

Частное образовательное учреждение высшего образования

«Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса»

УТВЕРЖДАЮ:

Первый проректор - проректор по учебной
работе и дистанционному обучению



В.В. Закурдаева

«30» августа 2019г.

ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ:

«Профессионально-ознакомительной практики»

Направление подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки

Реклама и связи с общественностью в отраслях и сферах деятельности

Программа учебной практики составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 N 512 (Зарегистрировано в Минюсте России 29 июня 2017 г. 47220).

Разработчики:

профессор МЭБИК Еськова Наталья Анатольевна
(занимаемая должность) (ФИО)



профессор МЭБИК Гусева Ирина Васильевна



Рабочая программа дисциплины одобрена на заседании кафедры управления и связей с общественностью

Протокол № 1 от «30» августа 2019 г.

Заведующий кафедрой:



профессор МЭБИК, к.г.н. Еськова Н.А.

1. Цель учебной практики.

Цель практики - расширение и углубление знаний о возможных сферах приложения своих профессиональных знаний и приобретения первоначальных практических навыков и компетенций в сфере рекламы и связей с общественностью.

2. Задачи учебной практики: профессионально-ознакомительной практики:

1. Посещение и участие в мероприятиях ведущих отраслевых организаций /компаний/агентств в области интегрированных коммуникаций;
2. Ознакомление со структурой коммуникационных групп, рекламных агентств, спецификой их деятельности;
3. Ознакомление со структурой рынка коммуникационных услуг и типами коммуникационных услуг.
4. Ознакомление с организационной структурой и основными направлениями работы подразделений по связям с общественностью, рекламе.

3. Место учебной практики в структуре программы

Раздел образовательной программы подготовки бакалавров «Практика» является обязательным и представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся.

Тип учебной практики **Б2.В.01.01(У) Профессионально-ознакомительная практика** является обязательным разделом ОПОП ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Учебная практика относится к блоку Б2 учебного плана ОПОП ВО. Практика вырабатывает умения и практические навыки, приобретаемые обучающимися в результате освоения теоретических дисциплин Блока Б.1. способствует комплексному формированию универсальных, общепрофессиональных компетенций у обучающихся.

Профессионально-ознакомительная практика для студентов ОФО организуется на 2 курсе в 4 семестре, для студентов ЗФО со сроком обучения 5 лет на 3 курсе в 6 семестре. Практика базируется на дисциплинах 1 и 2 курсов для ОФО и 1,2,3 курсов ЗФО.

Общее методическое руководство практикой осуществляет кафедра управления и связей с общественностью. Заведующий кафедрой несет ответственность за уровень организации практики и ее результаты. Непосредственное руководство практикой студентов возлагается на ППС кафедры, имеющий необходимый практический опыт.

Руководство практикой студентов в структурном подразделении организации - базы практики возлагается на высококвалифицированных специалистов и руководителей указанных подразделений.

4. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соответствующих с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Таблица 1- Трудовые действия и виды деятельности на практике

Наименование трудового действия	Наименование вида деятельности	Количество часов /ЗЕТ
Подготовка информационных, аналитических и исследовательских материалов	Проектная деятельность 1 этап (сбор и анализ нормативно-правовых актов, финансовых документов, анализ применения информационно-коммуникационных технологий в деятельности рекламной или PR-структуры и др.)	72/2
	Проектная деятельность 2 этап (анализ медиапродуктов рекламной или PR-структуры, анализ кадровой составляющей и др.)	108/3
	Проектная деятельность 3 этап (оформление дневников, отчетов и защита отчета в последний день практики)	36/1

Учебная практика способствует комплексному формированию универсальных, общепрофессиональных компетенций у обучающихся:

УК-1; УК-2; УК-3; УК-5; УК-6; ОПК-1; ОПК-2

Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы на практике, а также критерии оценивания представлены в таблице 2.

