

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
ПЕРВАЯ ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ
Код УМК 94223

Утверждено
Протокол №11
от «21» мая 2021 г.

Пермь, 2021

1. Вид практики, способ и форма проведения практики

Вид практики **производственная**

Тип практики **практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности**

Способ проведения практики **стационарная**

Форма (формы) проведения практики **дискретная**

2. Место практики в структуре образовательной программы

Производственная практика « Первая 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 :

- подготовка обучающимся публикаций для коммуникативных кампаний;
- формирование профессионального мировоззрения обучающегося в области рекламы и связей с общественностью;
- создание условий для усвоения обучающимися базовых умений и навыков в соответствии 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;
- освоить виды профессиональной деятельности, необходимые для дальнейшей практической работы;
- развить способности самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения по подготовке публикаций.

3. Перечень планируемых результатов обучения

В результате прохождения практики **Первая 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 прохождения производственной практики студент сумеет приобрести базовые навыки практической деятельности в профессиональной области за счет формирования и закрепления компетенций в ходе создания публикаций, участия в общих событиях организации, 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	6
Объем практики (з.е.)	6
Объем практики (ак.час.)	216
Форма отчетности	Экзамен (6 триместр)

Примерный график прохождения практики

Количество часов	Содержание работ	Место проведения
Первая производственная практика		
216	Выработка первичных умений и навыков обучающихся осуществлять профессиональную деятельность за счет участия в реализации коммуникативных мероприятий и кампаний	ПГНИУ и организации, с которыми действует актуальный договор на прохождение практики
Подготовительный этап		
8	Поиск и выбор организации для прохождения практики	ПГНИУ
Производственный этап		
200	Составление плана и прохождение практики в организации	ПГНИУ и организации, с которыми действует актуальный договор на прохождение практики
Отчетный этап		
8	Подготовка отчетных документов и отчета-презентации по практике	ПГНИУ

5. Перечень учебной литературы, необходимой для проведения практики

Основная

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. Пустовалов А. В. Социальные коммуникации в Интернет: учебно-методическое пособие для студентов, обучающихся по направлению подготовки бакалавров «Журналистика» / А. В. Пустовалов. — Пермь: ПГНИУ, 2021, ISBN 978-5-7944-3622-8.-91. <https://elis.psu.ru/node/642465>

Дополнительная

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. 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. Ясинская, М. Б. Литература : практикум по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» / М. Б. Ясинская. — Москва : Московский гуманитарный университет, 2017. — 104 с. — ISBN 978-5-906912-38-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/74728.html>
4. Глазова, Л. Зачем пиарщику линейка? Советы по измерению коммуникаций / Л. Глазова ; под редакцией И. Шестакова, Е. Ермолаевой. — Москва : Альпина ПРО, 2021. — 168 с. — ISBN 978-5-907394-94-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. <https://www.iprbookshop.ru/119594>

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

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

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 **Первая 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 предусматривается аудитория для самостоятельной работы, оснащенная компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», обеспеченная доступом в электронную информационно-образовательную среду университета. Помещения Научной библиотеки ПГНИУ.

Помещения научной библиотеки ПГНИУ для обеспечения самостоятельной работы обучающихся:

1. Научно-библиографический отдел, корп.1, ауд. 142. Оборудован 3 персональными компьютера 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. 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.

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 пяти (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).

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
ОПК.9.2 Использует в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	Знает современные технические средства и ИКТ. Умеет пользоваться техническими средствами и ИКТ. Владеет навыками применения ИКТ для решения профессиональных задач.	<p>Неудовлетворительно</p> <p>Не знает современные технические средства и ИКТ. Не умеет пользоваться техническими средствами и ИКТ. Не владеет навыками применения ИКТ для решения профессиональных задач.</p> <p>Удовлетворительно</p> <p>Достаточно знает современные технические средства и ИКТ. Достаточно умеет пользоваться техническими средствами и ИКТ. Достаточно владеет навыками применения ИКТ для решения профессиональных задач.</p> <p>Хорошо</p> <p>Приемлемо знает современные технические средства и ИКТ. Приемлемо умеет пользоваться техническими средствами и ИКТ. Приемлемо владеет навыками применения ИКТ для решения профессиональных задач.</p> <p>Отлично</p> <p>Досконально знает современные технические средства и ИКТ. Досконально умеет пользоваться техническими средствами и ИКТ. Досконально владеет навыками применения ИКТ для решения профессиональных задач.</p>

