

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

ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА

Производственная практика, научно-исследовательская работа

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 16
самостоятельная работа 92

Виды контроля в семестрах:
зачеты 7

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	7 (4.1)		Итого	
	уп	рп		
Неделя	17 2/6			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Практические	16	16	16	16
Итого ауд.	16	16	16	16
Контактная работа	16	16	16	16
Сам. работа	92	92	92	92
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):

Ст. преподаватель, Ганеева Л.Д.

Рабочая программа дисциплины

Производственная практика, научно-исследовательская работа

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 доцен. Филос. н. Родермель Т.А.

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

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

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	
1.1	Целями производственной практики, научно-исследовательской работы является формирование умений и навыков практической работы выпускника применительно к конкретной отрасли деятельности организации; создать условия для формирования практических компетенций будущего специалиста по рекламе и связям с общественностью, а также сбор материала для выполнения и защиты выпускной

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП	
Цикл (раздел) ООП:	Б2.О.01
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Брендинг
2.1.2	Интегрированное продвижение в интернете и социальных медиа
2.1.3	Консалтинг в связях с общественностью
2.1.4	Медиапланирование
2.1.5	Реклама и связи с общественностью в политике, государственных структурах и бизнесе
2.1.6	Копирайтинг
2.1.7	Корпоративная культура
2.1.8	Производственная практика, профессионально-творческая практика
2.1.9	Учебная практика, профессионально-ознакомительная практика (бизнес-планирование)
2.1.10	Теория и практика массовой информации
2.1.11	Учебная практика, профессионально-ознакомительная практика (социальное проектирование)
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Консалтинг в связях с общественностью
2.2.2	Бизнеспланирование
2.2.3	Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью
2.2.4	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
2.2.5	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
2.2.6	Производственная практика, преддипломная практика
2.2.7	Психология карьеры

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
ПК-1.3: Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	
ПК-4.4: Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций	
ПК-6.1: Осуществляет редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта	

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	- 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;
3.1.2	- основы планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий внутри корпорации;
3.1.3	- основные виды и жанры текстов и документов, используемых в сфере рекламы и связей с
3.2	Уметь:

3.2.1	- разрабатывать коммуникационную инфраструктуру предприятия, его внешние и внутренние коммуникации, формировать корпоративную культуру организации методами рекламы и связей с
3.2.2	- планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия, способствующие формированию корпоративной культуры;
3.2.3	- редактировать тексты различной стилистики; разрабатывать тексты различных видов и жанров, используемых 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, охраны труда, пожарной безопасности, правилами внутреннего трудового распорядка. Организационные методические, педагогические, психологические установки.	7	2	ПК-1.3 ПК-4.4 ПК-6.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л3.1 Э1	
	Раздел 2. Подготовительный					
2.1	Мероприятия по сбору, обработки и систематизации материала, наблюдение. Определение источников информации, направлений деятельности и плана практики. Разработка плана деятельности. /Пр/	7	6	ПК-1.3 ПК-4.4 ПК-6.1	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.3 Л3.1 Э1	
2.2	Мероприятия по сбору, обработки и систематизации материала, наблюдение. Определение источников информации, направлений деятельности и плана практики. Разработка плана деятельности. /Ср/	7	28	ПК-1.3 ПК-4.4 ПК-6.1	Л1.2 Л1.3 Л2.4 Л2.5 Л2.3 Л3.1 Э1	
	Раздел 3. Производственный					
3.1	Выполнение индивидуальных занятий, необходимых для получения опыта работы по выбранной профессии. Организация и подготовка рекламных и PR-мероприятий. Обработка и анализ полученной	7	6	ПК-1.3 ПК-4.4 ПК-6.1	Л1.3 Л1.1 Л2.5 Л2.1 Л2.3 Л3.1 Э1	
3.2	Выполнение индивидуальных занятий, необходимых для получения опыта работы по выбранной профессии. Организация и подготовка рекламных и PR-мероприятий. Обработка и анализ полученной	7	36	ПК-1.3 ПК-4.4 ПК-6.1	Л1.4 Л2.3 Л2.4 Л2.2 Л3.1 Э1	
	Раздел 4. Этап обработки и анализа полученной информации по выполненным					