Таблица 2 - Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы, показателей оценивания

Компетенции	Этап	Направления формирования	Планируемые результаты освоения компетенции
<p>УК-1.</p> <p>Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач</p>	2	Умеет анализировать и систематизировать разнородные данные, оценивать эффективность процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности.	<p>Знать: основы анализа информации в профессиональной деятельности;</p> <p>Уметь: оценивать эффективность процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности;</p> <p>Владеть: навыками оценки эффективности процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности</p>
	Показатель оценивания		анализ и систематизация разнородных данных, оценка эффективности процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности.
<p>УК-2.</p> <p>Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</p>	2	Умеет анализировать альтернативные варианты решений для достижения намеченных результатов; разрабатывать план, определять целевые этапы и основные направления работ.	<p>Знать: основы принятия оптимальных решений;</p> <p>Уметь: оценивать эффективность процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности;</p> <p>Владеть: навыками определения целевых этапов и основных направлений работ при принятии управленческих решений.</p>
	Показатель оценивания		анализ альтернативных вариантов решений для достижения намеченных результатов; разработка плана, определение целевых этапов и основных направлений работ.

<p>УК-3.</p> <p>Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде</p>	2	<p>Умеет действовать в духе сотрудничества; принимать решения с соблюдением этических принципов их реализации; проявлять уважение к мнению и культуре других; определять цели и работать в направлении личностного, образовательного и профессионального роста.</p>	<p>Знать: основы социального взаимодействия;</p> <p>Уметь: принимать решения с соблюдением этических принципов их реализации;</p> <p>Владеть: навыками определения целей и работать в направлении личностного, образовательного и профессионального роста.</p>
	Показатель оценивания		определение целей и работа в направлении личностного, образовательного и профессионального роста.
<p>УК-5.</p> <p>Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально- историческом, этическом и философском контекстах</p>	2	<p>Умеет вести коммуникацию в мире культурного многообразия и демонстрировать взаимопонимание между обучающимися – представителями различных культур с соблюдением этических и межкультурных норм.</p>	<p>Знать: основы межкультурной коммуникации;</p> <p>Уметь: вести коммуникацию в мире культурного многообразия и демонстрировать взаимопонимание между сотрудниками;</p> <p>Владеть: навыками вести коммуникацию в мире культурного многообразия и демонстрировать взаимопонимание между коллегами.</p>
	Показатель оценивания		ведение коммуникации в мире культурного многообразия
<p>УК-6.</p> <p>Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</p>	2	<p>Умеет демонстрировать умение самоконтроля и рефлексии, позволяющие самостоятельно корректировать обучение по выбранной траектории.</p>	<p>Знать: основы самоконтроля и рефлексии;</p> <p>Уметь: демонстрировать умение самоконтроля и рефлексии, позволяющие самостоятельно корректировать обучение по выбранной траектории.;</p> <p>Владеть: навыками демонстрировать умение самоконтроля и рефлексии, позволяющие самостоятельно корректировать обучение по выбранной траектории.</p>
	Показатель оценивания		демонстрирование умение самоконтроля и рефлексии, позволяющие самостоятельно корректировать обучение по выбранной траектории.

<p>ОПК-1.</p> <p>Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p>	2	<p>Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ</p>	<p>Знать: сущность медиатекстов и медиапродуктов различных сегментов;</p> <p>Уметь: выявлять отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ;</p> <p>Владеть: навыками выявления отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.</p>
	Показатель оценивания		<p>Выявление отличительных особенностей медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ</p>
<p>ОПК-2.</p> <p>Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p>	2	<p>Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.</p>	<p>Знать: основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов;</p> <p>Уметь: учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов;</p> <p>Владеть: навыками учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.</p>
	Показатель оценивания		<p>Учет основных тенденций развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.</p>

5. Способы и формы проведения учебной практики: профессионально-ознакомительной практики:

Способ практики – стационарный (возможен выездной).

Форма практики – дискретно.

6. Объем практики в зачетных единицах и ее продолжительность в неделях

Объем в зачетных единицах – 6.

Продолжительности в неделях либо в академических часах – 4 недели, 216 ч.

