



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
Организационно-управленческая (введение в профессиональную
деятельность)**

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



Основная профессиональная образовательная программа
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

1. Цель практики

Дать первокурсникам общеориентирующее представление о специфике профессии специалиста по рекламе и связям с общественностью, модели личности РСО, системе профессионального образования, формах учебной деятельности, культуре умственного труда, методах самовоспитания и развития творческой личности.

Задачи: познакомить студентов с профессией РСО, ее историей, современным состоянием и перспективами, показать её роль в обществе, специфику в ряду других профессий, охарактеризовать достоинства и трудности, требования к рекламистам и специалистам по связям с общественностью; дать представление о структуре личности в совокупности профессионально-творческих и социально-психологических качеств, сориентировать в имеющейся литературе по самовоспитанию и развитию творческой личности; познакомить с историей и системой современного образования в России и за рубежом по специальности «Реклама и связи с общественностью».

2. Место практики в структуре ОП

Практика относится к профессиональному циклу Б.2 (базовая часть).

В системе дисциплин профессионального цикла распределенная практика «Введение в профессиональную деятельность» является начальным, знакомящим студентов с самыми общими представлениями о профессии, которые в дальнейшем развиваются так или иначе во всех профессиональных дисциплинах, особенно в курсах «История отечественного искусства», «История рекламы», дисциплинах начальной профилизации, занятиях в профессиональных творческих студиях. Знания, которые студенты получают из данного курса относительно форм самовоспитания и развития творческой личности необходимы для освоения всех дисциплин образовательной программы и видов работы в процессе дальнейшего освоения профессии в период вузовского обучения.

3. Место проведения, продолжительность и объем практики

Место проведения практики ИвГУ

Практика является распределенной в 1 семестре.

Общая трудоемкость практики составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.

4. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики.

4.1. Компетенции, формированию которых способствует данная практика

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

б) общепрофессиональные (ОПК): осуществление под контролем профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта (ОПК-1);

умение планировать и осуществлять под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4).

в) профессиональные (ПК): способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связи с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью. (ПК-1);

способностью реализовать проекты и владеет методами их реализации (ПК-5).



Основная профессиональная образовательная программа
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

4.2. Планируемые результаты обучения при прохождении практики, соотнесенные с формируемыми компетенциями.

Процесс практики направлен на формирование следующих компетенций:

Знать: истоки, сущность и специфику профессии рекламиста и специалиста по связям с общественностью, важнейшие социальные роли, особенности необходимых личностных и профессиональных качеств специалиста по рекламе и связям с общественностью;

Уметь: базироваться на этих знаниях в своей учебной и профессиональной работе;

Владеть: первичными навыками профессиональной деятельности.

5. Содержание практики

Объем практики составляет 2 зачетные единицы (72 часа), из них контактная работа с преподавателем – 36 часов, самостоятельная работа – 36 часов.

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практ. занятия	Лаборат. занятия	Самост. работа	
1	Предмет и задачи курса. Специфика профессии	1		4	2		6	Собеседование
2	Личность специалиста по рекламе и связям с общественностью	1		4	2		6	Рецензирование письменных сообщений
3	Основы профессионального мастерства	1		4	2		6	Терминологический диктант
4	Рекламные агентства и пресс-службы как профессионально-творческие объединения	1		2	6		8	Рецензирование письменных сообщений
5	Основы профессиональной этики	1		2	4		6	Собеседование, тестирование
6	Образование в сфере РСО	1		4			4	Тестирование
	ИТОГО:			20	16		36	

5. Образовательные технологии

(Характеризуются в изложении планов проведения практических занятий)

СОДЕРЖАНИЕ ЗАНЯТИЙ

Тема 1. Базовые понятия «Закона о рекламе» (2 часа)

Первоначальное освоение «Закона о рекламе» предполагает знакомство с избранными главами документа, разбор и комментирование их.

При оценке студенческой работы учитываются знание предмета обсуждения, наличие убедительных примеров и аргументов при обращении к отдельным статьям закона.



Основная профессиональная образовательная программа 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Тема 2. Личность специалиста по рекламе и связям с общественностью (4 часа).

