

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

**Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования "Пермский
государственный национальный исследовательский
университет"**

Кафедра журналистики и массовых коммуникаций

Авторы-составители: **Пономарев Николай Филиппович**

Программа производственной практики

ВТОРАЯ ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ

Код УМК 94224

Утверждено
Протокол №1
от «20» сентября 2022 г.

Пермь, 2022

1. Вид практики, способ и форма проведения практики

Вид практики **производственная**

Тип практики **профессионально-творческая практика**

Способ проведения практики **стационарная**

Форма (формы) проведения практики **дискретная**

2. Место практики в структуре образовательной программы

Производственная практика « Вторая производственная » входит в обязательную часть Блока « Б.2 » образовательной программы по направлениям подготовки (специальностям):

Направление: **42.03.01** Реклама и связи с общественностью
направленность Программа широкого профиля

Цель практики :

- участие обучающегося в планировании и реализации коммуникативных мероприятий и коммуникативных кампаний;
- усиление профессионального мировоззрения обучающегося в области рекламы и связей с общественностью;
- создание условий для развития обучающимися умений и навыки в соответствие с государственным стандартом

Задачи практики :

- закрепить полученные теоретические знания по изученным дисциплинам;
- сформировать рабочий план и программу участия обучающегося в реализации коммуникативных мероприятий и коммуникативных проектов;
- расширить число видов профессиональной деятельности, необходимые для практической деятельности;
- развить способности самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения по разработке PR-стратегии и коммуникативных проектов.

3. Перечень планируемых результатов обучения

В результате прохождения практики **Вторая производственная** у обучающегося должны быть сформированы следующие компетенции:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью (направленность : Программа широкого профиля)

ОПК.7 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

Индикаторы

ОПК.7.2 Создает медиапродукты на основе запросов и потребностей общества и аудитории

ОПК.9 Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии

Индикаторы

ОПК.9.2 Использует в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии

ПК.2 Способен создавать и распространять медиапродукты

Индикаторы

ПК.2.1 Разрабатывает коммуникативные стратегии для продвижения медиапродуктов

ПК.2.2 Использует оптимальные маркетинговые технологии для продвижения медиапродуктов

4. Содержание и объем практики, формы отчетности

В ходе освоения производственной практики студент сумеет приобрести базовые навыки практической деятельности в профессиональной области за счет формирования и закрепления компетенций в ходе создания PR-стратегий и коммуникативных проектов, участия в общих событиях организаций, выполнения персональных и коллективных заданий, участия в дистрибуции контента.

Направления подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью (направленность: Программа широкого профиля)
форма обучения	очная
№№ триместров, выделенных для прохождения практики	9
Объем практики (з.е.)	6
Объем практики (ак.час.)	216
Форма отчетности	Экзамен (9 триместр)

Примерный график прохождения практики

Количество часов	Содержание работ	Место проведения
Подготовительный этап		
100	Поиск и выбор организации для прохождения практики	ПГНИУ и организации или пресс-службы организаций, с которыми действует актуальный договор на прохождение практики
Производственный этап		
100	Прохождение практики в организации	ПГНИУ и организации или пресс-службы организаций, с которыми действует актуальный договор на прохождение практики
Отчетный этап		
16	Подготовка отчетных документов и видеопрезентации по практике	ПГНИУ и организации или пресс-службы организаций, с которыми действует актуальный договор на прохождение практики

5. Перечень учебной литературы, необходимой для проведения практики

Основная

1. Кузнецова, Е. В. Связи с общественностью : учебно-методическое пособие / Е. В. Кузнецова. — Саратов : Вузовское образование, 2017. — 125 с. — ISBN 978-5-906172-26-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/61081.html>
2. Коноваленко, В. А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность : учебник для бакалавров / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 383 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2851-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. <https://www.urait.ru/bcode/448047>
3. Связи с общественностью как социальная инженерия : учебник для академического бакалавриата / В. А. Ачкасова [и др.] ; под редакцией В. А. Ачкасовой, Л. В. Володиной. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 351 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-08767-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. <https://www.urait.ru/bcode/438089>

