

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Косенок Сергей Михайлович
Должность: ректор
Дата подписания: 14.06.2024 09:27:09
Уникальный программный ключ:
e3a68f3eaa1e62674b54f4998099d3d6bfdcf836

Ханты-Мансийского автономного округа-Югры
"Сургутский государственный университет"

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по УМР

13 июня 2024г., протокол УМС №5

УЧЕБНАЯ ПРАКТИКА

Учебная практика, профессионально-ознакомительная практика (ознакомительно-производственная)

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Психологии**
Учебный план б420301-ССО-24-1.plx
42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **3 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 108

в том числе:

аудиторные занятия 0

самостоятельная работа 108

Виды контроля в семестрах:

зачеты 2

Распределение часов дисциплины по семестрам

| Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>) | 2 (1.2) | | Итого | |
|--|---------|-----|-------|-----|
| | УП | РП | | |
| Неделя | | | | |
| Вид занятий | УП | РП | УП | РП |
| Сам. работа | 108 | 108 | 108 | 108 |
| Итого | 108 | 108 | 108 | 108 |

Программу составил(и):

Ст. преподаватель, Ганеева Л.Д.

Рабочая программа дисциплины

Учебная практика, профессионально-ознакомительная практика (ознакомительно-производственная)

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:

42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

утвержденного учебно-методическим советом вуза от 13.06.2024 протокол № 5.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Психологии

Зав. кафедрой к. философ. наук Родермель Т.А.

| 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ | |
|------------------------------------|--|
| 1.1 | Целями учебной практики, профессионально-ознакомительной практики (ознакомительно-производственной) являются закрепление и расширение знаний, полученных студентами за время теоретического обучения на основе практического участия в деятельности предприятий, организаций, учреждений, формирование умения применять их в профессиональной деятельности, расширение практических навыков научно-исследовательской работы, а также получение |
| 1.2 | Основными принципами проведения учебной практики студентов являются интеграция теоретической и профессионально-практической, учебной и научно-исследовательской деятельности студентов. |

| 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП | |
|--|--|
| Цикл (раздел) ООП: | Б2.В.01 |
| 2.1 | Требования к предварительной подготовке обучающегося: |
| 2.1.1 | Основы связей с общественностью |
| 2.1.2 | Основы теории коммуникации |
| 2.1.3 | Введение в профессиональную деятельность |
| 2.1.4 | Информационные технологии в средствах массовой информации |
| 2.2 | Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее: |
| 2.2.1 | Основы журналистики |
| 2.2.2 | Теория и практика рекламы |
| 2.2.3 | Основы проектирования в профессиональной деятельности |
| 2.2.4 | Основы проектной деятельности |
| 2.2.5 | Теория и практика массовой информации |
| 2.2.6 | Учебная практика, профессионально-ознакомительная практика (бизнес-планирование) |
| 2.2.7 | Учебная практика, профессионально-ознакомительная практика (социальное проектирование) |

| 3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) | |
|---|--|
| ПК-1.1: Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью | |
| ПК-1.2: Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии | |
| ПК-1.3: Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры | |
| ПК-7.1: Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью | |
| ПК-7.2: Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью | |

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

| | |
|------------|---|
| 3.1 | Знать: |
| 3.1.1 | - функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по ССО и рекламы в рамках коммуникационного и консалтингового процесса; |
| 3.1.2 | - основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами в процессе консалтингового управления; |
| 3.1.3 | - особенности коммуникационной инфраструктуры и корпоративной культуры организации, специфику внутренних и внешних коммуникаций, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; |
| 3.1.4 | - основные типовые алгоритмы проектирования в сфере рекламы, связей с общественностью; |
| 3.1.5 | - основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и связей с общественностью. |
| 3.2 | Уметь: |
| 3.2.1 | - осуществлять профессиональные обязанности с учетом специфики работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью в рекламном агентстве; разработать план мероприятия, кампании продвижения; |

