



Основная профессиональная образовательная программа  
Направление 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(Реклама и связи с общественностью)

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

**ИВАНОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

Филологический факультет

Кафедра журналистики, рекламы и связей с общественностью

ОДОБРЕНО:

Руководитель ОП

(подпись)

Т.А. Майорова

« 13 » июня 20 18 г.

**Рабочая программа практики**

**Рекламно-информационная (информационные технологии в рекламе и СО)**

Уровень высшего образования:

бакалавриат

Квалификация выпускника:

бакалавр

Направление подготовки:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль)  
образовательной программы:

Реклама и связи с общественностью



**1. Цель практики:** получение профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности в области использования информационных технологий в рекламе и СО.

**2. Вид, тип, способы и основные базы проведения практики**

Вид практики – учебная.

Тип практики – рекламно-информационная.

Способ проведения практики – стационарная. База практики – ИвГУ.

**3. Место практики в структуре ОП**

Данная практика направлена на совершенствование технологической и креативной составляющих образования и охватывает деятельность от создания рекламного и (или) СО-продукта до его размещения в системе СМИ с применением современных компьютерных технологий.

Освоение практики на «входном» уровне предполагает наличие у студентов комплексных знаний о специфике рекламного и СО-продукта, основах креативных и медийных технологий, законах медиабизнеса.

Практика поддерживается всеми дисциплинами, формирующими и развивающими ранее общепрофессиональные и профессиональные компетентности студентов. Особое значение имеют такие дисциплины, как «Основы интегрированных коммуникаций», а также все предыдущие практики.

Для прохождения практики обучающийся должен:

Знать: основы информационно-коммуникационных технологий.

Уметь: применять полученные знания для реализации проектной деятельности по созданию рекламного или СО-медиапродукта.

Владеть: навыками критического анализа медиапродуктов, направленных на продвижение различных объектов и субъектов коммерческого и социального характера, а также навыками креативного характера по продуцированию собственных идей и их обоснованию с точки зрения использованных ИКТ-технологий.

**4. Планируемые результаты обучения при прохождении практики**

**4.1. Компетенции, формированию которых способствует практика**

При прохождении практики формируются следующие компетенции в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению подготовки:

а) общекультурные (ОК):

ОК-7 Способность к самоорганизации и самообразованию

б) общепрофессиональные (ОПК):

ОПК-6 Способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с

применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности

в) профессиональные (ПК):

ПК-5 Способность реализовывать проекты и владением методами их реализации

ПК-8 Способность организовать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы

**4.2. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с формируемыми компетенциями**

В результате прохождения практики обучающийся должен:

Знать:

- Психолого-педагогические основы самообразования и самоорганизации.



- Цели и задачи самоорганизации личности.
- Базовые категории и направления самообразования (ОК-7).
  - сущность и значение информации;
  - основные концепции информационного общества и тенденции его развития;
- библиографическая культура;
- информационно-коммуникационные технологии;
- основные опасности и угрозы для развития информационного общества;
- основы информационной безопасности (ОПК-6).
- Принципы разработки и организации проектов в гуманитарной и бизнес –сфере (фирме, организации); принципы работы в малых коллективах, специфику деятельности адресата проекта; специфику работы с целевой аудиторией. Основные технологии работы с информационными носителями при разработке проектов (ПК-5).
- Аспекты взаимодействия представителей внешней и внутренней среды организации на современном рынке. Основные этапы и принципы производства рекламной продукции для различных носителей; виды, средства, формы и методы коммуникаций в рыночной среде; правовые и этические основы рекламы и СО; принципы организации работы отделов интегрированных коммуникаций; основы правового саморегулирования рекламно-коммуникационной деятельности; основы семиотического подхода к разработке и производству рекламного продукта разных типов; основы копирайтинга; основы графического дизайна; основы полиграфии; основы написания рекламного сценария; основы режиссуры рекламного ролика; основы рекламно-выставочной деятельности; основы арт-менеджмента и арт-маркетинга (ПК-8).

Уметь:

- Моделировать стандартные проблемные ситуации, связанные с самоорганизацией, находить пути оптимального решения.
- Планировать направление собственной деятельности в области самообразования.
  - Оценивать результаты действий, направленных на самообразование (ОК-7).
  - ориентироваться в многообразии информации и выделять информацию необходимую для профессиональной деятельности;
  - определять опасности и угрозы для получения, распространения и сохранения информации и развития информационного общества;
  - ориентироваться в системе информационной безопасности (ОПК-6).
- Генерировать и развивать идеи; привлекать людей для участия в проекте; сотрудничать с коллегами при разработке проекта, устанавливать контакты с различными социальными группами; использовать базовые знания в области рекламы и СО для достижения цели проекта; адаптировать научные знания для прагматических целей; выбирать адекватную стратегию общения с ЦА (ПК-5).
- Формировать требования и оценивать качества выполнения работ по разработке и производства рекламной продукции; выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ; создавать эффективный рекламный продукт разного типа; воздействовать через рекламный продукт на сознание и подсознание целевой аудитории; организовывать и осуществлять на высоком уровне рекламные кампании и кампании по СО; работать в графических редакторах; создавать рекламный макет на заданную тему с использованием программ графических редакторов, цифровой фотосъёмки; написать сценарий и сделать раскадровку видеоролика; создать слоган в соответствии с требованиями рекламы; написать рекламный текст для продвижения творческой продукции на арт-рынок; размещать рекламный текст на разных поверхностях (ПК-8).

