопровождения социальных проектов в организации. <b>Уметь</b> разрабатывать социальные проекты и программы; выбирать необходимые методы

		сопровождения социальных проектов, модифицировать существующие и разрабатывать новые методы, исходя из задач конкретного исследования. <b>Владеть</b> процедурой информационного сопровождения социальных проектов.
<b>ПК-30</b>	способность организовать и проводить социологические исследования с целью составления прогноза общественного мнения и разработки мер по повышению имиджа фирмы, организации	<b>Знать</b> методики проведения опросов общественного мнения и фокус-групп в рыночных исследованиях; техники проведения опросов общественного мнения и фокус-групп в маркетинговых исследованиях. <b>Уметь</b> использовать методики и техники проведения опросов общественного мнения и фокус-групп в рыночных исследованиях; определять размер и структуру выборки, необходимой для проведения исследования. <b>Владеть</b> навыками проведения опросов общественного мнения и фокус-групп в маркетинговых исследованиях; разработки мер по повышению имиджа фирмы, организации.
<b>ПК-33</b>	способность собирать и систематизировать научно-практическую информацию по теме исследований в области связей с общественностью и рекламы	<b>Знать</b> основные источники нужной информации. <b>Уметь</b> распознавать нужную информацию. <b>Владеть</b> методами поиска информации по теме исследований в области связей с общественностью и рекламе.
<b>ПК-34</b>	владение навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов	<b>Знать</b> правила составления аналитических справок, обзоров и прогнозов. <b>Уметь</b> писать аналитические справки, обзоры и прогнозы. <b>Владеть</b> навыками составления документации в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта.
<b>ПК-35</b>	владение навыками составления и оформления материалов для экспертных заключений и отчетов	<b>Знать</b> основные методы исследований; основные направления и технологии

		<p>исследований; основные методы обработки первичной и вторичной информации, применяемые при проведении маркетинговых исследований; формы предоставления информации для дальнейшего анализа и интерпретации.</p> <p><b>Уметь</b> определять предметное поле и разрабатывать программу маркетинговых исследований; выбирать адекватные проблеме, объекту и предмету методы маркетинговых исследований; проводить маркетинговые исследования и анализировать конъюнктуру товарных рынков; анализировать и интерпретировать данные маркетинговых исследований; разрабатывать концепцию и технологию проведения маркетинговых исследований; анализировать информацию в ходе проведения маркетинговых исследований; определять последствия принимаемых решений.</p> <p><b>Владеть</b> навыками анализа результатов вторичных данных в сфере маркетинга; навыками сбора и анализа первичной маркетинговой информации; навыками представления данных по результатам маркетингового исследования.</p>
--	--	---

#### 4. МЕСТО ПРОИЗВОДСТВЕННО-ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ООП

Производственно-преддипломная практика практика входит в состав практической и научно-исследовательской части учебного плана профессионального цикла подготовки студентов по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» профиля «Связи с общественностью в социальной сфере» профессиональной образовательной программы бакалавриата (7 семестр, 4 курс).

Данная практика опирается на знания полученные при изучении таких дисциплин «Особенности рекламного текста» Б1.В.ДВ.2.1, «Социология массовых коммуникаций» Б3.Б.1.2, «Психология массовых коммуникаций» Б3.Б1.3, «Организация работы отделов рекламы и связей с

общественностью» БЗ.Б.3.2 , является завершающим этапом обучения и должна быть направлена на окончательное закрепление знаний, а также умений и навыков применения теоретических знаний для решения практических и прикладных задач.

## **5. ОБЪЁМ ПРОИЗВОДСТВЕННО-ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ И ЕЁ ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ**

Общий объём практики составляет   3   зачетных единицы.

Продолжительность практики   2   недель

## **6. СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННО-ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ**

Основное содержание производственно-преддипломной практики нацелено на закрепление и углубление знаний студентов об их будущей профессии, развитие полученных ранее навыков работы по специальности, а также на систематизацию и обобщение материалов, необходимых для написания выпускной квалификационной работы.

