

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Чувашский государственный педагогический университет
им. И. Я. Яковлева»



ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности

Направление подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки
Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления

Квалификация (степень) выпускника
Бакалавр

Форма обучения
очная

Чебоксары 2017

Содержание

1 Цели практики.....	3
2 Задачи практики.....	3
3 Место практики в структуре ОПОП ВО	3
4 Вид, тип, способ и форма проведения практики	4
5 Место и время проведения практики.....	4
6 Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения практики	4
7 Структура и содержание практики	4
8 Формы отчетности по практике	6
9 Фонды оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике.....	7
10 Учебно-методическое и информационное обеспечение практики.....	12
11 Информационные технологии, используемые на практике	13
12 Материально-техническая база практики	13

1 Цели практики

Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности является составной частью учебного процесса подготовки бакалавров по рекламе и связям с общественностью. Во время прохождения практики происходит закрепление и конкретизация результатов теоретического обучения, приобретение студентами умений и навыков практической работы по присваиваемой квалификации и избранному направлению подготовки.

Целями практики являются закрепление знаний и умений, приобретенных студентами в результате освоения теоретических курсов в области рекламы и PR, получение первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности.

2 Задачи практики

Задачами практики по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности, являются:

- закрепление теоретических знаний в области рекламы и PR;
- получение первичных практических навыков осуществления профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью;
- овладение навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, навыками литературного редактирования, копирайтинга;
- изучение процесса планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий;
- изучение процесса подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции организации;
- овладение навыками теоретического анализа научной и методической литературы, сбора и обработки эмпирического материала; применения различных методов и методик на практике; оформления, представления в устной и письменной форме результатов выполненной работы.

3 Место практики в структуре ОПОП ВО

Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности входит в Блок 2 Практики ОПОП ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности базируется на таких дисциплинах как:

1. Теория и практика массовой информации.
2. Теория и практика рекламы.
3. Основы связей с общественностью.

Освоение программы практики по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности необходимо для успешного освоения следующих дисциплин по данному направлению подготовки:

1. Разработка и технология производства рекламного продукта.
2. Стилистика и литературное редактирование.
3. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью.

4 Вид, тип, способ и форма проведения практики

Вид практики – учебная практика.

Тип практики – практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности.

Способ проведения практики – стационарная, выездная.

Форма проведения практики – дискретно.

5 Место и время проведения практики

Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности проводится на 3-м курсе, 5-м семестре в течение 4-х недель.

Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности проводится в организациях, обладающих необходимой материальной базой, кадровым и научно-техническим потенциалом, с которыми заключены договоры о сотрудничестве.

Объектами практики могут быть федеральные органы государственной власти, органы государственной власти субъектов Российской Федерации, органы местного самоуправления; негосударственные, общественные и коммерческие организации, средства массовой информации; научные организации и организации, осуществляющие образовательную деятельность; производственные и сервисные предприятия.

6 Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения практики

В результате прохождения практики по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности обучающийся должен приобрести следующие практические навыки, умения, общепрофессиональные и профессиональные компетенции:

общепрофессиональные компетенции:

– способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связях с общественностью в различных структурах (ОПК-1);

– обладать базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);

– умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);

– способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6);

профессиональные компетенции, соответствующие рекламно-информационной деятельности:

– способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8).

7 Структура и содержание практики

Общая трудоемкость практики составляет 6 зачетных единиц, 216 часов.

7.1 Структура практики

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды учебной работы, на практике включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость, (часы)	Формы текущего контроля
1	Подготовительный этап	<ul style="list-style-type: none">– общее ознакомление с объектом практики;– участие в установочной конференции;– составление индивидуального плана прохождения практики и его согласование с руководителем практики от организации;– прохождение инструктажа по технике безопасности (12 часов)	Подпись в журнале по технике безопасности. Индивидуальный план прохождения практики
2	Производственный этап	<ul style="list-style-type: none">– изучение деятельности организации, ее рыночного положения (изучение деятельности организации, описание истории ее создания, определение основных видов деятельности, организационной структуры управления организации, имеющейся материально-технической базы; определение масштабов деятельности организации, описание товаров/услуг; определение сегмента рынка, для которого предназначен товар/услуга; описание отличительных свойств товара/услуги; анализ рынка, на котором функционирует организация с точки зрения конкурентного окружения; SWOT-анализ организации);– анализ направлений PR-деятельности в организации (ознакомление со структурой отдела рекламы/связей с общественностью, его функциями и задачами; изучение содержания работы специалиста по рекламе/связям с общественностью; анализ наиболее успешных коммуникационных кампаний и мероприятий организации; ознакомление с документооборотом PR-деятельности, проведение мониторинга эффективности коммуникационной политики организации);– разработка проектных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью (анализ последних публикаций о работе организации в средствах массовой информации; создание текста страницы официального сайта «О компании»; разработка PR-мероприятия, способствующего формированию позитивного общественного мнения о данной организации). (174 часов)	Контроль за выполнением заданий. Проверка дневника практики
3	Заключительный этап	<ul style="list-style-type: none">– подготовка и оформление отчета по практике;– защита отчета по практике на итоговой конференции (30 часов)	Защита отчета о практике