| 3.2.2 | - основные виды коммуникационных мероприятий и кампаний, этапы их планирования и организации; | | | | | |
|--|--|-----------------------|--------------|------------------------------------|---------------------------|-------------------|
| 3.2.3 | - разрабатывать коммуникационную инфраструктуру предприятия, его внешние и внутренние коммуникации, формировать корпоративную культуру организации методами рекламы и связей с | | | | | |
| 3.2.4 | - решать стандартные задачи профессиональной деятельности по организации коммуникации, по созданию и продвижению проектов и кампаний для широкой общественности; | | | | | |
| 3.2.5 | - реализовать типовые проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью. | | | | | |
| 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) | | | | | | |
| Код занятия | Наименование разделов и тем /вид занятия/ | Семестр / Курс | Часов | Компетенции | Литература | Примечание |
| | Раздел 1. Организационный | | | | | |
| 1.1 | Организация установочной конференции на базе СурГУ (кафедра психологии ИГОиС) по проведению практики. Ознакомительная лекция, инструктаж по технике безопасности, охране труда, пожарной безопасности, правилами внутреннего трудового распорядка. Организационные методические, педагогические, психологические установки. | 2 | 4 | ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-7.1 ПК-7.2 | Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Э1 | |
| | Раздел 2. Подготовительный | | | | | |
| 2.1 | Мероприятия по сбору, обработке и систематизации материала, наблюдение. Определение источников информации, направлений деятельности и плана практики. Разработка плана деятельности. /Ср/ | 2 | 20 | ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-7.1 ПК-7.2 | Л1.2Л2.2Л3.1 Э1 | |
| | Раздел 3. Производственный | | | | | |
| 3.1 | Выполнение индивидуальных занятий, необходимых для получения опыта работы по выбранной профессии. Ознакомительные экскурсии по предприятиям и учреждениям города Сургута. Обработка и анализ полученной информации. Создание профессиограммы специалиста по связям с общественностью. Написание сценария мероприятия. Подготовка PR- и рекламных текстов (буклеты, объявления, плакаты), сопровождающих мероприятие. | 2 | 60 | ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-7.1 ПК-7.2 | Л1.2Л2.1Л3.1 Э1 | |
| | Раздел 4. Этап обработки и | | | | | |

| | | | | | | |
|-----|--|---|----|--|----------------------------|--|
| 4.1 | Этап обработки и анализа полученной информации по выполненным заданиям. Организация итоговой конференции. Мероприятия по сбору, обработке и систематизации материала, наблюдение. Обработка и анализ полученной информации по выполненным заданиям. Проверка методических материалов и документации. Подготовка к выступлению на итоговой конференции. Проверка руководителем текста подготовленной документации, внесение коррективов. Обсуждение | 2 | 22 | ПК-1.1 ПК- 1.2 ПК-1.3 ПК-7.1 ПК- 7.2 | Л1.2Л2.2Л3.1 Э1 | |
| 4.2 | /Зачёт/ | 2 | 2 | ПК-1.1 ПК- 1.2 ПК-1.3 ПК-7.1 | Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Э1 | |

5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

5.1. Оценочные материалы для текущего контроля и промежуточной аттестации

Представлены отдельным документом

5.2. Оценочные материалы для диагностического тестирования

Представлены отдельным документом

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

| | Авторы, | Заглавие | Издательство, год | Колич-во |
|------|--|--|---|----------|
| Л1.1 | Шарков Ф. И. | Коммуникология: основы теории коммуникации | Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К°", 2013 | 20 |
| Л1.2 | Коноваленко В. А., Коноваленко М. Ю., Швед Н. Г. | Реклама и связи с общественностью: введение в специальность: учебник | Москва: Юрайт, 2024, электронный ресурс | 1 |

6.1.2. Дополнительная литература

| | Авторы, | Заглавие | Издательство, год | Колич-во |
|------|--|--|---|----------|
| Л2.1 | Гавра Д. П. | Основы теории коммуникации: Учебник для вузов | Москва: Юрайт, 2022, электронный | 1 |
| Л2.2 | Синяева И. М., Жильцова О. Н., Жильцов Д. А. | Реклама и связи с общественностью: учебник для вузов | Москва: Юрайт, 2024, электронный ресурс | 1 |