Составляются схемы сходств и различий в профессиях РСО и ученого (политика, юриста, педагога, священника и т. д.). Однако в основе занятий – рефераты, в которых студенты характеризуют самых ярких создателей рекламной продукции, творческих индивидуальностей. В избранных СМИ докладчики находят тех, кто определяет лицо издания (канала), и, не увлекаясь биографическими данными, опираясь на конкретные медиатексты, готовят 5–10 минутный портрет, соотнося своего героя с наиболее существенными качествами специалиста по рекламе и связям с общественностью. Приветствуются личные беседы с профессионалами, воспроизведение их мнений об особенностях профессии.

Тема 3. Основы профессионального мастерства (2 часа).

Обсуждаются понятия «ремесло», «мастерство» и «творчество», определения которых отыскиваются в справочной литературе.

В основном же занятие проводится в форме мастер-класса: с основами мастерства студентов знакомит приглашенный специалист-практик. Особенно ценятся вопросы, задаваемые слушателями, их подготовленность к решению профессиональных задач и любознательность, а также навыки интервьюирования.

Тема 4. Рекламные агентства и пресс-службы как профессионально-творческие объединения (4 часа).

1. Представители одного из городских рекламных или PR-агентств знакомят студентов со структурой своей компании, распределением обязанностей, системой управления.

Финальная часть занятия организуется как пресс-конференция, в ходе которой слушатели должны проявить свою заинтересованность, компетентность.

2. Студенты получают самостоятельное задание побывать в том или ином агентстве, пресс-службе с целью выяснения того, как устроены эти структуры.

Финальная часть складывается из сообщений студентов, сделанных на основе их наблюдений.

Тема 5. Должностная инструкция специалиста по рекламе и работника пресс-службы (2 часа).

На занятии изучается типовая должностная инструкция, перечень требований работодателя к специалистам соответствующего профиля.

Тема 6. Основы профессиональной этики (4 часа).

Первое из двух занятий по данной теме представляет собой обсуждение положения специалистов по рекламе и связям с общественностью в обществе, требований к ним, предъявляемым извне и (или) внутренне выработанным.

На втором занятии разбираются конкретные ситуации, связанные с возможными нарушениями профессиональной этики. В результате, как правило, возникают дискуссии, разрешить которые помогает не только преподаватель, но и приглашенный для подведения итогов эксперт.

Цикл выполненных студентом заданий составляет начальные материалы собираемого в рамках освоения теоретико-профессионального модуля портфолио.

6. Образовательные, научно-исследовательские и научно-производственные технологии, используемые на практике

В течение семестра и непосредственно перед зачетом для всех студентов проводится ряд общих консультаций по курсу. На них высказываются методические рекомендации о том, в каких последовательности и формах следует работать, изучая дисциплину «Введение в специальность», а также даются разъяснения по наиболее сложным вопросам.

Студенты, обучающиеся на коммерческой основе, и иностранные учащиеся имеют, помимо того, возможности дополнительной подготовки. На индивидуальных занятиях, проводимых в форме собеседований (с использованием контрольных вопросов и тестов, перечень которых можно найти ниже), преподаватель способен вносить конкретные коррективы в обучение каждого и одновременно осуществлять



Основная профессиональная образовательная программа
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

контроль над усвоением основных положений курса. Тематически индивидуальные занятия сосредоточены на наиболее существенных вопросах теоретического курса: «РСО как ремесло и как творчество»; «Универсальное и специальное в профессии»; «Принципы профессиональной этики».

В зависимости от особенностей конкретной аудитории и реальных возможностей почасовой работы преподавателя круг обсуждаемых проблем может увеличиваться, либо, наоборот, сокращаться.

7. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов на практике.

Формой итогового контроля подготовки студентов является зачет.

Основной разновидностью промежуточной проверки считается межсессионная аттестация, которая проводится в середине семестра. В процессе аттестации учащиеся, которые пропускали практические занятия или недостаточно активно работали на них, отчитываются по соответствующим темам и участвуют в собеседовании по отдельным разделам дисциплины. Свои знания можно предварительно проверить по «Вопросам для самоконтроля и собеседования» и «Контрольным тестам». Подобные вопросы и тесты, а также терминологические диктанты адресуются и всем остальным студентам. Диктанты проводятся во время консультаций и также являются формой промежуточной аттестации.