ОПК.7

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

Компетенция	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
ОПК.7.2 Создает медиапродукты на основе запросов и потребностей общества	Знает структуру и типологию медиапродуктов. Умеет создавать медиапродукты. Владеет навыками создания	<p>Неудовлетворительно</p> <p>Не знает структуру и типологию медиапродуктов. Не умеет создавать медиапродукты. Не владеет навыками</p>

и аудитории	медипродуктов в соответствие с запросами целевых групп.	<p>Неудовлетворительно создания медипродуктов в соответствие с запросами целевых групп.</p> <p>Удовлетворительно Достаточно знает структуру и типологию медиапродуктов. Достаточно умеет создавать медиапродукты. Достаточно владеет навыками создания медипродуктов в соответствие с запросами целевых групп.</p> <p>Хорошо Приемлемо знает структуру и типологию медиапродуктов. Приемлемо умеет создавать медиапродукты. Приемлемо владеет навыками создания медипродуктов в соответствие с запросами целевых групп.</p> <p>Отлично Досконально знает структуру и типологию медиапродуктов. Досконально умеет создавать медиапродукты. Досконально владеет навыками создания медипродуктов в соответствие с запросами целевых групп.</p>
-------------	---	---

ПК.2

Способен создавать и распространять медиапродукты

Компетенция	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
ПК.2.2 Использует оптимальные маркетинговые технологии для продвижения медиапродуктов	Знает маркетинговые технологии. Умеет использовать маркетинговые технологии. Владеет навыками продвижения медиапродуктов.	<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 Приемлемо знает маркетинговые технологии. Приемлемо умеет использовать маркетинговые технологии. Приемлемо владеет навыками продвижения медиапродуктов.</p> <p>Отлично Досконально знает маркетинговые технологии. Досконально умеет использовать маркетинговые технологии. Досконально владеет навыками</p>

		Отлично продвижения медиапродуктов.
ПК.2.1 Разрабатывает коммуникативные стратегии для продвижения медиапродуктов	Знает коммуникативные стратегии. Умеет использовать коммуникативные стратегии. Владеет навыками продвижения медиапродуктов.	<p>Неудовлетворительно Не знает коммуникативные стратегии. Не умеет использовать коммуникативные стратегии. Не владеет навыками продвижения медиапродуктов.</p> <p>Удовлетворительно Достаточно знает коммуникативные стратегии. Достаточно умеет использовать коммуникативные стратегии. Достаточно владеет навыками продвижения медиапродуктов.</p> <p>Хорошо Приемлемо знает коммуникативные стратегии. Приемлемо умеет использовать коммуникативные стратегии. Приемлемо владеет навыками продвижения медиапродуктов.</p> <p>Отлично Досконально знает коммуникативные стратегии. Досконально умеет использовать 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

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.	Неудовлетворительно
Проект частично концептуально и прагматически встроен в деятельность компании, частично отвечает стандартным требованиям прагматических коммуникаций и оформлен как программный документ в форме мультимедийной презентации.	Удовлетворительно
Проект полностью концептуально и прагматически встроен в основную деятельность компании, частично отвечает стандартным требованиям прагматических коммуникаций и оформлен как программный документ в виде мультимедийной презентации.	Хорошо

Проект полностью концептуально и прагматически встроен в основную деятельность компании, полностью отвечает стандартным требованиям прагматических коммуникаций и должным образом оформлен как программный документ в виде мультимедийной презентации.	Отлично
--	----------------