7.2 Содержание практики

Подготовительный этап

Общее ознакомление с объектом практики. Участие в установочной конференции. Составление индивидуального плана прохождения практики и его согласование с

руководителем практики от организации. Прохождение инструктажа по технике безопасности.

Производственный этап

1. Изучение деятельности организации, ее рыночного положения:

– изучение деятельности организации, описание истории ее создания, определение основных видов деятельности, организационной структуры управления организации, имеющейся материально-технической базы;

– определение масштабов деятельности организации, описание товаров/услуг; определение сегмента рынка (целевой аудитории), для которого предназначен товар/услуга; описание отличительных свойств товара/услуги;

– анализ рынка, на котором функционирует организация с точки зрения конкурентного окружения; SWOT-анализ организации (определение сильных и слабых сторон, угроз и возможностей).

2. Анализ направлений PR-деятельности в организации:

– ознакомление со структурой отдела рекламы/связей с общественностью, его функциями и задачами; изучение содержания работы специалиста по рекламе/связям с общественностью;

– анализ наиболее успешных коммуникационных кампаний и мероприятий организации;

– ознакомление с документооборотом PR-деятельности (договоры на изготовление и размещение PR-материалов, акты сдачи-приемки выполненных работ, эфирные справки), проведение мониторинга эффективности коммуникационной политики организации.

3. Разработка проектных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью:

– анализ последних публикаций о работе организации в средствах массовой информации (общий объем публикаций об организации в целом и об отдельных подразделениях, динамическая структура объема публикаций об организации за определенный период (неделя/месяц); соотношение позитивных/негативных/нейтральных статей, сравнительная интенсивность публикаций на фоне конкурентов);

– создание текста страницы официального сайта «О компании» (ознакомившись с деятельностью фирмы, ее историей, сотрудниками, отделами, структурными подразделениями, напишите свой вариант текста на страницу официального сайта «О компании»);

– разработка PR-мероприятия, способствующего формированию позитивного общественного мнения о данной организации, продвижению ее товаров/услуг (сформулируйте цели, задачи планируемого мероприятия, время и место проведения, определите целевую аудиторию, предложите сценарий и реквизит).

Заключительный этап

Подготовка отчета. Сдача отчета на кафедру. Выступление на итоговой конференции.

8 Формы отчетности по практике

Комплект отчетной документации по итогам прохождения практики обучающегося включает:

– письменный отчет;

– индивидуальный план прохождения практики;

– дневник практики;

– путевку студента-практиканта с характеристикой на практиканта (если практика проводилась в профильной организации) или характеристику на практиканта (если практика проводилась в структурных подразделениях Университета).

По результатам практики студент составляет письменный отчет объемом не менее 20 страниц. Отчет должен содержать конкретные сведения о работе, проведенной в период практики, и отражать результат выполнения заданий, предусмотренных программой практики.

Типовая структура письменного отчета по практике включает:

1. Введение, в котором должны быть отражены: цель, задачи, место и продолжительность практики; перечень работ, выполненных в процессе практики.

2. Основная часть, раскрывающая:

2.1. Характеристика деятельности организации, ее рыночного положения:

- история создания и виды деятельности организации;
- характеристика товара/услуг организации;
- конкурентный анализ рынка, SWOT-анализ организации

2.2. Анализ направлений PR-деятельности в организации:

- структура отдела рекламы/связей с общественностью, его функции и задачи;
- анализ коммуникационных кампаний и мероприятий организации;
- система документооборота PR-деятельности организации.

