

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 учебно-ознакомительной 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

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 – учебно-ознакомительная

Цель учебно-ознакомительной практики – сформировать базовые навыки работы в сфере рекламы и связей с общественностью, ознакомиться с услугами, предоставляемыми специалистами по рекламе и связям с общественностью

Задачи:

- ознакомиться с деятельностью и структурой учреждений и организаций, работающих в сфере рекламы и связей с общественностью;
- ознакомиться с основными нормативно-правовыми документами организаций и учреждений, работающих в сфере рекламы и связей с общественностью;
- изучить должностные обязанности персонала учреждения, в котором студент проходит практику;
- помогать менеджерам по рекламе или работе с клиентами в их работе и при их поддержке выполнять отдельные виды работы при создании рекламного продукта или проведении рекламных акций,
- освоить приемы и формы деловой коммуникации, работы с информационными источниками и материалами,
- приобрести навыки работы с использованием профессиональных компьютерных программ, офисной и оргтехники.

Задачи практики конкретизируются в индивидуальном задании, которое составляется с учетом профиля подготовки студента, согласуется с руководителем и утверждается выпускающей кафедрой

2. СПОСОБЫ ПРОВЕДЕНИЯ УЧЕБНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ

По своей форме данная практика относится к практике по получению базовых 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 УЧЕБНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ, СООТНЕСЁННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ООП

В результате прохождения учебно-ознакомительной 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
Общекультурные компетенции		
ОК-12	владение основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией	Знать методы, способы и средства получения, хранения, переработки информации. Уметь использовать в профессиональной деятельности компьютерные программы и базы данных, необходимые бакалавру по рекламе и связям с общественностью. Владеть навыками работы с компьютером как средством управления информацией.
ОК-13	способность работать с информацией в глобальных компьютерных сетях	Знать технологии поиска и анализа информации в глобальных компьютерных сетях. Уметь пользоваться поисковыми системами, Интернет-библиотеками печатных СМИ, анализировать информацию, размещенную на официальных сайтах организаций, а также на форумах, в блогах и социальных сетях. Владеть навыками работы с информацией в глобальных компьютерных сетях.
Профессиональные компетенции (ПК)		
Общепрофессиональные		
ПК-1	способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных,	Знать свои профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью; принципы принятия и реализации эффективных решений. Уметь выявлять проблемы при анализе конкретных ситуаций,

	<p>коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта</p>	<p>предлагать способы их решения и оценивать ожидаемые результаты; анализировать факторы внешней среды организации. Владеть практическими технологиями в области рекламы и связей с общественностью, техникой личной экологии.</p>
ПК-5	<p>владение основами речи, знание ее видов, правил речевого этикета и ведения диалога, законов композиции и стиля, приемов убеждения</p>	<p>Знать виды речи, правила речевого этикета и ведения диалога, законов композиции и стиля, приемов убеждения. Уметь реферировать, комментировать, редактировать разные типы текстов. Владеть навыками копирайтинга; навыками создания устных, письменных, виртуальных текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы.</p>
Организационно-управленческая деятельность		
ПК-16	<p>обладание пониманием основ менеджмента и маркетинга</p>	<p>Знать методологию менеджмента. Уметь управлять и организовать работу рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации. Владеть практическими навыками мотивации сотрудников на активную деятельность и развитие организации.</p>
ПК-17	<p>знание истории и основных теорий менеджмента, владение основными управленческими функциями (планирование, организация, координация, учет, контроль, принятие решений, лидерство, мотивация, адаптация) и методами их реализации; знание основ бизнес-процессов</p>	<p>Знать принципы, закономерности, основные модели технологии управления при организации рекламной деятельности и в работе с общественностью. Уметь анализировать организационную структуру рекламной работы и разрабатывать предложения по ее совершенствованию. Владеть современными методами оперативного планирования и оперативного контроля за рекламной работой, деятельностью по связям с</p>

4. МЕСТО УЧЕБНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ООП

Учебно-ознакомительная практика входит в цикл Б.5 Практики учебного плана подготовки студентов по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» профиля «Связи с общественностью в социальной сфере» профессиональной образовательной программы бакалавриата.