Дополнительная

1. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Маркетинг», «Рекламное дело», «Связи с общественностью» / И. М. Синяева, В. М. Маслова, О. Н. Романенкова, В. В. Синяев ; под редакцией И. М. Синяева. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 504 с. — ISBN 978-5-238-02309-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/71238.html>
2. Аксенова, О. Н. Теория и практика массовой информации : учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» / О. Н. Аксенова, С. В. Меликян, Е. В. Швец. — Воронеж : Воронежский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2017. — 104 с. — ISBN 978-5-7731-0503-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/72947.html>
3. Борщевский, Г. А. Связи с общественностью в органах власти : учебник и практикум для вузов / Г. А. Борщевский. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 267 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04736-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. <https://www.urait.ru/bcode/438975>
4. Терёшина, Н. В. Эффективность рекламной и PR деятельности : учебное пособие для студентов бакалавриата и магистратуры по направлениям «Реклама и связи с общественностью», «Менеджмент», «Торговое дело», «Экономика» / Н. В. Терёшина. — Москва : Российский университет транспорта (МИИТ), 2021. — 62 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. <https://www.iprbookshop.ru/122163.html>

6. Перечень ресурсов сети «Интернет», требуемых для проведения практики

При прохождении практики требуется использование следующих ресурсов сети «Интернет» :

https://www.gumer.info/bogoslov_Buks/Philos/savrush2/16.php Методы научных исследований
https://www.marketing.spb.ru/lib-research/all_methods.htm Методы маркетинговых исследований
<http://www.advlab.ru/articles/article560.htm> Методы исследований в СО

7. Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики

Образовательный процесс по практике **Вторая производственная** предполагает использование следующего программного обеспечения и информационных справочных систем:

Презентационные материалы (слайды по темам лекционных и практических занятий).

Доступ в режиме on-line в Электронную библиотечную систему (ЭБС).

Доступ в электронную информационно-образовательную среду университета.

Офисный пакет приложений.

Приложение позволяющее просматривать и воспроизводить медиаконтент PDF-файлов.

Программы, демонстрации видео материалов (проигрыватель).

Программа просмотра интернет контента (браузер).

При освоении материала и выполнения заданий по дисциплине рекомендуется использование материалов, размещенных в Личных кабинетах обучающихся ЕТИС ПГНИУ (**student.psu.ru**).

При организации дистанционной работы и проведении занятий в режиме онлайн могут использоваться:

система видеоконференцсвязи на основе платформы BigBlueButton (<https://bigbluebutton.org/>).

система LMS Moodle (<http://e-learn.psu.ru/>), которая поддерживает возможность использования текстовых материалов и презентаций, аудио- и видеоконтент, а так же тесты, проверяемые задания, задания для совместной работы.

система тестирования Indigo (<https://indigotech.ru/>).

8. Описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики

Для самостоятельной работы необходима аудитория, оснащенная компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», обеспеченная доступом в электронную информационно-образовательную среду университета, а также помещения Научной библиотеки ПГНИУ.

Помещения научной библиотеки ПГНИУ для обеспечения самостоятельной работы обучающихся:

1. Научно-библиографический отдел, корп.1, ауд. 142. Оборудован 3 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

2. Читальный зал гуманитарной литературы, корп. 2, ауд. 418. Оборудован 7 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

3. Читальный зал естественной литературы, корп.6, ауд. 107а. Оборудован 5 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

4. Отдел иностранной литературы, корп.2 ауд. 207. Оборудован 1 персональным компьютером с

доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

5. Библиотека юридического факультета, корп.9, ауд. 4. Оборудована 11 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

6. Читальный зал географического факультета, корп.8, ауд. 419. Оборудован 6 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

Все компьютеры, установленные в помещениях научной библиотеки, оснащены следующим программным обеспечением:

Операционная система ALT Linux;

Офисный пакет Libreoffice.

Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Студентам следует обратить внимание на то, что разные типы прагматических коммуникаций образуют в медиасфере коммуникативные кластеры с проницаемыми границами. В большинстве коммуникативных кампаний используются стратегии и приемы, изначально разработанные для решения разноплановых задач. Тем не менее, в каждом конкретном случае на первый план выдвигаются разные социальные феномены: социальные акторы или социальные проблемы или социальные события или культурные артефакты или коммерческие продукты и услуги.

Следует иметь в виду то, что содержание и результаты практики должны соответствовать утвержденным параметрам. Личный исследовательский и исполнительский вклад необходимо вписать в актуальный прагматический и адекватный научный контекст. Результаты исследований и практических действий должны подкрепляться некоторыми числовыми показателями (включая статистические) и иллюстрироваться визуальными средствами.

Нужно строго следовать этапам планирования работы согласно плану или графику, чтобы избежать авральных ситуаций. Каждый из предварительных вариантов работы необходимо тестировать на наличие и доступность эмпирических данных и уже проведенных исследований в смежных областях.

Оценка по практике выставляется на основании отчета (форма в Приложении № 1), содержащего заключение специалиста о прохождении практики студентом, оценку материалов, подготовленных студентом,

материалы (ссылку на материалы) - не менее десяти (посты в социальных сетях и/или сайтах; таргетинг и рекламное продвижение; сценарии; стрит-токи (и др. аудиоматериалы); визуальные материалы (инфографика, тайм-лайн, интерактивная карта, видеосюжеты) и др), в том числе подготовленные, но не вышедшие в печать материалы,

И дневника по практике в свободной форме с датированным описанием выполненных за период практики заданий (факультативно можно использовать форму Приложения №2).

С самого начала предпочтительно оформлять отчет согласно действующим требованиям. Необходимо при подготовке материалов использовать современные программные продукты и своевременно осваивать новые возможности для обработки эмпирических данных. На заключительном этапе следует подвести содержательные и количественные итоги, чтобы внести как минимум в доклад-презентацию содержание актуальные коррективы.

Практика для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов проводится с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

При определении места практики для инвалидов и лиц с ОВЗ учитываются рекомендации медико-

социальной экспертизы, отраженные в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда.

По запросу обучающихся с ОВЗ и инвалидностью для прохождения практики создаются специальные рабочие места в соответствии с характером нарушений здоровья, а также с учетом профессии, характера труда, выполняемых инвалидом трудовых функций.

Фонды оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Планируемые результаты обучения по дисциплине для формирования компетенции. Индикаторы и критерии их оценивания

ОПК.9

Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии

Компетенция	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
<p>ОПК.9.2 Использует в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии</p>	<p>Знает современные технические средства и ИКТ. Умеет использовать ИКТ. Владеет навыками применения ИКТ в профессиональной деятельности.</p>	<p style="text-align: center;">Неудовлетворительно</p> <p>Не знает современные технические средства и ИКТ. Не умеет использовать ИКТ. Не владеет навыками применения ИКТ в профессиональной деятельности.</p> <p style="text-align: center;">Удовлетворительно</p> <p>Достаточно знает современные технические средства и ИКТ. Достаточно умеет использовать ИКТ. Достаточно владеет навыками применения ИКТ в профессиональной деятельности.</p> <p style="text-align: center;">Хорошо</p> <p>На приемлемом уровне знает современные технические средства и ИКТ. На приемлемом уровне умеет использовать ИКТ. На приемлемом уровне владеет навыками применения ИКТ в профессиональной деятельности.</p> <p style="text-align: center;">Отлично</p> <p>Досконально знает современные технические средства и ИКТ. Досконально умеет использовать ИКТ. Досконально владеет навыками применения ИКТ в профессиональной деятельности.</p>

ОПК.7

Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

Компетенция	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
<p>ОПК.7.2 Создает медиапродукты на основе запросов и потребностей общества и аудитории</p>	<p>Знает типологию медиапродуктов. Умеет создавать медиапродукты. Владеет навыками создания адекватных медиапродуктов.</p>	<p style="text-align: center;">Неудовлетворительно</p> <p>Не знает типологию медиапродуктов. Не умеет создавать медиапродукты. Не владеет навыками создания адекватных медиапродуктов.</p> <p style="text-align: center;">Удовлетворительно</p> <p>Достаточно знает типологию</p>