Владеть:

- Навыками самостоятельной работы, обработки и анализа информации.



Основная профессиональная образовательная программа  
Направление 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

- Приёмами самоконтроля, самооценки и самовоспитания (ОК-7).
- навыками ориентации в информационных потоках, преодоления опасностей и угроз для получения, распространения и сохранения информации и создания системы информационной безопасности (ОПК-6).
- Основами ораторского искусства и искусства убеждения. Навыками организационно-управленческой работы. Технологиями организации и проведения презентаций (ПК-5).
- Профессиональной терминологией; навыками составления технического задания; навыками разработки рекламных компаний разных типов; навыками работы в различных графических и текстовых редакторах; традиционными и современными, креативными технологиями разработки рекламного продукта разных типов (ПК-8).

### 5. Объем и содержание практики

Объем практики составляет 5 зачетных единиц (180 академических часов).

Практика является распределенной в 3-4 семестре.

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Содержание практики по разделам (этапам)	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации
1	Подготовительный этап	Организационное собрание. Инструктаж по технике безопасности. Экскурсия по организации	Тест по технике безопасности
2	Основной ( <i>проектный, аналитический, экспериментальный</i> ) этап	Сбор, обработка и анализ полученной информации. Выполнение заданий, в т.ч. индивидуальных, в соответствии с рабочим планом-графиком	Собеседование по выполнению заданий, в т.ч. индивидуальных
3	Заключительный этап	Составление и оформление отчетности по практике	Зачет с оценкой

### 6. Характеристика форм отчетности и оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по практике

Для формирования отчетности по практике студентам необходимо освоить следующие разделы.

№	Темы практики	Формы отчетности
1.	Информационный потенциал общества. Информационные ресурсы. Рынок информационных продуктов и услуг	Собеседование
2.	Основы построения инструментальных средств информационных технологий.	
3.	Работа издательских систем. Особенности издательских систем. Основы создания документа. Основы цветоделения и обработки графической информации.	Выбор оптимальной формы для конкретной ситуации.
4.	Обработка экономической информации на основе табличных процессоров	Лабораторные работы.
5.	Использование систем управления базами данных (СУБД) в экономической практике.	Лабораторные работы.



Семестр	Наименование работ	
3	Профессиональная подготовка текстов офисных и экономических документов	
3	Использование текстового процессора Microsoft Word для подготовки текстовых документов. Отработка приемов копирования, перемещения и удаления текста. Форматирование текста. Знакомство с типами и характеристиками шрифтов. Работа с окнами. Разработка коммерческого предложения.	
3	Работа с таблицами в среде Microsoft Word. Отработка приемов построения, редактирования, автозаполнения таблиц. Использование приемов сортировки данных и встроенных функций. Создание ассортиментного листа в табличной форме.	
3	Отработка приемов построения графических объектов средствами текстового процессора Microsoft Word. Импортирование объектов. Построение блок-схем, включающих математические формулы и символы различных алфавитов.	
3	Основы цветоделения и обработки графической информации. Настройки программы Фотошоп для цветоделения.	
3	Подготовка графических файлов для полиграфии и Web-дизайна.	
3	Особенности издательских систем.	
3	Основы создания документа. Верстка полноцветного журнала (32 стр.)	
4	Окончание верстки журнала, изготовление и контроль PS-файлов.	
4	Обработка экономической информации на основе табличных процессоров	
4	Использование систем управления базами данных (СУБД) в экономической практике.	
4	Отчетные занятия по пройденным материалам. Зачет с оценкой	

*В начале деятельности приводятся критерии оценки за практику.*

*За практику ставится отметка*

*«ОТЛ» - если студент в срок сдал все материалы практики, полно обосновал все позиции медиаплана, уверенно отвечал на вопросы;*

*«ХОР» - если студент в срок сдал все материалы практики, недостаточно полно обосновал позиции медиаплана (например, не привел информацию о скидках, предоставляемых СМИ, и т.п., недостаточно уверенно отвечал на вопросы);*

*«УДОВЛ» - если студент в срок сдал все материалы практики, но неполно обосновал позиции медиаплана (например, некорректно использовал СМИ для реализации целей рекламной кампании, и т.п., не уверенно отвечал на вопросы);*

*«НЕУДОВЛ.» - если студент не в срок сдал все материалы практики, неполно обосновал позиции медиаплана, не мог ответить на вопросы.*

*Данные критерии обсуждаются со студентами, акцентируется внимание на таком компоненте оценивания результатов практики, как самооценивание.*

## **7. Учебно-методическое и информационное обеспечение практики**

Основная литература:

1. Левкина, А.О. Компьютерные технологии в научно-исследовательской деятельности: учебное пособие для студентов и аспирантов социально-гуманитарного профиля / А.О. Левкина. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2018. - 119 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-2826-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496112>





(12.03.2019).