7. Структура и содержание учебной практики: профессионально-ознакомительной практики:

Конкретное содержание учебной практики определяется индивидуальным заданием, разрабатываемым на основе настоящей программы практики.

Выполнение студентом работ и заданий в соответствии с совместным планом-графиком регулярно контролируются руководителем практики, о чем он делает соответствующие отметки.

Преподаватель кафедры проводит со студентами консультации, контролирует соблюдение ими установленного порядка прохождения практики, оказывает им помощь в выполнении индивидуальных заданий.

Контроль над выполнением программы практики обеспечивается проверкой содержания собранных студентами материалов не реже одного раза в неделю.

При прохождении практики *студент обязан*:

- выполнять совместный план-график прохождения практики и все задания, предусмотренные программой;
- ежедневно предъявлять совместный план-график руководителю - преподавателю кафедры для проверки по его требованию.

Совместный план-график и индивидуальное задание прохождения практики представлены в Приложениях Б и В к программе учебной практики: профессионально-ознакомительной практики.

Таблица 2 - Этапы прохождения практики

Этап	Краткое содержание выполненной работы
Организа- ционный	Рабочее совещание (групповое). Согласование индивидуального задания и совместного рабочего графика (плана) прохождения практики с руководителем практики от вуза. Согласование индивидуального задания и совместного рабочего графика (плана) прохождения практики с руководителем практики от предприятия.
Основной	Основная нормативная документация, регламентирующая деятельность рекламной или PR-структуры (Устав, положения о структурных подразделениях, должностные инструкции и др.).
	Организационная структура рекламной или PR-структуры. Права, обязанности и функции основных структурных подразделений рекламной или PR-структуры: кадровый аспект.
	Уровень информационного обеспечения и использования информационных технологий в деятельности рекламной или PR-структуры.
	Основные направления деятельности рекламной или PR-структуры: основные реализуемые проекты
Заключи- тельный	Оформление отчета о практике. Защита результатов прохождения практики.

Таблица 3 - Виды деятельности на практике и их содержание

№п/п	Вид деятельности	Содержание деятельности
1.	Проектная деятельность 1 этап (сбор и анализ нормативно-правовых актов, финансовых документов, анализ применения информационно-коммуникационных технологий в деятельности рекламной или PR-структуры и др.)	1. Основная нормативная документация, регламентирующая деятельность рекламной или PR-структуры (Устав, положения о структурных подразделениях, должностные инструкции и др.). 2. Уровень информационного обеспечения и использования информационных технологий в деятельности рекламной или PR-структуры.
2.	Проектная деятельность 2 этап (анализ медиапродуктов рекламной или PR-структуры, анализ кадровой составляющей и др.)	1. Структура организации; 2. Кадровая политика рекламной или PR-структуры. 3. Основные направления деятельности рекламной или PR-структуры, основные реализуемые проекты.
3.	Проектная деятельность (оформление дневников, отчетов и защита отчета в последний день практики)	1. Подготовка к проверке дневника 2. Подготовка к проверке отчета 3. Защита результатов прохождения практики

8. Формы отчетности по учебной практике

Документация сдается в электронном и печатном видах.

- Письменный отчет по практике, вместе с совместным планом-графиком и индивидуальным заданием.
- Дневник практики (по согласованию).
- Характеристика студента с места прохождения практики (в произвольной форме).
- Договор о проведении практики студентов ЧОУ ВО «Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса».

Структура отчета:

Титульный лист (Приложение А).

Совместный план-график прохождения учебной практики: профессионально-ознакомительной практики (Приложение Б).

Индивидуальное задание для прохождения учебной практики: профессионально-ознакомительной практики (Приложение В).

Содержание (Приложение Г).

