

АННОТАЦИЯ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

Наименование практики

Производственная профессионально-творческая практика

Наименование ОПОП ВО

42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Реклама и связи с общественностью

Цели и задачи практики

Модель обучения, реализуемая во ВГУЭС, носит практико-ориентированный характер. В современных условиях требования рынка труда к выпускникам вузов значительно изменились, что потребовало создания последовательной, рассчитанной на весь период обучения, научно-обоснованной системы подготовки, важное место в которой отводится практической форме обучения.

Эффективно организованная производственная профессионально-творческая практика сокращает разрыв между академическим обучением и практической деятельностью. В процессе прохождения практики приобретаются общепрофессиональные компетенции, формируются навыки применения знаний о процессе создания и распространения различных рекламных и PR-продуктов как многоаспектной индивидуальной и коллективной деятельности.

Целями практики являются:

- ознакомление со структурой и творческо-производственной деятельностью рекламных служб и подразделений по связям с общественностью;
- закрепление у студентов знаний по методам и приемам, обеспечивающим специфику создания рекламного и PR-продуктов;
- совершенствование навыков свободного владения различными видами информационно-коммуникативного воздействия,
- адаптация в профессиональной среде.

Задачами практики являются:

- закрепление теоретических знаний, полученных в течение первых трех лет обучения;
- изучение особенностей структуры и формы организации рекламных служб и подразделений по связям с общественностью;
- изучение специфики организации творческо-производственной деятельности рекламных служб и подразделений по связям с общественностью ;
- участие в составе подразделений в создании рекламного и PR-продуктов;
- совершенствование навыков доработки и обработки (например, анализ, редактирование, трансформация, систематизирование, проверка достоверности) содержания и формы профессиональных текстов;
- участие в планерках как способе изучения особенностей творческого процесса и организации работы рекламных служб и подразделений по связям с общественностью.

Вид практики, способы и формы её проведения

Вид практики: производственная

Тип практики: Производственная профессионально-творческая практика

Способ проведения практики: стационарная и выездная

Объём практики и её продолжительность

Объём практики в зачетных единицах с указанием семестра и продолжительности практики по всем видам обучения, приведен в таблице 1.

Таблица 1 – Трудоёмкость практики

Название ОПОП ВО	Форма обучения	Часть УП	Семестр/курс	Трудоёмкость (з.е.)	Продолжительность практики
42.03.01 Реклама и связи с общественностью	ЗФО	Б2.В.П.1	4	5	5 (недель)
42.03.01 Реклама и связи с общественностью	ЗФО	Б2.В.П.1	4	12	8 (недель)

Результаты освоения практики

Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесённых с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО (выпускник, освоивший программу, должен обладать ...):

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код и формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине		
			Код результата	Формулировка результата	
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (Б-РК)	ПКВ-1 : Способен участвовать в организации и реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПКВ-1.1к : Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникативного проекта по рекламе и связям с общественностью	РД1	Знание	функционала линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникативного проекта по рекламе и связям с общественностью
		ПКВ-1.2к : Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	РД2	Умение	осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии
		ПКВ-1.3к : Участствует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	РД3	Навыки	участия в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры

ПКВ-3 : Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПКВ-3.1к : Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта	РД4	Знание	основных маркетинговых инструментов при планировании производств и (или) реализации коммуникационного продукта
	ПКВ-3.2к : Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта	РД5	Умение	принимать участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта
		РД6	Навыки	осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами.
	ПКВ-4.1к : При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде.	РД7	Знание	технологий медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде, использующиеся при реализации коммуникационного продукта
ПКВ-4 : Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	ПКВ-4.2к : При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде	РД9	Умение	при подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использовать основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде.
	ПКВ-4.3к : Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами	РД10	Навыки	применения основных технологий организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
	ПКВ-4.4к : Участствует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций	РД8	Знание	основных инструментов внутренних коммуникаций при формировании корпоративной культуры организации

		ПКВ-4.5к : Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	РД11	Навыки	использования современных технических средств и основных технологий цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта
	ПКВ-5 : Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	ПКВ-5.1к : Участствует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы	РД12	Навыки	участия в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы
		ПКВ-5.2к : При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности	РД13	Умение	при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности
	ПКВ-6 : Способен осуществлять редакционную деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа	ПКВ-6.1к : Редактирует тексты рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами	РД14	Умение	редактировать тексты рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами
		ПКВ-6.2к : Следует стандартам, форматам, технологическим требованиям каналов коммуникации, редактируя и распространяя медийный продукт	РД15	Умение	использовать стандарты, форматы, технологические требования каналов коммуникации при редактировании и распространении медийных продуктов

Содержание практики

№ п/п	Р а з д е л ы (этапы) практики	В и д ы работ на практике, включая самостоятельную работу обучающихся	Содержание выполняемых работ (основные действия)	Контроль
-------	--------------------------------	---	--	----------