2.3. Разработка проектных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью:

- анализ публикаций об организации в средствах массовой информации;
- создание текста страницы официального сайта «Об организации»;
- разработка PR-мероприятия, способствующего формированию позитивного общественного мнения об организации;

3. Заключение, которое должно содержать: описание знаний, умений, навыков (компетенций), приобретенных практикантом в период практики; предложения и рекомендации обучающихся по повышению эффективности PR-деятельности организации.

В качестве приложений к отчету могут быть копии различных видов документов, собранных и обработанных студентом во время практики.

В процессе защиты отчета по практике обучающийся должен кратко изложить основные результаты проделанной работы, выводы и рекомендации.

Требования по формам и порядку отчетности по практике изложены в Положении о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования – программы бакалавриата, специалитета, магистратуры ЧГПУ им. И.Я. Яковлева. Требования по оформлению отчета по практике изложены в Положении об общих требованиях к построению, изложению и оформлению документов учебной деятельности обучающихся ЧГПУ им. И.Я. Яковлева.

Форма промежуточной аттестации по итогам практики – дифференцированный зачет.

9 Фонды оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике

9.1 Паспорт фонда оценочных средств по практике

№ п/п	Наименование раздела (этапа) практики	Код компетенций	Форма контроля	План-график проведения контрольно-оценочных мероприятий
1	Подготовительный этап	ОПК-1, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-6, ПК-8	Прохождение инструктажа по технике	До начала практики

			безопасности	
2	Производственный этап	ОПК-1, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-6, ПК-8	Выполнение производственных заданий	В течение практики
3	Заключительный этап	ОПК-1, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-6, ПК-8	Подготовка и защита отчета по практике	После окончания практики

9.2 Оценочные средства по практике

Оценочные средства для проведения итогового контроля обучающихся по практике включает в себя:

- перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения программы практики;
- описание показателей и критериев оценивания компетенций;
- контрольно-измерительные материалы в виде типовых заданий или иных материалов, необходимых для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения программы практики;
- методику оценивания результатов практики.

Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения программы практики

Наименование компетенций	Измеряемые образовательные результаты (дескрипторы)	Этапы формирования	Задание практики	Отчетные материалы
ОПК-1	Знать: профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах; уметь: осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах; владеть: навыками осуществления профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах под контролем	Подготовительный, производственный, заключительный этап	Составление индивидуального плана прохождения практики и его согласование с руководителем практики от организации. Изучение деятельности организации, ее рыночного положения. Анализ направлений PR-деятельности в организации. Разработка проектных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью. Ведение дневника практики. Подготовка отчета по практике. Подготовка доклада с презентацией и выступление на итоговой конференции.	Индивидуальный план прохождения практики, отчет по практике, дневник практики, характеристика с места прохождения практики
ОПК-3	Знать: базовые понятия создания текстов рекламы и связей с общественностью, литературного редактирования, копирайтинга; уметь: создавать тексты рекламы и связей с общественностью, осуществлять литературное редактирование, копирайтинг на практике; владеть: базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, навыками литературного редактирования, копирайтинга	Подготовительный, производственный, заключительный этап	Составление индивидуального плана прохождения практики и его согласование с руководителем практики от организации. Анализ направлений PR-деятельности в организации. Разработка проектных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью. Ведение дневника практики. Подготовка отчета по практике. Подготовка доклада с презентацией и выступление на итоговой конференции.	Индивидуальный план прохождения практики, отчет по практике, дневник практики, характеристика с места прохождения практики