ПРОВЕРКА ПРАКТИЧЕСКИХ УРОВНЕЙ КОМПЕТЕНЦИИ СТУДЕНТОВ

Форма аттестации	Проверка знаний	Проверка умений	Проверка навыков	Примеры оценочных средств
Собеседования	Контроль представлений об особенностях профессии специалиста по РСО.	Оценка умения формулировать освоенные понятия		Вопрос: Выделите доминанты профессии специалиста по РСО, объясните взаимосвязь элементов.
Сообщения	Контроль усвоения положений теории в соотношении с практикой.	Оценка способностей анализировать рекламные и PR-материалы	Оценка навыков анализа	Задание: Подготовить выступление по теме: «С чего начинается бренд»
Пресс-конференция	Контроль подготовленности студентов к интервьюированию.	Оценка умения задавать вопросы приглашенным специалистам.	Оценка навыков интервьюирования	Задание: Подготовить острый вопрос по теме: «Особенности сбора и обработки информации».
Терминологическая контрольная работа	Контроль знания основных понятий изучаемого курса.	Оценка умения работать со словарями, анализировать различные определения.	Оценка владения навыками поиска справочной литературы и работы с ней.	Задание: Найти в разных источниках не менее трех определений термина «творчество», сравнить их, прокомментировать и соотнести с конкретными проявлениями в РСО.
Дискуссия	Контроль понимания сущности этических проблем применительно к РСО.	Оценка способностей понять суть проблемы, умения оппонировать и аргументировать	Оценка навыков ведения дискуссий.	Задание: Подготовить анализ конкретных ситуаций по теме «Профессиональная этика», принять участие в групповом обсуждении проблемы.



Основная профессиональная образовательная программа
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

8. Формы отчетности и фонд оценочных средств для промежуточной аттестации (по итогам практики)

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ

1. Специалист по рекламе и связям с общественностью в структуре РСО.
2. Проторекламные явления.
3. РСО как ремесло и как творчество.
4. Реклама, связи с общественностью и журналистика.
5. Универсальное и специальное в профессии.
6. Авторская деятельность: мастерство специалиста по РСО в сборе и обработке информации.
7. Особенности рекламного и PR текста.
8. Рекламное агентство: распределение функций.
9. Структура PR-агентства.
10. Явление фриланса.
11. Профессионально-творческие объединения рекламистов и специалистов по связям с общественностью.
12. Принципы профессиональной этики.
13. История профессионального образования.
14. Концепции и практика профильного медиаобразования.

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение практики

а) основная литература:

1. Кошелев А.Н. PR-проектирование: от идеи до воплощения в реальность. М., 2009.
2. [Рогожин М.Ю.](#) Теория и практика рекламной деятельности: Учеб. пос. М., 2001.
3. [Ромат Е.](#), [Затейкин В.](#), [Мясников А.](#) Мерчандайзинг. Сборник статей по теории и практике мерчандайзинга. М., 2003.
4. [Соломатин А.](#) Библия продаж: Настольная книга «продажного» менеджера. М., 2008.
5. [Фенвик Я.](#), [Вертайм К.](#) Цифровой маркетинг: Как увеличить продажи с помощью социальных сетей, блогов, вики-ресурсов, мобильных телефонов и других современных технологий. М, 2010.
6. [Чумиков А.](#), [Бочаров М.](#), [Тишкова М.](#) PR в Интернете: Web 1.0, Web 2.0, Web 3.0. М., 2010.
7. Яненко Я. Настольная книга менеджера по рекламе. М., 2010.

б) программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

поисковые системы Rambler, Google, Yandex, газетный фонд библиотеки ИвГУ, кафедральная медиатека.

10. Материально-техническое обеспечение практики

Ресурсы библиотеки ИвГУ, библиотеки и медиатеки кафедры, компьютерный класс.

Автор(ы) рабочей программы практики: *к.ф.н., доцент Е.Е. Ломакина*
Программа рассмотрена на заседании кафедры журналистики, рекламы и СО

«_____» _____ 20__ г., протокол № _____

Программа обновлена

протокол заседания кафедры № _____ от «_____» _____ 20__ года



Основная профессиональная образовательная программа
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Согласовано:

Руководитель ОП _____ Т.А. Майорова
(подпись)



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