

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Курганский государственный университет»  
(КГУ)

Кафедра «Журналистика и массовые коммуникации»



УТВЕРЖДАЮ:  
Первый проректор  
Т.Р. Змызгова  
«сентябрь» 2021 г.

## **Программа преддипломной практики**

образовательной программы высшего образования –  
программы бакалавриата

**42.03.01 – Реклама и связи с общественностью**  
Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью

Формы обучения: заочная

Курган 2021



## 1. ОБЪЕМ, СПОСОБ И ФОРМА ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Всего: 6 зачетных единиц трудоемкости (6 недель).

Таблица 3- Объем, способ и форма проведения практики для заочной формы обучения

Курс	5
Семестр	10
Трудоемкость, ЗЕ	6
Трудоемкость, ак. час	216
Продолжительность, недель	6
Способ проведения практики	Стационарная
Форма проведения практики	Дискретная
Форма промежуточной аттестации	Дифференцированный зачет (материалы ВКР)

## 2. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Преддипломная практика по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» входит в Блок 2 «Практика», обязательная часть.

**Вид практики** – производственная.

**Тип практики** - преддипломная

Преддипломная практика предполагает целенаправленную работу над проектным или исследовательским материалом в зависимости от типа и темы выпускной работы.

Прохождение производственной практики базируется на сумме знаний, умений, навыков и компетенций, приобретенных обучающимися в ходе изучения следующих дисциплин:

- «Основы интегрированных коммуникаций (реклама и PR)»;
- «Правовые основы профессиональной деятельности»;
- «Медиадизайн»;
- «Этические основы рекламы и пиар»;
- «Технические средства и информационно-коммуникационные техники в рекламе и PR»;
- «Профессионально-творческий практикум»
- Реклама в интернете;
- PR в интернете;
- реклама на радио и телевидении;
- Социология массовых коммуникаций;
- психология массовых коммуникаций;
- маркетинговые исследования и ситуационный анализ;
- технологии менеджмента в рекламе и PR
- профессионально-творческая практика.



Результаты обучения при прохождении преддипломной практики необходимы для качественного выполнения разделов выпускной квалификационной работы и прохождения итоговой государственной аттестации.

**Требования к входным знаниям, умениям, навыкам и компетенциям,** приобретенным в результате освоения предшествующих частей ООП, и необходимым при освоении преддипломной практики:

обучающийся должен

**знать:**

- общие закономерности и механизмы коммуникативной деятельности;
- сущность, роль и функции рекламы и связей с общественностью в современном обществе;
- роль аудитории, важность учета её характеристик, механизмов восприятия и влияния массовой информации; рекламы и мероприятий по связям с общественностью на целевые аудитории;
- принципы психологической безопасности в массовой коммуникации;
- специфику рекламы и связей с общественностью как сфер профессиональной деятельности, их функции и принципы;
- специфику электронных СМИ и рекламы в электронных СМИ;
- российские и международные этические и правовые нормы, кодексы профессиональной этики; понимать значение этических и правовых регуляторов в рекламной и PR – деятельности;
- современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии;

**уметь:**

- применять данные знания на практике;
- анализировать явления социальной действительности с профессиональной точки зрения специалиста по рекламе и связям с общественностью;
- применять типовые методы разработки, реализации рекламы и мероприятий по связям с общественностью;
- базироваться на полученных общетеоретических знаниях концептуального характера в профессиональной деятельности;
- организовывать интерактивное общение с аудиторией;
- использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии;
- создавать рекламный контент для печатных и электронных СМИ.

**владеть:**

- навыками коллективной работы как профессионально-творческой;
- навыками анализа деятельности рекламы и связей с общественностью в различных сферах;
- навыками анализа информационных потоков;
- навыками постановки целей и задач профессиональной деятельности в области рекламы и мероприятий по связям с общественностью;
- навыками применения современных технологий реализации профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью;
- навыками разработки рекламного продукта, мероприятий по связям с общественностью;



- способностью 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 - методами оценки эффективности результатов профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью;
- способностью участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.