Данная практика носит вводный характер, опирается на знания полученные при изучении таких дисциплин как «Введение в специальность», «Основы теории коммуникации», и призвана сформировать базовые знания о рекламных и PR-мероприятиях в процессе реализации информационно-коммуникационной деятельности организации. Для успешного прохождения практики студентам необходимо усвоить базовые профессиональные знания по планированию, подготовке и проведению коммуникационных кампаний и мероприятий, знать специфику анализа эффективности коммуникационной деятельности.

Учебно-ознакомительная практика является логическим продолжением предшествующего профессионального обучения и включает в себя апробирование и оценку эффективности возможного внедрения на предприятии (в учреждении, организации) практических рекомендаций и предложений по усовершенствованию менеджмента рекламной деятельности и связей с общественностью.

5. ОБЪЁМ УЧЕБНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ И ЕЁ ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ

Общий объём практики составляет ___ 6 ___ зачетных единиц.

Продолжительность практики ___ 4 ___ недель.

6. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ

При прохождении практики студенты впервые знакомятся с учреждениями и организациями, работающими в сфере рекламы и связей с общественностью, их проблемами и формами их разрешения. В ходе практики они могут познакомиться с широким спектром организаций, работающих в сфере связей с общественностью, заказчиками этих организаций и их потребностями, методами и технологиями удовлетворения этих потребностей.

Студент должен изучить:

1. Нормативные документы, регламентирующие деятельность учреждения (Устав учреждения; должностные инструкции; план работы отделов; программы, реализуемые учреждением);
2. Структуру учреждений (названия отделов, отделений, наличие филиалов, подструктур);
3. Должностные обязанности, задачи деятельности специалистов, работающих в учреждениях.

6. ФОРМЫ ОТЧЁТНОСТИ ПО ПРАКТИКЕ

Преподаватель организует текущий контроль, подразумевающий проверку индивидуального дневника, 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.

По итогам практики студенты сдают отчет о практике.

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.

Итоговый контроль осуществляется на конференции, где анализируются отчеты студентов и обсуждаются вопросы: разнообразие типов и видов учреждений и организаций, работающих в сфере рекламы и связей с общественностью; функциональные обязанности специалистов. На конференции студенты рассказывают о своих впечатлениях, полученных в ходе практики.

8. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ 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 индивидуального плана практики	ПК-1	Кейс-задача
2.	Индивидуальная беседа преподавателя со студентом	ПК-16, ПК-5	Доклад, сообщение
3.	Анализ результатов выполнения конкретных заданий	ПК-17	Кейс-задача
4.	Подготовка отчета по практике	ОК-12	Текст отчета
5.	Подготовка отчета для итоговой конференции	ОК-13	Доклад, сообщение

8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы

8.2.1. Дифференцированный зачет или зачет

а) типовые задания

Для получения дифференцированного зачета после прохождения практики, студент должен:

- описать структуру подразделений предприятия/организации, в которой проходит практика и режим его работы (служебные телефоны, должности, приемные часы);

– охарактеризовать специализацию сотрудников творческого коллектива;

– описать приоритеты формы работы данного предприятия с PR-службами (пресс-релиз, пресс-кит, телефонный диалог, «ангажированные» журналисты, личные контакты пресс-службы с отдельными компаниями, пресс-конференция и презентация).

– подготовить самостоятельно печатный или видеоматериал и описать весь технологический процесс его создания (от сбора информации до выхода в свет)

б) критерии оценивания компетенций (результатов)

В соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки знаний студентов, формирование рейтинга студента по практике осуществляется в ходе текущего и итогового контроля. По каждому из видов контроля прохождения практики студентом может быть оценено максимум в 100 баллов.