4.1	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 проблемных вопросов практики,	7	2	ПК-1.3 ПК- 4.4 ПК-6.1	Л1.3 Л1.2Л2.4 Л2.1 Л2.3Л3.1 Э1	
4.2	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 проблемных вопросов практики,	7	26	ПК-1.3 ПК- 4.4 ПК-6.1	Л1.4 Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.3 Л2.1 Л2.4Л3.1 Э1	
4.3	/Зачёт/	7	2	ПК-1.3 ПК- 4.4	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	Синяева И. М., Жильцова О. Н., Жильцов Д. А.	Реклама и связи с общественностью: учебник для вузов	Москва: Юрайт, 2023, электронный ресурс	1
Л1.2	Поляков В. А., Романов А. А.	Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник и практикум для вузов	Москва: Юрайт, 2023, электронный ресурс	1
Л1.3	Селезнева Л. В.	Подготовка рекламного и PR-текста: учебное пособие для вузов	Москва: Юрайт, 2022, электронный ресурс	1
Л1.4	Коноваленко В. А., Коноваленко М. Ю., Швед Н. Г.	Реклама и связи с общественностью: введение в специальность: учебник	Москва: Юрайт, 2023, электронный ресурс	1

6.1.2. Дополнительная литература

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

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Ачкасова В. А., Володина Л. В., Бабочиева М. Л., Белянина Н. Н., Быстрянец С. Б., Быков И. А., Гончаров В. Э., Гусев К. А., Карпухина О. К., Меткин М. В.,	Связи с общественностью как социальная инженерия: учебник для вузов	Москва: Юрайт, 2023, электронный ресурс	1
Л2.2	Чернышева А. М., Якубова Т. Н.	Брендинг: учебник для бакалавров для вузов	Москва: Юрайт, 2023, электронный ресурс	1
Л2.3	Жильцова О. Н., Синяева И. М., Жильцов Д. А.	Рекламная деятельность: учебник и практикум для вузов	Москва: Юрайт, 2023, электронный ресурс	1
Л2.4	Фадеева Е. Н., Сафронов А. В., Красильникова М. А.	Связи с общественностью: учебник и практикум для вузов	Москва: Юрайт, 2023, электронный ресурс	1
Л2.5	Курумчина А. Э.	Социокультурные коммуникации. Проекты социальных трансформаций и всемирные выставки: учебное пособие для вузов	Москва: Юрайт, 2023, электронный ресурс	1

6.1.3. Методические разработки

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л3.1	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	Пакет прикладных программ Microsoft Office, операционная система Microsoft Windows.			

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 (Производственная практика,
научно-исследовательская работа) практики**

Квалификация выпускника	<i>Бакалавр</i>
Направление подготовки	<i>42.03.01</i>
Направленность (профиль)	<i>Реклама и связи с общественностью</i> <i>Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере</i>
Форма обучения	<i>Очная</i>
Выпускающая кафедра	<i>Психологии</i>

Перечень компетенций, которые формируются в процессе освоения дисциплины

Коммуникация ПК-1.3.

Участвует 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 массовой информации.	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.

Компетенция ПК-4.4.

Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций

Знает	Умеет	Владеет
основы планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий внутри корпорации	планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия, способствующие формированию корпоративной культуры;	навыками планирования и организации под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий, направленных на формирование и поддержание корпоративной культуры организации

Компетенция ПК-6.1.

Осуществляет редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта

Знает	Умеет	Владеет
основные виды и жанры текстов и документов, используемых в сфере рекламы и связей с общественностью.	редактировать тексты различной стилистики; разрабатывать тексты различных видов и жанров, используемых в сфере рекламы и связей с общественностью.	навыками литературного редактирования, копирайтинга

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: «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 требованиям 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 требованиям 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.