Основная часть:

- 1) Основная нормативная документация, регламентирующая деятельность рекламной или PR-структуры (Устав, положения о структурных подразделениях, должностные инструкции и др.).
- 2) Организационная структура рекламной или PR-структуры. Права, обязанности и функции основных структурных подразделений рекламной или PR-структуры: кадровый аспект.
- 3) Уровень информационного обеспечения и использования информационных технологий в деятельности рекламной или PR-структуры.
- 4) Основные направления деятельности рекламной или PR-структуры: основные реализуемые проекты

Заключение

Список использованных источников

Приложения

9. Описание форм текущей и промежуточной аттестации обучающихся по учебной практике

Текущая аттестация проводится в конце 1 недели прохождения практики и оценивается по результатам заполнения анкеты и (или) собеседования по вопросам анкеты.

Промежуточная аттестация проводится в виде зачета.

По результатам практики студент составляет индивидуальный письменный отчет по практике объемом 30-40 страниц (с приложениями). Отчет должен содержать конкретные сведения о работе, выполненной в период практики и отражать результаты выполнения заданий, предусмотренных программой практики.

Для составления, редактирования и оформления отчета студентам отводятся последние дни практики. Отчет должен включать текстовый, графический и другой иллюстративный материал.

Оформленный отчет одновременно с заполненным совместным планом-графиком и индивидуальным заданием сдается руководителю практики от кафедры на проверку. Принятый руководителем отчет подлежит защите.

Защита отчета по практике проводится перед комиссией в установленный кафедрой день в соответствии с календарным графиком учебного процесса. Защита проводится в виде собеседования по результатам практики и качества представленного отчета. Вначале, как правило, идет выступление обучающегося с коротким докладом (8-10 минут), далее - ответы на вопросы по существу отчета.

Критериями оценки являются:

- уровень теоретического осмысления студентами практической деятельности рекламной или PR-структуры (ее целей, задач, содержания, методов);
- качество отчета по итогам практики;
- степень и качество приобретенных студентами профессиональных умений;
- уровень профессиональной направленности выводов и рекомендаций, сделанных студентом в ходе прохождения практики.

«Зачтено» ставится студенту, который выполнил в срок и на высоком уровне весь намеченный объем работы, оформленный отчет в соответствии со всеми требованиями.

«Не зачтено» ставится студенту, который не выполнил программу практики, не подготовил отчета, допускал ошибки и нарушения дисциплины в ходе проведения практики.

Результат «зачтено» проставляется в ведомость, зачетную книжку студента.

10. Фонд оценочных средств (материалов) для проведения текущей и промежуточной аттестации обучающихся по практике

Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости представлены в 1.ОМТ ФОМов. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся представлены 2.ОМП в ФОМах к программе учебной практики и является приложением к программе учебной практики.

11. Образовательные, научно-исследовательские, научно-производственные и информационные технологии, используемые на учебной практике

Образовательные технологии – проблемно-поисковая, проблемного обучения.

Научно-исследовательские и научно-производственные технологии - интерактивные технологии (ситуативные задачи, круглый стол, решение управленческих, экономических расчетных задач с применением справочных систем и статистических данных с сайта Росстата).

При осуществлении образовательного процесса студентами и профессорско-преподавательским составом используются информационные технологии:

ЭБС Znanium; №3272 от 5.09.2018

Консультант плюс; №459363 от 1.04.2013

WindowsXP ProfessionalSP3; №42036743 от 16.04.2007

Windows 7 №48509295 от 17.05. 2011
 MicrosoftOffice 2007; №43224817 от 19.12.2007
 MicrosoftOffice 2010; №48509295 от 17.05. 2011
 Антивирус DoctorWeb; №О-195 от 03.04.2019
 CorelDrawGraphicsSuiteX4; №30551664 от 18.03.2008
 1С Предприятие 8. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях
 № 9334582
 AdobeConnect 9 (вебинар)
 Скайп <https://www.skype.com/ru/get-skype/>

12. Учебно-методическое и информационное обеспечение учебной практики

а) основная литература

1. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции: Учебное пособие / Чумиков А.Н., Бочарова М.П., Самойленко С.А. - М.: Дело АНХ, 2016. - 520 с.: 60x90 1/16 (Обложка) ISBN 978-5-7749-1135-6. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog>.
2. Реклама и связи с общественностью: Учебное пособие / Казакова Е.В., Уманская М.Б. - М.: МГУДТ, 2014. - 42 с. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog>.