В ходе практики студент должен выполнять профессиональные обязанности PR-специалиста, присутствовать на совещаниях, помогать в планировании и проведении PR-мероприятий, при возможности проделывать это самостоятельно.

Студенты будут иметь возможность собрать и систематизировать материал, необходимый для практической части ВКР или дипломного проекта, а также апробировать его на базе конкретной организации. Кроме того, практиканты должны активно принимать участие (самостоятельно организовывать) в разработке и проведение различных PR-мероприятий и обобщать свой опыт.

Основная часть времени практики посвящена сбору и обработке материалов, предназначенных для практической части ВКР или для дипломного проекта.

За период прохождения преддипломной практики студент должен подготовить описание PR-мероприятия, проанализировать достоинства и недостатки его организации и проведения, сформулировать рекомендации, собрать теоретический и эмпирический материал, необходимый для практической части ВКР или дипломного проекта, подготовить первый вариант плана ВКР, изучить дополнительную литературу по теме ВКР в соответствии с ее планом. Все вышеперечисленное и является завершающим этапом практики.



## 7. ФОРМЫ ОТЧЁТНОСТИ ПО ПРАКТИКЕ

По окончанию практики студент обязан сдать следующие документы:

1. Отзыв-характеристика с места практики представляет собой документ, в котором руководитель практики от учреждения даёт характеристику работы студента: содержание, объем, практическую значимость, достигнутые результаты.

2. Дневник практики

Дневник практики - это обязательный рабочий документ, в котором имеется индивидуальный план практики, составленный на основе базового плана задания с учетом специфики места практики и индивидуальных интересов и потребностей студента.

В дневнике отражается вид и объем ежедневной деятельности студента, раскрывается методическая сущность проводимой работы, анализируются отдельные ситуации, делаются обобщения, намечаются планы и перспективы. Он должен включать краткое содержание, цели и задачи практики, характеристику учреждения, специфику функциональных обязанностей PR-специалиста, оценка деятельности по оказанию услуг Заказчику, с которыми пришлось работать, описание выполненных заданий и анализ их эффективности, возможные рекомендации по усовершенствованию деятельности организации.

3. Отчет студента о прохождении практики и выполнении плана практики.

Отчет – документ, который студент пишет по окончанию практики. В отчете необходимо обобщить и проанализировать выполненную работу, выделив достижения и трудности, влияющие на личностный и профессиональный рост, отразить степень удовлетворенности от полученных знаний и опыта, от понимания профессиональной значимости сделанного.

4. Подготовленный текст выпускной квалификационной работы

По итогам практики студенты сдают отчет о прохождении практики и выполнении ее плана.

Отчет должен содержать краткую характеристику учреждений, в которых проходила практика, и выполненная студентами работа.

Отчет строится по следующей схеме.

- Наименование документа с указанием ФИО студента.
- Название практики.
- Цель практики.
- Краткая характеристика учреждений (название, тип и вид учреждения, названия нормативных документов учреждения, обслуживаемые категории клиентов, предоставляемые услуги).
- Отзыв об учреждениях, наиболее примечательные стороны практики.

## **8. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННО-ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКЕ**

### **8.1. Паспорт фонда оценочных средств по практике**

№ п/п	Контролируемые этапы практики (результаты по этапам)	Код контролируемой компетенции (или её части) / и ее формулировка – по желанию	наименование оценочного средства
1.	Подготовка дневника практики	ПК-11, ПК-18, ПК-20	Кейс-задача №1
2.	Индивидуальная беседа преподавателя со студентом	ПК-21, ПК-23, ПК-25	Доклад, сообщение
3.	Обработка результатов по теме	ПК-28, ПК-30, ПК-34, ПК-35	Кейс-задача №2
4.	Подготовка отчета о прохождении практики и выполнении ее плана	ПК-33, ПК-18	Зачет
5.	Подготовка выпускной квалификационной работы	ОК-4, ОК-5	Текст ВКР

### **8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы**

#### **8.2.1. Зачет**

При выставлении оценки за преддипломную практику учитываются следующие факторы:

1. достижение основных целей и задач, поставленных перед прохождением практики;
2. качество выполнения индивидуального задания практики, на основе которого разрабатывается практическая часть ВКР (главный критерий);
3. качество выполнения общих заданий практики:
  - творчество;
  - профессиональный анализ;
  - рефлексия.
4. качество отчетной документации;
5. выполнение обязанностей практиканта. При этом решающим является мнение руководителя практики студента от принимающей стороны.