6.1.3. Методические разработки

| | Авторы, | Заглавие | Издательство, год | Колич-во |
|--|---------|----------|-------------------|----------|
|--|---------|----------|-------------------|----------|

| | Авторы, составители | Заглавие | Издательство, год | Колич-во |
|--|---|--|--|----------|
| ЛЗ.1 | Беспалова И. В., Вилкова Е. В., Воскресенская Н. Г., Кузнецова Н. А., Орлинская О. М., Селиверстова Ю. А., Фирулина Е. Г., Фортунатов А. Н., Щавелева М. Б., Фортунатова А. Н. | Реклама и связи с общественностью: теоретические аспекты. Часть 1: Учебно-методическое пособие | Нижний Новгород: ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2022, электронный ресурс | 1 |
| 6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | | | | |
| Э1 | Международный пресс-клуб | | | |
| 6.3.1 Перечень программного обеспечения | | | | |
| 6.3.1.1 | Пакет прикладных программ Microsoft Office, операционная система Microsoft Windows. | | | |
| 6.3.2 Перечень информационных справочных систем | | | | |
| 6.3.2.1 | Информационно-правовой портал Гарант.ру - http://garant.ru/ , Справочно-правовая система «Консультант плюс» - http://consultant.ru/ . | | | |

| 7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) | |
|---|--|
| 7.1 | Материально-техническое обеспечение определяется учреждением, на базе которого проводится учебная практика. |
| 7.2 | Если учебно-ознакомительная практика проходит на базе БУ ВО «Сургутский государственный университет» кафедра Психологии: |
| 7.3 | Методический кабинет № 316 с раздаточными материалами (комплексные методики, методички и т.п.); |
| 7.4 | Комплекс статистических пакетов для обработки данных. Компьютерный класс. |

ФОНДЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Приложение к программе (Учебная практика, профессионально-ознакомительная практика (ознакомительно-производственная) практики)

Квалификация
выпускника

Бакалавр

Направление
подготовки

42.03.01

Направленность
(профиль)

Реклама и связи с общественностью

Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Форма обучения

Очная

Выпускающая
кафедра

Психологии

Перечень компетенций, которые формируются в процессе освоения дисциплины

Компетенция ПК-1.1.

| | | |
|--|--|---|
| Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью | | |
| Знает | Умеет | Владеет |
| функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по ССО и рекламы в рамках коммуникационного и консалтингового процесса | осуществлять профессиональные обязанности с учетом специфики работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью в рекламном агентстве; разработать план мероприятия, кампании продвижения | навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве |

Компетенция ПК-1.2.

| | | |
|---|--|---|
| Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии | | |
| Знает | Умеет | Владеет |
| основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами в процессе консалтингового управления | основные виды коммуникационных мероприятий и кампаний, этапы их планирования и организации | способностью участвовать в планировании и осуществлении коммуникационных кампаний и мероприятия |

Коммуникация ПК-1.3.

| | | |
|--|---|--|
| Участствует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры | | |
| Знает | Умеет | Владеет |
| особенности коммуникационной инфраструктуры и корпоративной культуры организации, специфику внутренних и внешних коммуникаций, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами | разрабатывать коммуникационную инфраструктуру предприятия, его внешние и внутренние коммуникации, формировать корпоративную культуру организации методами рекламы и связей с общественностью. | методикой формирования коммуникационной структуры предприятия, методами реализации внешних и внутренних коммуникаций организации, способами построения корпоративной культуры. |

| | | |
|----------------------|--|--|
| массовой информации. | | |
|----------------------|--|--|

Компетенция ПК-7.1.

| | | |
|--|---|--|
| Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью | | |
| Знает | Умеет | Владеет |
| основные типовые алгоритмы проектирования в сфере рекламы, связей с общественностью | решать стандартные задачи профессиональной деятельности по организации коммуникации, по созданию и продвижению проектов и кампаний для широкой общественности | современными основными типовыми алгоритмами коммуникаций для подготовки, планирования и реализации проектов и их продвижения |

Компетенция ПК-7.2.

| | | |
|--|---|---|
| Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью | | |
| Знает | Умеет | Владеет |
| основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и связей с общественностью | реализовать типовые проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью | использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании и продвижении рекламного продукта. |

Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Оцениваются итоги практики на основе представленных отчетов студентами. Оценка по итогам прохождения практики и защита отчета проставляется в ведомость в виде зачета с оценкой: «зачтено» и «не зачтено».

Оценка результатов практики производится в соответствии со следующими критериями:

«зачтено» – студент полностью выполнил программу практики, своевременно подготовил отчет. В отзыве представителя базового учреждения отсутствуют замечания в адрес практиканта. Студент принял участие во всех предусмотренных научно-исследовательской практикой мероприятиях.

«не зачтено» – студент не выполнил программу практики либо выполнил только часть задания, не подготовил отчет, не подготовил доклад к итоговой конференции, не принял участие в итоговой конференции.