Текущий контроль прохождения практики осуществляется одновременно руководителем практики от факультета, научным руководителем практики от кафедры и руководителем практики от организации.

В ходе текущего контроля студенту начисляются баллы за деятельность в ходе практики, то есть оценивается процесс прохождения практики.

Составляющие текущего контроля балльно-рейтинговой оценки студента по учебно-ознакомительной практике

Мероприятия текущего контроля	Максимальное значение	Баллы начисляются
1. Присутствие на организационном собрании.	5	Руководителем от факультета
2. Своевременный выбор места практики.	10	Руководителем от факультета
3. Планирование видов работ для практики.	10	Руководителем от кафедры
4. Индивидуальные консультации с руководителем практики от кафедры.	10	Руководителем от кафедры
5. Соответствие выполненной работы плану практики.	10	Руководителем от кафедры
6. Решение кейс-задачи	10	Руководителем от организации
7. Подготовка доклада	10	Руководителем от организации
8. Подготовка отчетного сообщения на конференцию	10	Руководителем от организации
9. Соблюдение трудовой дисциплины.	5	Руководителем от организации
10. Своевременная сдача отчета по практике.	20	Руководителем от факультета
Итого:	100	

Итоговый контроль осуществляется руководителем практики от кафедры на основании представленного студентом отчета по практике и приложений к нему. Итоговый контроль направлен на оценку результатов прохождения практики.

Составляющие итогового контроля балльно-рейтинговой оценки студента по учебно-ознакомительной практике

Мероприятия итогового контроля	Максимальное значение
1. Своевременная сдача отчета по практике.	20
2. Решение Кейс-задачи	10

в) *Таблица №10 (продолжение)*

Мероприятия итогового контроля	Максимальное значение
4. Доклад	20
5. Отчетное сообщение на конференцию	10
6. Возможность использования материалов практики при написании курсовой/дипломной работы.	10
7. Подготовка замечаний и предложений по поводу практики.	10
8. Оформление отчета по практике и приложений.	10
Итого:	100

При формировании рейтинга студента по практике коэффициент значимости текущего контроля 0,6 и коэффициент значимости итогового контроля 0,4.

Так, если студент в ходе текущего контроля набрал 85 баллов, а в ходе итогового контроля 95 баллов, то его рейтинг по практике будет рассчитываться следующим образом: $0,6*85+0,4*95=89$.

В) описание шкалы оценивания

Перевод рейтинговых баллов в пятибалльную систему оценки знаний студента

Баллы рейтинга студента	Соответствующая оценка
80-100	отлично
60-79	хорошо
40-59	удовлетворительно
39 и менее	неудовлетворительно

8.2.2. Наименование оценочного средства* (в соответствии с таблицей 8.1)

а) Темы докладов.

1. Управление стратегическими коммуникациями предприятия, организации
2. Развитие организаторского опыта в сфере связей с общественностью
3. Рекламная кампания предприятия, организации – оценка эффективности
4. Event- проекты в социальных организациях – оценка эффективности.
5. Разработка фирменного стиля социальной организации
6. ИМК-кампании, рекламные кампании в Интернет, промо-акции в деятельности социальной организации
7. Формы и методы рекламной политики социальной организации
8. SWOT-анализ деятельности социальной организации
9. Документальное сопровождение рекламной деятельности предприятия/организации
10. Анализ стратегических инструментов предприятия / организации

б) критерии оценивания компетенций (результатов)

Отлично – студент демонстрирует глубокие знания и умения.

Хорошо - студент демонстрирует достаточные знания и умения в соответствии с требованиями к уровню освоения содержания практики, однако студент не смог продемонстрировать способность к интеграции теоретических знаний и практики.

Удовлетворительно - студент демонстрирует неглубокие знания и умения, не может обосновать закономерности и принципы практической работы, объяснить существенные факты.

Неудовлетворительно – студент недостаточно владеет знаниями и умениями в соответствии с требованиями к уровню освоения содержания практики, допускал дисциплинарные нарушения.