Отметка «зачтено» ставится, если:

- студентом достигнуты все основные цели и задачи, поставленные перед ним в ходе практики;
- студент выполнил индивидуальное задание, данное научным руководителем ВКР;
- студент выполнил план практики и все общие задания по практике;
- студент подошел творчески к выполнению заданий;

- студент предоставил полную отчетную документацию по данным заданиям, не имеет замечаний в их выполнении;
- студент сдал вовремя дневник-отчет по практике;

Отметка «незачтено» ставится, если:

- студентом достигнуты не все цели и задачи, поставленные перед ним в ходе практики;
- студент выполнил наполовину (меньше 70 %) индивидуальное задание, данное научным руководителем ВКР, и имеет значительные недоработки и замечания в его выполнении;
- студент выполнил не все общие задания (отчитался по 50 % заданий) и имеет значительные недоработки и замечания в их выполнении;
- студент не вовремя вышел на практику (с задержкой на 1 неделю) или не выходил на практику вообще;
- студент не вовремя сдал дневник-отчет по практике;
- руководитель практики от организации оценил практическую деятельность студента на «неудовлетворительно»;

Кроме того, для оценки профессиональной компетентности студента в соответствии с этими критериями групповой руководитель может использовать следующие формы:

- интервьюирование и собеседование студентов-практикантов;
- изучение и анализ материалов отчета;
- разбор и обсуждение текстового материала, собранным или созданным самим студентом-практикантом;

Оценка по практике приравнивается к оценкам по теоретическому обучению и учитывается при подведении итогов общей успеваемости студентов.

### 8.2.2

Кемеровский государственный университет  
Социально-психологический факультет  
Кафедра Социальной работы и менеджмента в социальной сфере

**КЕЙС-ЗАДАЧА № 1**  
**производственно-преддипломной практики**

Направление подготовки  
**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**  
(шифр, название направления)

---

Направленность (профиль) подготовки  
**Связи с общественностью в социальной сфере**

---

Квалификация (степень) выпускника  
**Бакалавр**

Форма обучения  
**Очная**  
(очная, очно-заочная и др.)

---

1. Проанализировать рекламу основных конкурентов. Можно использовать следующие методы: контент-анализ, информационно-целевой анализ, анализ рекламных сообщений, анализ бренда, анализ фирменного стиля и т. п.

2. Описать методику и результаты анализа. Разработать рекомендации по повышению конкурентоспособности своей организации через улучшение рекламной деятельности (2-3 страницы).

Критерии и шкала оценивания.

Ответ оценивается по системе «зачтено» - «не зачтено».

Отметка «зачтено» ставится, если:

- ответ студента логично и доказательно раскрывает поставленную задачу;
- ответ характеризуется глубиной, полнотой и не содержит фактических ошибок;
- ответ иллюстрируется примерами, в том числе из собственной практики;
- студент демонстрирует умение аргументировано вести диалог и научную дискуссию.

Отметка «не зачтено» ставится, если:

- задание не раскрыто, допускаются существенные фактические ошибки, которые студент не может исправить самостоятельно

Кемеровский государственный университет  
Социально-психологический факультет  
Кафедра Социальной работы и менеджмента в социальной сфере

**КЕЙС-ЗАДАЧА № 2**  
**производственно-преддипломной практики**

Направление подготовки  
***42.03.01 Реклама и связи с общественностью***  
(шифр, название направления)

---

Направленность (профиль) подготовки  
***Связи с общественностью в социальной сфере***

---

Квалификация (степень) выпускника  
***Бакалавр***

Форма обучения  
***Очная***  
(очная, очно-заочная и др.)