ОПК-4	<p>Знать: процесс планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий;</p> <p>уметь: планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;</p> <p>владеть: навыками планирования и организации под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий</p>	<p>Подготовительный, производственный, заключительный этап</p>	<p>Составление индивидуального плана прохождения практики и его согласование с руководителем практики от организации.</p> <p>Изучение деятельности организации, ее рыночного положения.</p> <p>Анализ направлений PR-деятельности в организации.</p> <p>Разработка проектных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью.</p> <p>Ведение дневника практики.</p> <p>Подготовка отчета по практике.</p> <p>Подготовка доклада с презентацией и выступление на итоговой конференции.</p>	<p>Индивидуальный план прохождения практики, отчет по практике, дневник практики, характеристика с места прохождения практики</p>
ОПК-6	<p>Знать: информационную и библиографическую культуру, основные требования информационной безопасности для решения стандартных задач профессиональной деятельности с применением информационно-коммуникационных технологий;</p> <p>уметь: решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;</p> <p>владеть: навыками решения стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности</p>	<p>Подготовительный, производственный, заключительный этап</p>	<p>Прохождение инструктажа по технике безопасности.</p> <p>Составление индивидуального плана прохождения практики и его согласование с руководителем практики от организации.</p> <p>Изучение деятельности организации, ее рыночного положения.</p> <p>Анализ направлений PR-деятельности в организации.</p> <p>Разработка проектных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью.</p> <p>Ведение дневника практики.</p> <p>Подготовка отчета по практике.</p> <p>Подготовка доклада с презентацией и выступление на итоговой конференции.</p>	<p>Отметка о прохождении инструктажа по технике безопасности, индивидуальный план прохождения практики, отчет по практике, дневник практики, характеристика с места прохождения практики</p>
ПК-8	<p>Знать: процесс организации подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;</p> <p>уметь: организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и</p>	<p>Подготовительный, производственный, заключительный этап</p>	<p>Составление индивидуального плана прохождения практики и его согласование с руководителем практики от организации.</p> <p>Изучение деятельности организации, ее рыночного положения.</p> <p>Анализ направлений PR-деятельности в организации.</p> <p>Разработка проектных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью.</p> <p>Ведение дневника практики.</p> <p>Подготовка отчета по практике.</p> <p>Подготовка доклада с презентацией и выступление на итоговой</p>	<p>Индивидуальный план прохождения практики, отчет по практике, дневник практики, характеристика с места прохождения практики</p>

презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы; владеть: навыками организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы		конференции.	
--	--	--------------	--

Порядок оценки уровня приобретенных компетенций при прохождении практики

Руководитель практики оценивает результаты прохождения практики студентом, руководствуясь Положением о рейтинговой оценке качества знаний студентов ЧГПУ им. И.Я. Яковлева и правилом начисления баллов за практику. Рейтинг студента по практике рассчитывается путем накопления баллов и приведения их к традиционной шкале оценок.

Основные критерии оценки результатов практики:

а) готовность к прохождению практики (прохождение инструктажа по технике безопасности и др.);

б) степень выполнения программы практики (своевременное выполнение заданий практики в соответствии с индивидуальным планом прохождения практики, ориентация на решение поставленных задач);

в) полнота представленной отчетной документации по итогам практики, соответствие программе практики;

г) своевременное представление отчетной документации, качество оформления отчета;

д) характеристика, данная обучающемуся руководителем практики в организации;

е) публичная защита отчета.

Результаты практики могут быть оценены максимальным рейтинговым баллом – 100.

Правило начисления баллов за практику

Содержание работ	Правило начисления баллов	Максимальный балл по виду работ
Участие в работе установочной конференции, прохождение инструктажа по технике безопасности	5 баллов ставится, если обучающийся присутствовал на установочной конференции, прошел инструктаж по технике безопасности; 3 балла ставится, если студент отсутствовал на установочной конференции по уважительной причине, прошёл инструктаж в неустановленное время; 1 балл ставится, если студент отсутствовал по неуважительной причине, прошёл инструктаж в неустановленное время	5
Своевременное выполнение заданий практики в соответствии с индивидуальным планом прохождения практики, ориентация на решение поставленных задач	20 баллов ставится, если обучающийся своевременно, качественно выполнил весь объем работы в соответствии с индивидуальным планом прохождения практики; 15 баллов ставится, если обучающийся описывает и анализирует выполненные задания, но не всегда четко соотносит выполнение профессиональной деятельности с формированием определенной компетенции и индивидуальным планом прохождения практики; 10 баллов ставится, если обучающийся несвоевременно выполнял задания на практику, допускал ошибки в планировании и решении задач в соответствии с индивидуальным планом прохождения практики;	20