Шарков, Ф.И. Теория и практика массовой информации как фундаментальное направление коммуникологии : учебное пособие / Ф.И. Шарков, В.В. Силкин ; Международная академия коммуникологии. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. - 304 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-03065-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495727>

Дополнительная литература:

Буковецкая, О.А. Видео на вашем компьютере: ТВ тюнеры, захват кадра, видеомонтаж, DVD: учебное пособие. / О.А. Буковецкая. - Москва : ДМК Пресс, 2007. - 240 с. - ISBN 5-89818-088-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=131855> (23.07.2019).

Рогожин, М.Ю. Теория и практика рекламной деятельности : учебное пособие / М.Ю. Рогожин. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2014. - 208 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-1578-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=253716>

Федосов, В.П. Цифровая обработка звуковых и вибросигналов. Справочник функций системы NI Sound and Vibration LabVIEW / В.П. Федосов. - Москва : ДМК Пресс, 2010. - 1291 с. - ISBN 978-5-94074-600-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=86515> (23.07.2019).

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

Система электронной поддержки образовательного процесса «Мой университет» <https://uni.ivanovo.ac.ru>

Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:

ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [www.biblioclub.ru](http://www.biblioclub.ru)

Электронная библиотека ИвГУ <http://lib.ivanovo.ac.ru>

Электронный каталог НБ ИвГУ <http://lib.ivanovo.ac.ru/index.php/ek>

Программное обеспечение: операционная система Microsoft Windows, пакет офисных программ Microsoft Office и(или) LibreOffice, интернет-браузер Microsoft Edge и(или) Yandex Browser.

## **8. Материально-техническое обеспечение практики**

Учебные аудитории:

- для проведения занятий семинарского типа, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации с комплектом специализированной учебной мебели и техническими средствами обучения.

Лаборатория, оснащенная лабораторным оборудованием, комплектом специализированной учебной мебели и техническими средствами обучения (я при необходимости).



Основная профессиональная образовательная программа  
Направление 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

**Автор программы практики:** к.х.н. О.И.Краченко

Программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры журналистики, рекламы и СО

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г., протокол № \_\_\_\_\_

Программа обновлена

протокол заседания кафедры № \_\_\_\_\_ от «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Согласовано:

Руководитель ОП \_\_\_\_\_ И.О. Фамилия  
(подпись)

Программа обновлена

протокол заседания кафедры № \_\_\_\_\_ от «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Согласовано:

Руководитель ОП \_\_\_\_\_ И.О. Фамилия  
(подпись)

Программа обновлена

протокол заседания кафедры № \_\_\_\_\_ от «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Согласовано:

Руководитель ОП \_\_\_\_\_ И.О. Фамилия  
(подпись)

**Примечание 1.** Приложения к программе практики оформляются отдельными документами. Приложение 1 – включается обязательно. Приложение 2 является обязательным в случае отсутствия изданных методических указаний по практике, которые при наличии должны быть включены в перечень литературы по практике.

**Приложение 1.** Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по практике.

**Приложение 2.** Методические указания для обучающихся по прохождению практики. Приложение включает все формы отчетности и требования к их составлению и оформлению, методические указания по прохождению практики в целом и выполнению обязательных заданий, другие методические материалы (при наличии).

**Примечание 2. Внимание!!!** Данный макет используется для всех видов и типов практик по программам бакалавриата, специалитета и магистратуры, в том числе и для производственной практики, научно-исследовательской работы, **кроме распределенной производственной практики, научно-исследовательской работы по программам магистратуры.** Текст, выделенный курсивом, является комментарием к заполнению макета, его следует удалить в конечной версии документа.



Основная профессиональная образовательная программа  
Направление 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(Реклама и связи с общественностью)

Программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры (наименование)  
« 28 » августа 20 17 г., протокол № 1

Программа обновлена  
протокол заседания кафедры № 11 от « 22 » мая 20 18 г.  
Согласовано:  
Руководитель ОП \_\_\_\_\_ (подпись) Т.А. Майорова

Программа обновлена  
протокол заседания кафедры № 10 от « 28 » мая 20 19 г.  
Согласовано:  
Руководитель ОП \_\_\_\_\_ (подпись) Т.А. Майорова

Программа обновлена  
протокол заседания кафедры № \_\_\_\_\_ от « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.  
Согласовано:  
Руководитель ОП \_\_\_\_\_ (подпись) Т.А. Майорова

Программа обновлена  
протокол заседания кафедры № \_\_\_\_\_ от « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.  
Согласовано:  
Руководитель ОП \_\_\_\_\_ (подпись) Т.А. Майорова