---

1. Проанализировать коммуникационную, информационную или рекламную политику организации
2. Написать подробный анализ плана формирования коммуникационной, информационной или рекламной политики организации.
3. Изучить структуру подразделения, управляющего рекламными коммуникациями, и особенности управления им.
4. Подготовить аналитическую записка с детализацией коммуникационной, информационной или рекламной политики организации (2-3 страницы).
5. С согласия руководителя практики от организации представить образец плана формирования коммуникационной, информационной или рекламной политики организации на полугодие. При необходимости - разработать собственный.
6. Отметить сильные стороны организации работы подразделения или (и) разработать рекомендации по улучшению деятельности. При необходимости разработать план по внедрению данных рекомендаций.

Критерии и шкала оценивания.

Решение кейс-задачи оценивается по системе «зачтено» - «не зачтено».

Отметка «зачтено» ставится, если:

- ответ студента структурирован, логично и доказательно раскрывает структуру изученного подразделения, полностью анализирует информационную или рекламную политику предприятия, может;
- ответ характеризуется глубиной, полнотой и не содержит фактических ошибок;
- ответ иллюстрируется примерами из пройденной практики;
- студент демонстрирует умение аргументировано вести диалог и научную дискуссию.

Отметка «не зачтено» ставится, если:

- содержание кейс-задачи не раскрыто, допускаются существенные фактические ошибки, которые студент не может исправить самостоятельно

### **8.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций**

Контроль и оценка результатов практики осуществляется в виде текущего контроля и итоговой аттестации.

Порядок учета практической деятельности студентов осуществляется в виде текущего контроля и итоговой аттестации.

#### ***Текущий контроль***

Ход процесса прохождения практики студентов отслеживает руководитель практики. Руководитель назначает консультации, предназначенные для встречи со студентами-практикантами, в ходе которых выслушивает их отчеты о прохождении практики и принимает меры для устранения возникших объективных проблем.

Преподаватель организует текущий контроль, подразумевающий проверку дневника практики, беседу со студентом. Во время беседы обсуждаются вопросы: типы и виды учреждений и организаций, работающих в сфере связей с общественностью; структура учреждений; задачи профессиональной деятельности и функциональные обязанности специалистов учреждений; нормативные документы, регламентирующие деятельность учреждений.

#### ***Итоговая аттестация***

Итоговая аттестация проводится по комплексным показателям и предполагает анализ степени достижения поставленных перед студентом задач.

Оцениваются новые знания, полученные в ходе практики, навыки по оказанию услуг в соответствии с технологиями связей с общественностью, умение анализировать состояние и развитие поведения объекта деятельности PR – общественное мнение и группы общественности, умения проектировать и прогнозировать профессиональную деятельность, умения организовывать и управлять процессом проведения специальных мероприятий, готовность к сотрудничеству с коллегами, интерес к работе, ответственность.

По окончанию практики студент обязан сдать на кафедру рекламы и связей с общественностью следующие документы:

1. Отзыв-характеристика с места практики
2. Дневник практики
3. Отчет студента о прохождении практики и выполнении плана практики

Каждый из этих документов играет свою роль в оценке результатов практики.

Для достижения задач преддипломной практики студент должен **знать:**



- специфику работы конкретной организации по «связям с общественностью»;
- технологию подготовки и проведения PR-мероприятия в конкретной сфере;
- методы (методики) накопления и обработки материала, необходимого для практической части ВКР или дипломного проекта.

**уметь:**

- использовать методику и технику проведения опроса общественного мнения;
- четко и вовремя выполнять служебные поручения учреждения/подразделения;
- подходить к выполнению заданий творчески, креативно;
- формулировать, обосновывать и реализовывать собственные проекты по решению поставленных задач;
- самостоятельно создать публичное произведение и PR-тексты;
- самостоятельно разработать план-сценарий со всеми атрибутами конкретного PR-мероприятия;
- самостоятельно и вдумчиво собрать и структурировать материалы (данные), необходимые для проекта или практической части, в соответствии с тематикой выпускной квалификационной работы;
- обобщать полученные в ходе практики эмпирические данные;
- делать теоретические выводы.