	<p>5 баллов ставится, если обучающийся проявил низкое качество выполнения заданий в соответствии с индивидуальным планом прохождения практики, направленных на формирование компетенций;</p> <p>0 баллов ставится, если описание и анализ видов профессиональной деятельности, выполненных заданий отсутствует или носит фрагментарный характер</p>	
<p>Характеристика, данная обучающемуся руководителем практики в организации</p>	<p>10 баллов ставится, если обучающийся показал глубокую теоретическую, методическую, профессионально-прикладную подготовку; умело применил полученные знания во время прохождения практики; ответственно и с интересом относился к своей работе</p> <p>5 баллов ставится, если обучающийся показал недостаточную теоретическую, методическую, профессионально-прикладную подготовку, в процессе работы не проявил достаточной самостоятельности, инициативы и заинтересованности;</p> <p>0 баллов ставится, если обучающийся не проявил знаний теории и умения применять ее на практике, в процессе работы не проявил заинтересованности в будущей профессиональной деятельности</p>	10
<p>Полнота представленной отчетной документации по итогам практики, соответствие программе практики</p>	<p>25 баллов ставится, если обучающийся представил отчет в полном объеме в соответствии с программой практики;</p> <p>20 баллов ставится, если обучающийся представил отчет с некоторыми отклонениями от качественных параметров;</p> <p>15 баллов ставится, если обучающийся выполнил программу практики, однако часть заданий вызвала затруднения;</p> <p>5 баллов ставится, если отчет носит описательный характер, без элементов анализа;</p> <p>0 баллов ставится, если обучающийся не выполнил программу практики</p>	25
<p>Своевременное представление отчетной документации, качество оформления отчета</p>	<p>20 баллов ставится, если отчет оформлен в соответствии с требованиями по оформлению, материал изложен грамотно, доказательно, используется профессиональная терминология при оформлении отчетной документации по практике; отчет представлен в установленные сроки;</p> <p>15 баллов ставится, если отчет оформлен в соответствии с требованиями по оформлению, но при изложении материала обнаружены ошибки в использовании профессиональной терминологии, встречаются стилистические и грамматические ошибки; отчет представлен в установленные сроки;</p> <p>10 баллов ставится, если обнаружен низкий уровень оформления документации по практике; низкий уровень владения методической терминологией; отчет представлен с нарушением установленных сроков;</p> <p>5 баллов ставится, если документы по практике оформлены не в соответствии с требованиями, отчет представлен с нарушением установленных сроков</p>	20
<p>Публичная защита отчета</p>	<p>20 баллов ставится, если обучающийся представил основные результаты проделанной работы, выводы и рекомендации ; демонстрирует достаточно полные знания всех профессионально-прикладных и методических вопросов в объеме программы практики;</p> <p>15 баллов ставится, если обучающийся представил основные результаты проделанной работы, выводы и рекомендации; четко и полно излагает материал, но не всегда последовательно.</p> <p>10 баллов ставится, если обучающийся представил результаты проделанной работы непоследовательно, проявил низкий уровень владения профессиональным стилем речи в изложении материала;</p> <p>5 баллов ставится, если обучающийся не умеет доказательно представить материал, не способен самостоятельно продемонстрировать наличие знаний при решении заданий в соответствии с программой практики</p>	20

Правило определения итоговой оценки

Количество накопленных баллов	Оценка по 4-бальной шкале	Оценка по шкале наименований
90-100	5 (отлично)	Зачтено
76-89	4 (хорошо)	
60-75	3 (удовлетворительно)	
Менее 60	2 (неудовлетворительно)	Не зачтено

10 Учебно-методическое и информационное обеспечение практики

а) основная литература:

1. Шишова, Н. В. Теория и практика рекламы : учеб. пособие / Н. В. Шишова, А. С. Подопригора, Т. В. Акулич. – Москва : ИНФРА-М, 2015. – 298 с. : ил.

2. Китчен, Ф. Паблик рилейшнз. Принципы и практика [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ф. Китчен. – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 455 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru>.

3. Сайкин, Е. А. Организация и проведение кампаний в связях с общественностью [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е. А. Сайкин, З. Н. Сергеева. – Новосибирск : Новосиб. гос. техн. унт, 2014. – 84 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru>.

б) дополнительная литература:

1. Абрамов, Р. Н. Связи с общественностью : учеб. пособие для вузов / Р. Н. Абрамов, Э. В. Кондратьев. – Москва : КноРус, 2012. – 263 с.

2. Булатова, С. Н. Теория и практика связей с общественностью [Электронный ресурс] : учебное пособие / С. Н. Булатова. – Кемерово : Кемеров. гос. ун-т культуры и искусств, 2012. – 80 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/>.