б) дополнительная литература

1. Федеральный закон "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ.
2. Гончарова Л. М. К вопросу о повышении уровня гуманитарного образования специалиста по рекламе и связям с общественностью [Электронный ресурс] / Л. М. Гончарова // Философия человека. Современные и коммуникативные практики и образование / РГПУ, фак. философии человека. - СПб.: РГХА, 2010. - С. 261 - 266. - ISBN 978-5-903931-58-3 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog>.
3. Зайцева, Е.А. Рабочая тетрадь «Введение в специальность «Связи с общественностью»: учебно-метод. пособие /Е.А.Зайцева, Е.В. Коровина - Н.Новгород, НГТУ. Ч.1;Ч. 2. 2010.
4. Коноваленко, В. А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность : учебник для бакалавров / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 383 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3077-1.
5. Кузнецов, В.Ф.. Связи с общественностью. Теория и технологии /В.Ф. Кузнецов.- М.: Аспект Пресс, 2008. 302 с.
6. Песоцкий, Е.А. Реклама: учебно-практ. пособие / Е. А. Песоцкий. . - М. : Дашков и К°, 2009. - 384 с.

в) Интернет-ресурсы:

1. Справочно-правовая система "Консультант Плюс".
2. ЭБС "Знаниум".

13. Материально-техническое обеспечение учебной практики

Материально-техническое обеспечение учебной практики осуществляется на основе договоров между вузом и организацией (местом практики). Согласно договору принимающая организация предоставляет студентам места практики (рабочие места) с соответствующим направлением профессиональной подготовки уровнем материально-технического оснащения.

Материально-техническое обеспечение практики в МЭБИК

Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий	№ аудитории	Перечень оборудования и технических средств обучения
<p>Учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций.</p> <p>Учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации.</p> <p>Компьютерные классы</p>	<p>№404, №200, №202, №206,</p> <p>№107, №110, №207</p>	<p>Учебные рабочие места</p> <ul style="list-style-type: none"> • Компьютер Cel 3 ГГц, 512Мб, 120Гб, FDD, • Компьютер Intel Pentium Dual CPU 1,8 ГГц, 2048 Мб • Компьютер Intel Core i3 CPU 3,4 ГГц, 4 Гб • Компьютер Intel Core i5 CPU 3,2 ГГц, 4 Гб • Лицензионное программное обеспечение - Windows XP Professional SP3, Windows 7 • MicrosoftOffice 2007, 2010 • 1С Предприятие 8. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях • Антивирус Doctor Web • Консультант Плюс • Corel Draw Graphics Suite X4 • AdobeConnect 9 (вебинар)
<p>Помещение для самостоятельной работы</p>	<p>№102</p>	<p>столы компьютерные 13 шт., столы с дополнительным расширением для инвалидов и лиц с ОВЗ 2 шт., стулья 6 шт., компьютеры benq 17" lcd/cel 3мгц /512 mb/80 gb9 шт. доска фломастерная 2-х сторонняя передвижная 1 шт., сплит-система LG1 шт., жалюзи (пластик) 4 шт., кресло 9 шт., огнетушитель 1 шт.</p>
<p>Библиотека</p>	<p>№004</p>	<p>Каталожная система библиотеки – для обучения студентов умению пользоваться системой поиска литературы</p>
<p>Читальный зал библиотеки</p>	<p>№003</p>	<p>Рабочие места с ПК – для обучения работе с индексирующими поисковыми системами в Internet</p>
<p>Аудитория для хранения учебного оборудования</p>	<p>№111</p>	

**Совместный план-график
прохождения
УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ:
ПРОФЕССИОНАЛЬНО- ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ**