1	этап	Подготовительный (1 неделя)	Первичная адаптация профессиональной среде	Ознакомительная лекция руководителя практики от университета, направленная на ознакомление с целями, задачами, заданиями по практике, сроками и порядком ее прохождения.	Кален (план)
				И н с т р у к т а ж по технике безопасности	Кален (план)
				З н а к о м с т в о с о структурой предприятия, изучение корпоративных документов, определяющих правила и принципы работы сотрудников и отделов, материально-техническую базу агентства (или другой организации): оборудование, программное обеспечение, используемое для производства медиапродуктов; изучение специфики организации творческой деятельности предприятия	практи

2	Второй этап производственный (6 недель)	Выполнение индивидуального творческого задания	Участие в планировании работы коллектива, создании рекламных продуктов с применением соответствующих художественных и технических средств; определение основных тем собственных публикаций в период прохождения практики; совершенствование навыков свободного владения различными видами информационно- коммуникативного воздействия; использование современной технической базы и информационных технологий; совершенствование навыков доработки и обработки, создания содержания и формы информационных продуктов. Сбор информации для выполнения индивидуального задания. Подготовка 5 рекламных материалов и размещение в сети/СМИ. Подготовка, планирование, помощь в осуществлении 2 рекламных кампаний/фестивалей/акций.	практи творче
3	Заключительный этап (1 неделя)	Подготовка отчета по практике	Оформление содержания отчета в соответствии с установленными требованиями.	практи

Таблица 3.1 – Содержание практики (6 семестр)

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работ на практике, включая самостоятельную работу обучающихся	Содержание выполняемых работ (основные действия)	Форм текущ контр

1	Подготовительный этап	Выполнение действий и процедур, необходимых для получения допуска к работе по месту прохождения практики	лекция руководителя практики от университета, направленная на ознакомление с целями, задачами, заданиями по практике, сроками и порядком ее прохождения.	Календарный график (план)
			Инструктаж по технике безопасности	Календарный график (план)
			Повторение теоретических знаний, обобщение умений и владений, полученных в ходе изучения мастерства журналиста и необходимых для производственной практики.	Отчет о практике
2	Второй этап - производственный	Работа в качестве стажера	Знакомство с работой редакции. Участие в работе опытных корреспондентов, наблюдение за работой коллектива. Выполнение под контролем руководителя творческих работ – сбор, обработка и оформление информации (из числа видеосюжетов, аудиосюжетов, текстов информационных или аналитических жанров) в объеме не менее 5 материалов по теме будущей выпускной квалификационной работы.	Дневник практики
			Сбор информации для выполнения индивидуального задания.	Конспект (база) со всей информацией
			Работы с источниками информации, подготовка запросов информации.	

		Подготовка материала: монтаж, верстка, размещение творческих материалов в СМИ. Выполнение других творческих заданий руководителя	Нелинейный монтаж (цветокоррекция, озвучивание, редактирование).	Результат творческой работы в виде текста, с видео-, аудиоматериалами
3	Заключительный этап	Подготовка отчета по практике	Оформление содержания отчета в соответствии с установленными требованиями.	Отчет о практике
		Защита практики	Подготовка сообщения о ходе практики, прохождение процедуры защиты (ответы на вопросы и замечания оппонентов, руководителя).	

Таблица 3.2 - Содержание практики (7 семестр)

№ п/п	Р а з д е л ы (этапы) практики	Виды работ на практике, включая самостоятельную работу обучающихся	Содержание выполняемых работ (основные действия)	Контроль
			Ознакомительная лекция руководителя практики от университета, направленная на ознакомление с целями, задачами, заданиями по практике, сроками и порядком ее прохождения.	Календарный план (план)
			Инструкция по технике безопасности	Календарный план (план)

1	этап Подготовительный (1 неделя)	Первичная адаптация в профессиональной среде	Знакомство со структурой предприятия, изучение корпоративных документов, определяющих правила и принципы работы сотрудников и отделов, материально-техническую базу агентства (или другой организации): оборудование, программное обеспечение, используемое для производства медиапродуктов; изучение специфики организации творческой деятельности предприятия	практи
---	--	---	--	---------------

2	Второй этап производственный (6 недель)	Выполнение индивидуального творческого задания	Участие в планировании работы коллектива, создании рекламных продуктов с применением соответствующих художественных и технических средств; определение основных тем собственных публикаций в период прохождения практики; совершенствование навыков свободного владения различными видами информационно-коммуникативного воздействия; использование современной технической базы и информационных технологий; совершенствование навыков доработки и обработки, создания содержания и формы информационных продуктов. Сбор информации для выполнения индивидуального задания. Подготовка 5 рекламных материалов и размещение в сети/СМИ. Подготовка, планирование, помощь в осуществлении 2 рекламных кампаний/фестивалей/акций.	практи творче
3	Заключительный этап (1 неделя)	Подготовка отчета по практике	Оформление содержания отчета в соответствии с установленными требованиями.	с практи

Составители(ль)

Кириллова Е.Л., кандидат филологических наук, доцент, Высшая школа кино и телевидения, Kirillova.EL@vvsu.ru