Результаты обучения при прохождении практики необходимы для качественного выполнения разделов выпускной квалификационной работы, прохождения итоговой государственной аттестации, а также для закрепления практических знаний и умений профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, практических навыков для работы PR-специалистов и специалистов по рекламе.

### **3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ**

Организация преддипломной практики направлена подготовку материалов и написание выпускной квалификационной работы.

**Целью прохождения практики является**

– выполнение выпускной квалификационной работы.

**Основные задачи:**

- Углубление, систематизация и закрепление теоретических знаний, полученных студентами по дисциплинам общепрофессионального модуля и специальных дисциплин;
- Формирование у студентов навыков творческого мышления и самостоятельной деятельности при анализе проблемы;
- Сбор, обработка, обобщение и анализ материалов для выполнения выпускной квалификационной работы;
- Выполнение выпускной квалификационной работы.

**Компетенции, формируемые в результате прохождения производственной практики:**

- Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности (ОПК-4);
- Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования правовых и этических норм регулирования (ОПК-5);
- Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта (ПК-3);
- Способность применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций (ПК-4).

В результате прохождения преддипломной практики студент должен

**знать:**

ОПК-4	- основные запросы и потребности общества и аудитории в сфере связей с
-------	--



	общественностью;
ОПК-5	- основы учета в профессиональной деятельности тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования;
ПК-3	- основы реализации проектов в сфере рекламы и связей с общественностью;
ПК-4	- основы внутренних и внешних коммуникаций;

**уметь:**

ОПК-4	- использовать технологии ответа на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности
ОПК-5	- оценивать влияние тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира на профессиональную деятельность;
ПК-3	- участвовать в реализации проектов в сфере рекламы и связей с общественностью;
ПК-4	- участвовать в мероприятиях по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры;

**владеть:**

ОПК-4	- навыками ответа на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.
ОПК-5	- навыками учета в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
ПК-3	- навыками реализации проектов в сфере рекламы и связей с общественностью.
ПК-4	- навыками участия в организации и оценке внутренних и внешних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.

## 4. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА ПРАКТИКИ

### 4.1 Назначение руководителей и выбор баз практики

Организация практики бакалавров 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» осуществляется выпускающей кафедрой «Журналистика и МК», участвующей в реализации образовательной программы. Базой практики является кафедра Журналистики и массовых коммуникаций КГУ.

Перед началом практики выпускающая кафедра проводит консультацию по написанию ВКР. Руководителями практики являются преподаватели кафедры, утвержденные приказом ректора университета (научные руководители ВКР).

### 4.2 Организация и руководство практикой

Студент совместно с научным руководителем ВКР (руководитель практики) составляет план ВКР, оформляет титульный лист, оглавление ВКР, приступает к написанию дипломной работы. Руководитель практики контролирует данный процесс, консультирует студента по всем возникшим вопросам, проверяет материалы ВКР.



## 5 СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

### 5.1 Содержание практики

Студентам в течение практики необходимо выполнить:

1. Написать ВКР – титульный лист, оглавление, основная часть работы.

### 5.2. Структура практики

№ раздела (этапа)	Наименование раздела (этапа)	Продолжительность, дни
		заочная форма
1	Организационно-деятельностный этап	2
2	Основной (деятельностный) этап	20
3	Подготовка и защита отчета по практике	2
	<b>Итого:</b>	<b>24</b>

### 5.3 Виды работ, выполняемых при прохождении практики

#### 1 этап: Организационно-деятельностный этап.

Собрание по преддипломной практике. Требования к отчёту и отчетной документации по итогам практики. Утверждение плана ВКР с научным руководителем.

#### 2 этап: Основной этап

Непосредственная работа по написанию ВКР.

#### 3 этап: Подготовка и защита отчета по практике

Сдача ВКР научному руководителю

## 6 ФОРМЫ ОТЧЕТНОСТИ ПО ПРАКТИКЕ

Основной формой отчетности по учебной практике является ВКР.