При проведении итоговой аттестации учитываются следующие факторы:

1. достижение основных целей и задач, поставленных перед прохождением практики;
2. качество выполнения индивидуального задания практики, на основе которого разрабатывается дипломный проект или практическая часть ВКР (главный критерий);
3. качество выполнения общих заданий практики:
  - a. творчество;
  - b. профессиональный анализ;
  - c. рефлексия.
4. качество отчетной документации;
5. выполнение обязанностей практиканта. При этом решающим является мнение руководителя практики студента от принимающей стороны.

## **9. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И РЕСУРСОВ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ**

### **а) Основная литература**

Теория и практика связей с общественностью [Текст] : учебник / А. В. Кочеткова [и др.], 2010. - 233 с.

- Голуб, Ольга Юрьевна. Социальная реклама [Текст] : учеб. пособие / О. Ю. Голуб, 2010. - 177 с.
- Кривоносов, Алексей Дмитриевич. Основы теории связей с общественностью [Текст] : учебник / А. Д. Кривоносов, О. Г. Филатова, М. А. Шишкина, 2011. - 376 с
- Папкова, Ольга Викторовна. Связи с общественностью [Текст] : учеб. пособие / О. В. Папкова, 2010. - 112 с.
- Кондратьев, Эдуард Викторович. Связи с общественностью [Текст] : учеб. пособие / Э. В. Кондратьев, Р. Н. Абрамов, 2009. - 511 с.
- Шарков, Феликс Изосимович. Интегрированные коммуникации. Реклама, паблик рилейшнз, брендинг: учеб. Пособие. Год изд. 2011
- Щепилова, Галина Германовна. Основы рекламы .учебник для бакалавров. 2011 г.
- Годин, Александр Михайлович. Брендинг: учеб. Пособие. Год изд. 2012
- Кузнецов, Вадим Федорович. Связи с общественностью. Теория и технологии [Текст] : учебник для вузов / В. Ф. Кузнецов, 2009. - 302 с.

#### Дополнительная литература

1. Горкина М.Б., Мамонтов А.А., Манн И.Б PR на 100%: как стать хорошим менеджером по PR. М., 2004 г.
2. Землянова Л.М. Коммуникативистика и средства информации: англо-русский толковый словарь концепций и терминов. М., 2004 г.
3. Королько В.Г. Основы паблик рилейшнз. М., 2001 г.
4. Невзлин Л.Б. «Public relations» - кому это нужно? М., 1993 г.
5. I межрегиональная научно-практическая конференция «PR-Универсум 2004»: сборник материалов. Томск, 2004 г.
6. Портрет российского PR- мэна //Советник. 1998. №1.
7. Почепцов Г.Г. Пропаганда и контрпропаганда. М., 2004 с.
8. Самые успешные PR-кампании в мировой практике. М., 2002 г.
9. Шомели Ж., Уисман Д. Связи с общественностью. 9-е изд. СПб., 2003 г.

#### Ресурсы сети «Интернет»

- [www.nlr.ru](http://www.nlr.ru) Российская научная библиотека
- [www.inion.ru](http://www.inion.ru) Институт научной информации по общественным наукам
- [www.nbmgu.ru](http://www.nbmgu.ru) Научная библиотека МГУ им. М. Ломоносова
- [www.lib.kemsu.ru](http://www.lib.kemsu.ru) Библиотека Кемеровского государственного университета
- <http://www.lib.msu.ru> Научная библиотека МГУ

<http://e.lanbook.com> Электронно-библиотечная система (ЭБС) издательства «Лань»

[www.sostav.ru](http://www.sostav.ru) Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR

[http://www.pressclub.host.ru/PR\\_Lib](http://www.pressclub.host.ru/PR_Lib) Блок "PR-библиотека" на сайте агентства "Международный пресс-клуб. Чумиков PR и консалтинг"

<http://www.sovetnik.ru/notepad/prspec> «Справочник PR-специалиста» на Портале «Sovetnik.ru»

<http://www.raso.ru> Российский PR-портал РАСО (раздел PR-библиотека)