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

КЕЙС-ЗАДАЧА
по учебно-ознакомительной практике

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. Охарактеризовать коммуникационную политику предприятия в сферах маркетинга, PR и рекламы.
2. Проанализировать коммуникационный план работы подразделения, дополнительно разработать такие его элементы, как миссия, видение, корпоративная философия, SWOT-анализ).
3. Разработать медиа-карту, медиа-план на основе подробного плана работы подразделения.
4. Определить роль подразделения в реализации стратегии организации, охарактеризовать согласованность деятельности подразделения с другими.
5. Подготовить 2-3 текста, выполненных в разных жанрах PR (на выбор): пресс-релиз, бэкграундер, резюме, факт-лист, поздравление, заметка в корпоративный журнал, газету или для корпоративного сайта.
6. Разработать план беседы с заказчиком, подготовить примерный рекламный бриф.
7. Написать сценарий рекламного ролика, промофильма для организации.

Критерии и шкала оценивания.

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

Отметка «зачтено» ставится, если:

- ответ студента структурирован, содержит анализ существующих теорий, научных школ, направлений и их авторов;
- логично и доказательно раскрывает проблему;
- 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:

- обнаружено незнание или непонимание студентом сущности вопроса;
- содержание вопроса 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

В соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки знаний студентов, формирование рейтинга студента по практике осуществляется в ходе текущего и итогового контроля. По каждому из видов контроля прохождения практики студентом может быть оценено максимум в 100 баллов.

Текущий контроль прохождения практики осуществляется одновременно руководителем практики от факультета, руководителем практики от кафедры и руководителем практики от организации.

В ходе текущего контроля студенту начисляются баллы за деятельность в ходе практики, то есть оценивается процесс прохождения практики.

Составляющие текущего контроля балльно-рейтинговой оценки студента по учебной/производственной практике

Мероприятия текущего контроля	Максимальное значение	Баллы начисляются
1. Присутствие на организационном собрании.	5	Руководителем от факультета
2. Своевременный выбор места практики.	10	Руководителем от факультета
3. Планирование видов работ для практики.	10	Руководителем от кафедры
4. Индивидуальные консультации с руководителем практики от кафедры.	10	Руководителем от кафедры
5. Соответствие выполненной работы плану практики.	10	Руководителем от кафедры
6. Решение кейс-задачи	10	Руководителем от организации
7. Подготовка доклада	10	Руководителем от организации
8. Подготовка отчетного	10	Руководителем от

сообщения на конференцию		организации
9. Соблюдение трудовой дисциплины.	5	Руководителем от организации
10. Своевременная сдача отчета по практике.	20	Руководителем от факультета
Итого:	100	

Итоговый контроль осуществляется руководителем практики от кафедры на основании представленного студентом отчета по практике и приложений к нему. Итоговый контроль направлен на оценку результатов прохождения практики.

Составляющие итогового контроля балльно-рейтинговой оценки студента по учебно-ознакомительной практике

Мероприятия итогового контроля	Максимальное значение
1. Своевременная сдача отчета по практике.	20
2. Решение Кейс-задачи	10

з) *Таблица №10 (продолжение)*

Мероприятия итогового контроля	Максимальное значение
4. Доклад	20
5. Отчетное сообщение на конференцию	10
6. Возможность использования материалов практики при написании курсовой/дипломной работы.	10
7. Подготовка замечаний и предложений по поводу практики.	10
8. Оформление отчета по практике и приложений.	10
Итого:	100

При формировании рейтинга студента по практике коэффициент значимости текущего контроля 0,6 и коэффициент значимости итогового контроля 0,4.

Так, если студент в ходе текущего контроля набрал 85 баллов, а в ходе итогового контроля 95 баллов, то его рейтинг по практике будет рассчитываться следующим образом: $0,6*85+0,4*95=89$.