## 7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ АТТЕСТАЦИИ ПО ПРАКТИКЕ

### 7.1 Перечень оценочных средств

1. ВКР.

Текущий контроль прохождения преддипломной практики студента проводится на основе контроля выполнения основных этапов плана преддипломной практики.

### 7.2 Процедура оценивания результатов прохождения практики

#### Дифференцированный зачет

Для заочной формы обучения руководитель выставляет оценку по итогам прохождения практики, оценивая полноту выполнения ВКР.

### 7.3. Примеры оценочных средств для зачета по практике

для заочной формы обучения:

- Оценка "5" - 75-100% готовой работы (40 страниц текста);
- оценка "4" - 50-74% готовой работы (25-39 страниц текста);
- оценка "3" - 25-49% готовой работы (15-24 страницы);



оценка "2" - менее 25% готовой работы.

Объём работы ВКР (теоретический, исторический) - минимум 50 страниц формата А4, 1,5 интервал, 14 кегль, Times New Roman.

Объём работы для практического диплома может быть меньше 50 страниц по согласованию с научным руководителем.

**Основными критериями для оценки являются:** качество и объём написанной ВКР.

#### **7.4. Фонд оценочных средств**

Основные показатели, критерии, шкалы оценивания компетенций, определяющие процедуры оценивания образовательных результатов, приведены в учебно-методическом комплексе практики.

### **8. УЧЕБНАЯ, МЕТОДИЧЕСКАЯ ЛИТЕРАТУРА НЕОБХОДИМАЯ ДЛЯ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ**

#### **8.1 Основная литература**

1. Связи с общественностью: Теория и технологии [Электронный ресурс] : Учебник для студентов вузов / В. Ф. Кузнецов. - 3-е изд., испр. и перераб. - М. : Аспект Пресс, 2009. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756705386.html>.
2. Основы рекламной деятельности: организация, планирование, оценка эффективности [Электронный ресурс] : учеб.-метод. пособие / А.М. Пономарева. - М.: Финансы и статистика, 2010. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785279032532.html>
3. Реклама в СМИ: история, технологии, классификация [Электронный ресурс] / Щепилова Г.Г. - М. : Издательство Московского государственного университета, 2010. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785211057999.html>

#### **8.2. Дополнительная литература**

1. Связи с общественностью: гражданский диалог [Электронный ресурс]: учебное пособие / Кузьменкова М.А. - М. : Издательство Московского государственного университета, 2010. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785211058095.html>
2. Связи с общественностью: Теория, практика, коммуникативные стратегии: Учеб. пособие для студентов вузов [Электронный ресурс] / Горохов В.М., Гринберг Т.Э. - М. : Аспект Пресс, 2017. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756708967.html>
3. Искусство продвижения сайта. Полный курс SEO: от идеи до первых клиентов [Электронный ресурс] / Мелькин Н.В, Горяев К.С. - М. : Инфра-Инженерия, 2017. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785972901395.html>
4. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учеб. пособие для студентов вузов [Электронный ресурс] / Чумиков А.Н. - М. : Аспект Пресс, 2016. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756708196.html>



## **9. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ**

1. ЭБС «Лань»
2. ЭБС «Консультант студента»
3. ЭБС «Znaniium.com»
4. «Гарант» - справочно-правовая система

## **10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Материально-техническое обеспечение по реализации дисциплины осуществляется в соответствии с требованиями ФГОС ВО по данной образовательной программе.

## **11. ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ДИСТАНЦИОННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

При использовании электронного обучения и дистанционных образовательных технологий (далее ЭО и ДОТ) занятия полностью или частично проводятся в режиме онлайн. Объем дисциплины и распределение нагрузки по видам работ соответствует п. 4.1. Распределение баллов соответствует п. 6.2 либо может быть изменено в соответствии с решением кафедры, в случае перехода на ЭО и ДОТ в процессе обучения. Решение кафедры об используемых технологиях и системе оценивания достижений обучающихся принимается с учетом мнения ведущего преподавателя и доводится до обучающихся