№ п/п	Дата	Этап	Краткое содержание выполненной работы	Отметка о выполнении
	1 день 1 недели практики	Организационный	Рабочее совещание (групповое). Согласование индивидуального задания и совместного рабочего графика (плана) прохождения практики с руководителем практики от вуза. Согласование индивидуального задания и совместного рабочего графика (плана) прохождения практики с руководителем практики от организации. Инструктаж по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка в организации	
1.	2 -3 дни 1 недели практики	Основной	Основная нормативная документация, регламентирующая деятельность рекламной или PR-структуры (Устав, положения о структурных подразделениях, должностные инструкции и др.).	
2.	4,5 6 дни 1 недели практики		Организационная структура рекламной или PR-структуры. Права, обязанности и функции основных структурных подразделений рекламной или PR-структуры: кадровый аспект.	
3.	1 и 2 дни 1 недели практики		Уровень информационного обеспечения и использования информационных технологий в деятельности рекламной или PR-структуры.	
4.	3 и 4 дни 2 недели практики		Основные направления деятельности рекламной или PR-структуры: основные реализуемые проекты	
5.	5 и 6 день 2 недели практики	Заключительный	Оформление отчета о практике. Защита результатов прохождения практики.	

Руководитель практики от кафедры:

должность

Подпись

ФИО

Руководитель практики от организации:

должность

Подпись

ФИО

Студент:

Подпись

ФИО

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ

**ДЛЯ ПРОХОЖДЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ:
ПРОФЕССИОНАЛЬНО- ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ**

студенту (-тке) _____

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль: «Реклама и связи с общественностью в отраслях и сферах деятельности»

Кафедра: управления и связей с общественностью

Исходные данные, необходимые для выполнения задания: локальные акты организации, научные публикации, информация официальных сайтов

Форма предоставления на кафедру выполненного задания: отчет в печатном и электронном виде

Содержание и планируемые результаты:

№ п/п	Содержание практики
1.	Ознакомиться с содержанием практики.
2.	Согласовать индивидуальное задание на практику и совместный рабочий график (план) проведения практики с руководителем практики от МЭБИК.
3.	Согласовать индивидуальное задание на практику и совместный рабочий график (план) проведения практики с руководителем практики от организации.
4.	Пройти инструктаж по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка в организации
5.	Основная нормативная документация, регламентирующая деятельность рекламной или PR-структуры (Устав, положения о структурных подразделениях, должностные инструкции и др.).
6.	Организационная структура рекламной или PR-структуры Права, обязанности и функции основных структурных подразделений рекламной или PR-структуры: кадровый аспект.
7.	Уровень информационного обеспечения и использования информационных технологий в деятельности рекламной или PR-структуры.
8.	Основные направления деятельности рекламной или PR-структуры: основные реализуемые проекты
9.	Выполнить индивидуальное задание.
10.	Провести систематизацию материала для отчета.
11.	Оформить отчет о практике.
12.	Защитить результаты прохождения практики.
	Планируемые результаты (освоение компетенций)
	УК-1; УК-2; УК-3; УК-5; УК-6; ОПК-1; ОПК-2

Руководитель практики от МЭБИК

_____/_____
(подпись) (расшифровка подписи)

«__»_____201__г.

Руководитель практики от организации

_____/_____
(подпись) (расшифровка подписи)

«__»_____201__г.

СОГЛАСОВАНО

Зав. кафедрой

Еськова Н.А.

«__»_____201__г.

Задание принял к исполнению

«__»_____201__г.

Подпись студента (ки)_____

Содержание

Введение	5
1. Основная нормативная документация, регламентирующая деятельность рекламной или PR-структуры (Устав, положения о структурных подразделениях, должностные инструкции и др.).	7
2. Организационная структура рекламной или PR-структуры. Права, обязанности и функции основных структурных подразделений рекламной или PR-структуры: кадровый аспект.	
3. Уровень информационного обеспечения и использования информационных технологий в деятельности рекламной или PR-структуры.	
4. Основные направления деятельности рекламной или PR-структуры: основные реализуемые проекты	
Заключение	
Список использованных источников	
Приложения	