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Оценочные средства должны позволять достоверно оценивать сформированность компетенций как целостного новообразования – комплекса способностей, используемых для достижения социальных или профессиональных целей, отражающих результаты освоения основной профессиональной образовательной программы.

Контроль уровней сформированности компетенции осуществляется с позиций оценивания составляющих ее частей по трехкомпонентной структуре компетенции: знать, уметь, владеть и (или) иметь опыт деятельности.

При этом под указанными категориями понимается:

«знать» – воспроизводить и объяснять освоенный материал с требуемой степенью научной точности и полноты;

«уметь» – решать типичные задачи на основе воспроизведения стандартных алгоритмов решения;

«владеть» – решать усложненные задачи на основе приобретенных знаний, умений и навыков, в нетипичных ситуациях.

Оценка сформированных компетенций должна осуществляться в процессе наблюдения за выполнением программы практики, подготовкой, выполнением и защитой отчета, в полной мере раскрывающих особенности профессиональной деятельности обучающегося. При этом оцениваются правильность выполнения подготовительных и основных работ, промежуточные и конечные результаты. Оценивание компетенций проводится на основе оценки знаний, умений, навыков, опыта деятельности их формирующих. Знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности в полной мере находят свое отражение в материалах, собранных в процессе прохождения практики, решении задач практики, качестве выполнения и оформления отчета о прохождении практики, содержании доклада на его защите и ответах на вопросы.

Показатели оценивания компетенций, приобретаемых в результате прохождения практики, формируются из:

- показателей оценивания отчета;
- показателей защиты отчета;
- отзыва руководителя практики.

Показатели оценивания отчета по практике:

- уровень освоения учебного материала;
- уровень умения использовать теоретические знания при выполнении практических задач;
- уровень умения активно использовать электронные образовательные ресурсы, находить требующуюся информацию, изучать ее и применять на практике;
- уровень обоснованности и четкости изложения материала;

- уровень оформления материала и соответствие требованиями стандарта, полнота представленного материала;
- уровень умения ориентироваться в потоке информации, выделять главное;
- уровень умения четко формулировать проблему, предложив ее решение, критически оценить решение и его последствия;
- уровень умения определить, проанализировать альтернативные возможности, варианты действий;
- уровень умения формулировать собственную позицию, оценку и аргументировать ее;
- востребованность результатов практики на предприятии.

Обучающиеся оцениваются по итогам всех видов деятельности при наличии документации по практике. Отчетные документы по практике включают:

- типовой дневник о прохождении практики;
- типовой титульный лист;
- отчет о прохождении практики;
- иные необходимые документы, поясняющего или уточняющего характера.

Решение о соответствии сформированности компетенции обучающегося требованиям ФГОС и образовательной программы принимается руководителем практики от института на основании оценки каждого из показателей (формализованного описания оцениваемых параметров процесса или результата деятельности).

Уровни сформированности компетенций:

- 3 балла – высокий уровень сформированности;
- 2 балла – хороший уровень сформированности;
- 1 балл – частично сформированы;
- 0 баллов – не сформированы.

Критерии оценивания отчета

| Показатели оценивания | Оценивание отчета | Оценивание защиты отчета |
|--|-------------------|--------------------------|
| уровень освоения учебного материала | 0-3 | - |
| уровень умения использовать теоретические знания при выполнении практических задач | 0-3 | - |
| уровень умения активно использовать электронные образовательные ресурсы, находить требующуюся информацию, изучать ее и применять на практике | 0-3 | - |
| уровень обоснованности и четкости изложения материала | 0-3 | 0-3 |
| уровень оформления материала и соответствие требованиями стандарта | 0-3 | - |
| уровень умения ориентироваться в потоке информации, выделять главное | 0-3 | 0-3 |
| уровень умения четко формулировать проблему, предложив ее решение, критически оценить решение и его последствия | 0-3 | 0-3 |
| уровень умения определить, проанализировать альтернативные возможности, варианты действий | 0-3 | 0-3 |

| | | |
|---|---------|-----|
| уровень умения формулировать собственную позицию, оценку и аргументировать ее | 0-3 | 0-3 |
| Востребованность результатов практики на предприятии | 0 или 3 | - |

Отзыв руководителя от предприятия учитывается в соответствии с выставленной оценкой по четырех-балльной системе следующим образом:

- оценка «зачтено» - 2-3 балла;
- оценка «не зачтено» - 0-1 балл.