		<p>Удовлетворительно медиапродуктов. Достаточно умеет создавать медиапродукты. Достаточно владеет навыками создания адекватных медиапродуктов.</p> <p>Хорошо На приемлемом уровне знает типологию медиапродуктов. На приемлемом уровне умеет создавать медиапродукты. На приемлемом уровне владеет навыками создания адекватных медиапродуктов.</p> <p>Отлично Досконально знает типологию медиапродуктов. Досконально умеет создавать медиапродукты. Досконально владеет навыками создания адекватных медиапродуктов.</p>
--	--	---

ПК.2

Способен создавать и распространять медиапродукты

Компетенция	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
<p>ПК.2.2 Использует оптимальные маркетинговые технологии для продвижения медиапродуктов</p>	<p>Знает маркетинговые технологии. Умеет использовать маркетинговые технологии. Владеет навыками продвижения медиапродуктов.</p>	<p>Неудовлетворительно Не знает маркетинговые технологии. Не умеет использовать маркетинговые технологии. Не владеет навыками продвижения медиапродуктов.</p> <p>Удовлетворительно Достаточно знает маркетинговые технологии. Достаточно умеет использовать маркетинговые технологии. Достаточно владеет навыками продвижения медиапродуктов.</p> <p>Хорошо На приемлемом уровне знает маркетинговые технологии. На приемлемом уровне умеет использовать маркетинговые технологии. На приемлемом уровне владеет навыками продвижения медиапродуктов.</p> <p>Отлично Досконально знает маркетинговые технологии. Досконально умеет использовать маркетинговые технологии. Досконально владеет навыками продвижения медиапродуктов.</p>
<p>ПК.2.1 Разрабатывает коммуникативные</p>	<p>Знает способы разработки коммуникативных стратегий. Умеет разрабатывать</p>	<p>Неудовлетворительно Не знает способы разработки коммуникативных стратегий. Не умеет</p>

<p>стратегии для продвижения медиапродуктов</p>	<p>коммуникативные стратегии. Владеет навыками продвижения медиапродуктов.</p>	<p>Неудовлетворительно разрабатывать коммуникативные стратегии. Не владеет навыками продвижения медиапродуктов.</p> <p>Удовлетворительно Достаточно знает способы разработки коммуникативных стратегий. Достаточно умеет разрабатывать коммуникативные стратегии. Достаточно владеет навыками продвижения медиапродуктов.</p> <p>Хорошо На приемлемом уровне знает способы разработки коммуникативных стратегий. На приемлемом уровне умеет разрабатывать коммуникативные стратегии. На приемлемом уровне владеет навыками продвижения медиапродуктов.</p> <p>Отлично Досконально знает способы разработки коммуникативных стратегий. Досконально умеет разрабатывать коммуникативные стратегии. Досконально владеет навыками продвижения медиапродуктов.</p>
---	--	---

Оценочные средства

Вид мероприятия промежуточной аттестации : Экзамен

Способ проведения мероприятия промежуточной аттестации : Письменное контрольное мероприятие

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации :

2

Показатели оценивания

<p>Проект концептуально и прагматически не соответствует основной деятельности компании, не отвечает стандартным требованиям прагматических коммуникаций и не оформлен как программный документ в виде мультимедийной презентации.</p>	<p>Неудовлетворительно</p>
<p>Проект концептуально и прагматически плохо соответствует основной деятельности компании, плохо отвечает стандартным требованиям прагматических коммуникаций и плохо оформлен как программный документ в виде мультимедийной презентации.</p>	<p>Удовлетворительно</p>
<p>Проект концептуально и прагматически достаточно соответствует основной деятельности компании, достаточно отвечает стандартным требованиям прагматических коммуникаций и достаточно оформлен как программный документ в виде мультимедийной презентации.</p>	<p>Хорошо</p>

Проект концептуально и прагматически полностью соответствует основной деятельности компании, полностью отвечает стандартным требованиям прагматических коммуникаций и полностью оформлен как программный документ в виде мультимедийной презентации.

Отлично