



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  
Отделение журналистики, рекламы и связей с общественностью

ОДОБРЕНО:

Руководитель ОП

(подпись)

Е.Е. Ломакина

« 19 » июня 20 19 г.

**Рабочая программа практики**  
**Учебная практика, профессионально-ознакомительная**

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. Цели практики**

Учебная практика направлена на получение первичных профессиональных умений и навыков практической деятельности в рекламных агентствах, отделах рекламы и связей с общественностью различных компаний. Цель прохождения студентами учебной практики подготовка студентов к осознанному и углубленному изучению общепрофессиональных дисциплин, закрепление теоретических знаний, формирование первичных профессиональных навыков по выбранному направлению

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

Практика реализуется на базе ИвГУ. Учебная практика проводится на базе университета под руководством преподавателей кафедры рекламы и связей с общественностью.

## **3. Место практики в структуре ОП**

Для прохождения практики в качестве входных знаний студенты должны иметь представление: о социальной роли, общественной миссии, функциях рекламы и СО в обществе, (предшествующие дисциплины «Введение в специальность», «Основы интегрированных коммуникаций»); сущности многоаспектной рекламной и СО-деятельности, как текстовой, так и внетекстовой; роли креативной работы рекламиста, включающей выбор темы, разработку замысла, работу с источниками информации, подготовку и редактирование собственных материалов; необходимости соблюдения основных требований, предъявляемых к рекламным текстам: использование адекватных языковых и других изобразительно-выразительных средств и пр. (параллельные дисциплины «Русский язык и культура речи»). А также они должны владеть навыками компьютерного набора текста, основами верстки, фотографии и ее обработки с помощью компьютерных технологий.

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

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

ОК-6 - способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.

ОК-7 - способность к самоорганизации и самообразованию.

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.

ПК-9 - способность проводить маркетинговые исследования

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

В результате прохождения практики обучающийся должен:

#### **Знать:**

- 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 графического дизайна;
- основы полиграфии;
- основы написания рекламного сценария;
- содержание понятий: маркетинговое исследование, прогноз развития рынка, емкость спроса,



динамика спроса, предпочтение потребителей, конкурентные позиции.

**Уметь:**

- 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;
- работать в графических редакторах;
- создавать рекламный макет на заданную тему с использованием программ графических редакторов, цифровой фотосъёмки;
- моделировать стандартные проблемные ситуации, связанные с самоорганизацией, находить пути оптимального решения.
- планировать направление собственной деятельности в области самообразования.
- оценивать результаты действий, направленных на самообразование.

**Владеть:**

- навыками самостоятельной работы, обработки и анализа информации.
- приёмами самоконтроля, самооценки и самовоспитания.
- способностью работать в группе для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия, применяя знания об особенностях социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий.
- навыками работы в различных графических и текстовых редакторах;

**5. Объем и содержание практики**

Объем практики составляет 6 зачетных единиц (216 академических часов).

Продолжительность практики – 4 недели.

№ 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. Сбор, обработка и анализ полученной информации	Собеседование
2	Основной (производственный) этап	Разработка проекта в социальной сфере. Разработка монотематического рекламного издания.	Собеседование по выполнению заданий, в т.ч. индивидуальных, защита проектов
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**

Формы отчетности по практике: отчет, собеседование, защита проектов.

Оценкой «отлично» оцениваются обучающиеся, которые в установленные сроки представили отчетную документацию по итогам прохождения практики, технически грамотно оформленную и



четко структурированную, своевременно защитившие проекты, отличающиеся высоким уровнем исполнения.

Оценкой «хорошо» оцениваются обучающиеся, которые в установленные сроки представили отчетную документацию по итогам прохождения практики, технически грамотно оформленную и четко структурированную, своевременно защитившие проекты, но с некоторыми недочетами.

Оценкой «удовлетворительно» оцениваются обучающиеся, которые в установленные сроки представили отчетную документацию по итогам прохождения практики, но их проекты не отличаются высоким уровнем исполнения, содержат много недочетов и неточностей.

Оценкой «неудовлетворительно» оцениваются обучающиеся, которые не предоставили в установленные сроки отчетную документацию по итогам прохождения практики, не защитившие проекты.

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

Основная литература:

Щепилова, Г.Г. Основы рекламы: учебник для бакалавров / Г.Г. Щепилова, К.В. Щепилов. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. - 473 с. : ил., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-9917-1 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=500663> (19.05.2019).

Дополнительная литература:

1. Ким, С.А. Маркетинг : учебник / С.А. Ким. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 258 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02014-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454084> (19.05.2019).
2. Федотова, Лариса Николаевна. Реклама в коммуникационном процессе : учебник / Л. Н. Федотова. — М. : Камерон, 2005. — 464 с. — ISBN 5-9594-0020-0.

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

### 8. Материально-техническое обеспечение практики

Учебные аудитории:

- для защиты проектов с комплектом специализированной учебной мебели и техническими средствами обучения, служащими для предоставления учебной информации большой аудитории;

**Автор(ы) программы практики:** (доцент кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью Воробьева Е.А.)

Программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры (наименование)

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

Программа обновлена

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

Согласовано:

Руководитель ОП \_\_\_\_\_ Е.Е. Ломакина  
(подпись)

Программа обновлена

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



Основная профессиональная образовательная программа  
42. 03. 01 Реклама и связи с общественностью

---

Согласовано:

Руководитель ОП \_\_\_\_\_  
(подпись)

Программа обновлена

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

Согласовано:

Руководитель ОП \_\_\_\_\_  
(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)  
«22» мая 2018 г., протокол № 11

Программа обновлена  
протокол заседания кафедры № 1 от «30» августа 2019 г.  
Согласовано:  
Руководитель ОП  Е.Е. Ломакина  
(подпись)

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

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

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