## **10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ УЧЕБНОЙ / ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ (при необходимости)**

- программы, обеспечивающие доступ в сеть Интернет (например, «Google chrome»);
- программы, демонстрации видео материалов (например, проигрыватель « Windows Media Player»);
- программы для демонстрации и создания презентаций (например, «Microsoft PowerPoint»);

## **11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ УЧЕБНОЙ / ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**

Для прохождения практики студенту необходимо следующее материально- техническое обеспечение:

- возможность выхода в сеть Интернет для поиска по профильным сайтам и порталам;
- персональный компьютер, рабочие базы данных;
- принтер;
- сканер

## **12. ИНЫЕ СВЕДЕНИЯ И МАТЕРИАЛЫ**

### **12. 1. Место и время проведения учебной / производственной практики**

Государственное учреждение Центр занятости населения г. Кемерово  
МУ Молодежная биржа труда г. Кемерово

Кемеровское региональное отделение общероссийской общественной организации «Российский Красный Крест»

Благотворительный региональный общественный фонд «Кузбасс против наркотиков»

Отдел по делам несовершеннолетних УВД

ОАО «Распадская» Угольная компания

Областной центр по профилактике и борьбе со СПИД

МЧС по АКО

Областной военный комиссариат

Пресс-центр КемГУ

Студсовет КемГУ

Пресс-служба ГИБДД по Кемеровской области

Пресс-служба ГУВД по Кемеровской области

Федеральная служба исполнения наказаний Главное управление по кемеровской области

## **12.2. Особенности реализации практики для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья**

Обучение лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом индивидуальных психофизических особенностей, а для инвалидов также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида.

Для лиц с нарушением слуха возможно предоставление информации визуально (краткий конспект лекций, основная и дополнительная литература), на лекционных и практических занятиях допускается присутствие ассистента, а так же, сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Лица с нарушениями опорно-двигательного аппарата не нуждаются в особых формах предоставления учебных материалов. Однако, с учетом состояния здоровья часть заданий может быть реализована дистанционно (при помощи сети «Интернет»).

Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата проводится на общих основаниях, при необходимости процедура зачета может быть реализована дистанционно (например, при помощи программы Skype). Для этого по договоренности с преподавателем студент в определенное время выходит на связь для проведения процедуры зачета.

АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ

по \_\_\_\_\_ практике

студента группы \_\_\_\_\_ (ФИО)  
\_\_\_\_\_

Место прохождения практики (полное название организации)  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Сроки прохождения практики с \_\_\_\_\_ по \_\_\_\_\_

Руководитель практики от предприятия (должность, ФИО)  
\_\_\_\_\_

Руководитель практики от университета (ФИО)  
\_\_\_\_\_

Работа защищена с оценкой « \_\_\_\_\_ »

Дата \_\_\_\_\_, подпись \_\_\_\_\_

Структура отчета:

- титульный лист с подписью руководителя практики от организации
- содержание;
- текстовая часть;
- список использованных источников;
- приложения.

Текстовая часть включает введение, разделы, которые допускается разбивать на отдельные подразделы, заключение.

В текстовой части необходимо дать:

- название организации, характеристика предприятия (организации) (его подчиненность, сфера деятельности, общая численность персонала);
- организационную структуру и назначение структур (необходимо дать краткое описание основных подразделений предприятия (организации); описание и функции своего отдела, с какими отделами и подразделениями взаимодействует (дать схему);
- виды деятельности, выполняемые за период практики (описание структурного подразделения организации, служившего местом практики (его положение в организации, сфера деятельности, результаты работы); результаты изучения документации, нормативной базы предприятия, систему основных показателей деятельности)
- оценка системы учета, контроля и анализа, действующей в организации, отразив ее особенности, положительные и отрицательные стороны, недостатки и пути их устранения;

Заключение – завершающая часть отчета, в которой отражаются результаты исследования, выводы, предложения и рекомендации, сделанные студентом по результатам проведенного анализа показателей деятельности предприятия (организации) или отдельного подразделения и направленные на совершенствование работы. Заключение должно быть связано с основной частью и вытекать из нее.