3. Васильев, Г. А. Технологии производства рекламной продукции : учеб. пособие для вузов по направлению Торг. дело / Г. А. Васильев, В. А. Поляков, А. А. Романов. – Москва : Вуз. учеб. : ИНФРА-М, 2016. – 271 с.

4. Ворошилов, В. В. Современная пресс-служба : учеб. для вузов по спец. "Гос. и муницип. упр." / В. В. Ворошилов. – Москва : КноРус, 2016. – 222 с.

5. Ткаченко, О. Н. Дизайн и рекламные технологии : учеб. пособие / О. Н. Ткаченко ; под ред. Л. М. Дмитриевой. – Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2016. – 175 с. : и.

6. Шарков, Ф. И. Паблик рилейшнз [Электронный ресурс] : учебник / Ф. И. Шарков. – 6-е изд. – Москва : Дашков и К, 2013. – 330 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/>.

7. Шпаковский, В. О. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством ВТЛ-коммуникаций : учеб. пособие / В. О. Шпаковский, Н. М. Чугунова. – 3-е изд. – Москва : Дашков и К, 2015. – 126 с.

в) Интернет-ресурсы:

<http://www.raso.ru> – официальный сайт Российской ассоциации по связям с общественностью

<http://www.wciom.ru> – Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ)

<http://www.press-service.ru> – Всероссийский специализированный журнал «Пресс-служба»

<http://www.garant.ru> – информационно-правовой портал «Гарант»

<http://biblio.chgpu.edu.ru> – научная электронная библиотека ЧГПУ им. И.Я. Яковлева

<http://www.iprbookshop.ru> – электронно-библиотечная система Ай Пи Эр Медиа

<https://ibooks.ru> – электронно-библиотечная система Айбукс

<http://elibrary.ru> – научная электронная библиотека

11 Информационные технологии, используемые на практике

Все студенты имеют возможность открытого доступа к вузовской электронно-библиотечной системе на платформе MARK SQL <http://biblio.chgpu.edu.ru/>, а также к электронно-библиотечным системам: Ай Пи Эр Медиа, Айбукс. Электронно-библиотечные системы (электронные библиотеки) и электронная информационно-образовательная среда вуза обеспечивают возможность доступа обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», как на территории организации так и вне ее.

Лицензионное программное обеспечение практики: ОС Microsoft Windows 7, Microsoft Office 2007, Kaspersky Endpoint Security для Windows.

12 Материально-техническая база практики

Во время практики обучающиеся должны быть обеспечены рабочими местами в соответствии с программой практики. Предприятие (организация) обязано предоставить возможность использования имеющейся литературы, технической и другой документации, а также создать необходимые условия для получения в период прохождения практики студентами знаний по вопросам в области рекламы и связей с общественностью. Во время проведения учебных и научно-производственных работ рабочие и бытовые помещения должны соответствовать действующим санитарным и противопожарным нормам, а также требованиям техники безопасности.

Учебные аудитории вуза для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации по практике оснащены аудиторной доской, учебной мебелью, проектором, экраном, ноутбуком, колонками.

Учебные аудитории для самостоятельных занятий оснащены компьютерной мебелью, компьютерами по числу обучающихся, объединенными локальной сетью («компьютерный» класс), с возможностью подключения к сети Интернет и доступом к электронной информационно-образовательной среде ЧГПУ им. И.Я. Яковлева.

**ЛИСТ
согласования программы практики**

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления

Практика: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности

Форма обучения: очная

Программа одобрена на заседании совета факультета истории, управления и права от «__» _____ 20__ г., протокол № _____.

Автор:

доцент кафедры

коммуникационных технологий и менеджмента

«__» _____ 201__ г.

_____ / Е.А. Ильина /

Рецензенты:

доцент кафедры

коммуникационных технологий и менеджмента

«__» _____ 201__ г.

_____ / С.Е. Степанова /

советник по связям с общественностью

ОАО «Газпром межрегионгаз Чебоксары»

«__» _____ 201__ г.

_____ / Е.В. Мартынова /

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой

коммуникационных технологий и менеджмента

«__» _____ 201__ г.

_____ / Е.А. Ильина /

И.о. декана факультета истории, управления и права

«__» _____ 201__ г.

_____ / Е.В. Петрова /

Директор научной библиотеки

«__» _____ 201__ г.

_____ / Н.И. Кузьмина /

Начальник ООП УМУ

«__» _____ 201__ г.

_____ / Н.Ю. Никитина /