В) описание шкалы оценивания

Перевод рейтинговых баллов в пятибалльную систему оценки знаний студента

Баллы рейтинга студента	Соответствующая оценка
80-100	отлично
60-79	хорошо
40-59	удовлетворительно
39 и менее	неудовлетворительно

8.4. Отзыв руководителя практики от организации, предприятия об уровне сформированности компетенций (приложение 1)

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

Папкина, Ольга Викторовна. Связи с общественностью [Текст] : учеб. пособие / О. В. Папкина, 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, публич 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 публик 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 Российская научная библиотека

www.inion.ru Институт научной информации по общественным наукам

www.nbmgu.ru Научная библиотека МГУ им. М. Ломоносова

www.lib.kemsu.ru Библиотека Кемеровского государственного университета

<http://www.lib.msu.su> Научная библиотека МГУ

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

www.sostav.ru Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR

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 УЧЕБНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ 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 учебно-ознакомительной 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»

Федеральная служба исполнения наказаний Главное управление по кемеровской области

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

Рекламное агентство «Пирамида»

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.

12.3 Образовательные, научно-исследовательские и научно-производственные технологии, используемые на практике

Методики маркетинговых и социологических исследований, технологии бренд-менеджмента. Порядок разработки и представления коммуникативных платформ и предложений. Медиа-листинг и медиапланирование. Использование стратегий и тактик коммуникативного воздействия. Способы измерения и оценки эффективности проектов.

Проект титула к отчету

Кемеровский государственный университет
Социально-психологический факультет

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

Аналитический отчет

а) типичные элементы

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, оразив 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).

в) оценивание

• 4 балла - в отчете представлена характеристика учреждения, проведен анализ состояния системы на разных уровнях, представлено описание нормативно-правовых материалов, представлены результаты исследования затруднений, ограничений и проблем в деятельности сотрудника, учреждения. Отчет базируется на результатах анализа реальных потребностей учреждения. Выявленные проблемы представлены в виде иерархии задач и возможных способов их решения. Аналитический отчет отличается содержательная полнота, теоретическая (научная) обоснованность. В отчете учитываются позитивные и негативные последствия использования различных технологий. В отчете обоснован выбор технологий (образовательных, управленческих, информационных), методов, способов, приемов реализации задач деятельности учреждения. Структура отчета соответствует требованиям, предъявляемым к работам данного жанра

(оформление работы соответствует нормативным требованиям (выдержаны стандарты оформления печатного текста, список литературы составлен в соответствии с библиографическими нормами и др.).

- **3 балла** - в отчете представлена характеристика учреждения, представлено описание нормативно-правовых материалов. Отчет базируется на результатах анализа реальных потребностей учреждения. Выявленные проблемы представлены в виде иерархии задач и возможных способов их решения. В отчете учитываются позитивные и негативные последствия использования различных технологий. В отчете обоснован выбор технологий (образовательных, управленческих, информационных), методов, способов, приемов реализации задач деятельности учреждения. Структура отчета соответствует требованиям, предъявляемым к работам данного жанра (оформление работы соответствует нормативным требованиям (выдержаны стандарты оформления печатного текста, список литературы составлен в соответствии с библиографическими нормами и др.).

- **2 балла** - в отчете представлена характеристика учреждения, представлено описание нормативно-правовых материалов. Отчет базируется на результатах анализа реальных потребностей учреждения. В отчете обоснован выбор технологий (образовательных, управленческих, информационных), методов, способов, приемов реализации задач деятельности учреждения. Структура отчета соответствует требованиям, предъявляемым к работам данного жанра (оформление работы соответствует нормативным требованиям (выдержаны стандарты оформления печатного текста).

- **1 балл** - в отчете представлена характеристика учреждения. Отчет базируется на результатах анализа реальных потребностей учреждения. В отчете обоснован выбор технологий, способов, приемов реализации задач деятельности учреждения. Структура отчета соответствует требованиям, предъявляемым к работам данного жанра.

Составитель (и) программы к. филол.н., доцент каф СР и МСС
Яницкий Л.С.