В состав приложений могут быть включены копии первичных документов. К отчету могут прилагаться макеты документов, расчеты и таблицы, подготовленные с использованием собранных на месте практики материалов, с которыми работал студент в период практик.

б) критерии

***При защите аналитического отчета рекомендуется обеспечить оптимальное сочетание основных составляющих:***

- содержательных (изложение обоснованности содержания, соблюдение структурности);
- рефлексивных (объяснение и обоснование подходов к анализу и оценке результатов, обоснованность предложений);
- информационно-фактологических, статистических (приведение фактов в подтверждение аналитических выводов).

### **Критерии и шкала оценивания выступления на итоговой конференции.**

Критерии. В работе на итоговой конференции оценивается: форма участия, качество представленного доклада: полнота изложения, наличие анализа, использование фактических данных, собранных в ходе практики, понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т.д.

Шкала:

«0» баллов. Студент конференцию не посещал или формально присутствовал, но участия в работе не принимал.

«1» балл. Студент принимал участие в обсуждении докладов, задавал вопросы, высказывал своё мнение.

«2» балла. Студент представил на конференцию доклад, отражающий специфику прохождения практики на конкретном предприятии. Доклад соответствует рекомендуемой структуре, однако приведенная информация носит описательный констатирующий характер. Демонстрационные материалы отсутствуют.

«3» балла. Студент представил на конференцию доклад, отражающий специфику прохождения практики на конкретном предприятии. Доклад соответствует рекомендуемой структуре, содержит не просто описательную информацию, но и анализ проделанной работы, предложения и аргументированную точку зрения студента. Доклад сопровождается наглядными материалами.

**Рекомендуемая структура доклада.** (описывается в пп. 8.3.) (По сути повторяет структуру аналитического отчета)

1. Характеристика предприятия
2. Краткое описание основных подразделений предприятия (организации); описание и функции своего отдела.
3. Виды деятельности, выполняемые за период практики (цели, процедура проведения, анализ успешности)
4. Результаты практики (чему научились, каких знаний не хватало и т.д.), выводы, предложения и рекомендации.



## ХАРАКТЕРИСТИКА

За время прохождения \_\_\_\_\_ практики с  
\_\_\_\_\_ по \_\_\_\_\_ студентом \_\_\_\_\_ (ФИО)

были проявлены следующие умения

Оцениваемые умения	Оценка по 3-х балльной системе: 0 - не проявил; 1 – частично, средний уровень 2 – хороший уровень развития умений
Составлять рекламные и PR-обращения в соответствии с действующим Российским законодательством и международными соглашениями.	
Определять предметное поле и разрабатывать программу маркетинговых исследований; выбирать адекватные проблеме, объекту и предмету методы маркетинговых исследований; проводить маркетинговые исследования и анализировать конъюнктуру товарных рынков; анализировать и интерпретировать данные маркетинговых исследований; разрабатывать концепцию и технологию проведения маркетинговых исследований; анализировать информацию в ходе проведения маркетинговых исследований; определять последствия принимаемых решений.	
Работать в команде, анализировать ситуацию и проблемы целевой группы.	
Разрабатывать социальные проекты и программы; выбирать необходимые методы сопровождения социальных проектов, модифицировать существующие и разрабатывать новые методы, исходя из задач конкретного исследования.	

В процессе профессиональной деятельности студент продемонстрировал владение следующими навыками

Оцениваемые навыки	Оценка по 3-х балльной системе: 0 - не проявил; 1 – частично, средний уровень 2 – хороший уровень владения
Использование диагностического инструментария при определении уровней конфликтности, стрессовости, агрессивности, коммуникативности, как значимых составляющих в конфликтном взаимодействии и в предупреждении конфликтных ситуаций; способностью к выработке нестандартных решений.	
Разработка и реализация проектов, направленных на развитие системы кадрового обеспечения организации (подготовка кадров, коучинг и др.).	



Составитель (и) программы к. экон.н., доцент каф СР и МСС Трапезникова  
И. С.

---