

**ГОУ ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ**

**Кафедра журналистики**



**УТВЕРЖДАЮ:**

проректор по научно-методической  
и учебной работе

Е.И. Скафа

«23» апреля 2020 г.

МП

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Учебная (ознакомительная) практика»**

Направление подготовки:	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Образовательная программа:	бакалавриат
Квалификация:	академический бакалавр
Форма обучения:	очная, заочная

Донецк 2020

**УТВЕРЖДАЮ:**

И.о. декана филологического факультета

Квашина Л. П.

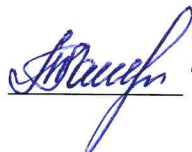
«22» апреля 2020 г.

МП

Программа учебной дисциплины «Учебная (ознакомительная) практика» составлена на основании Государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования (ГОС ВПО) Донецкой Народной Республики (ДНР) по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённого приказом Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики № 383 от 19.04.2016 г., Порядка организации учебного процесса в образовательных организациях высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики, утверждённого приказом Министерством образования и науки ДНР № 1171 от «10» ноября 2017 г.; учебных планов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (формы обучения: очная и заочная), разработанных в ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет».

Разработчик:

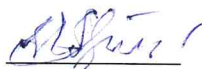
ст.препод.



Т.В. Гудова

Программа учебной дисциплины утверждена на заседании кафедры журналистики  
Протокол № 9 от «16» апреля 2020 г.

Заведующий кафедрой.



И.М. Артамонова

Программа учебной дисциплины одобрена учебно-методической комиссией  
филологического факультета

Протокол № 9 от «20» апреля 2020 г.

Председатель учебно-методической комиссии филологического факультета



Н. А. Шокотко

## 1. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ И МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ

Учебная (ознакомительная) практика студентов является неотъемлемой и составной частью учебного процесса в вузе и выступает средством формирования приобретенных теоретических знаний в систему профессиональных знаний, умений и навыков специалиста по рекламе и связям с общественностью.

Дисциплина изучается на 2 курсе во 2 семестре.

## 2. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

<i>Характеристика учебной дисциплины</i>		
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью	
Профиль		
Образовательная программа	бакалавриат	
Квалификация	Академический бакалавр	
Количество содержательных модулей (тем)	3 этапа	
Дисциплина базовой / вариативной части образовательной программы	Дисциплина блока ПРАКТИКИ	
Формы контроля	зачет	
Показатели	очная форма обучения	заочная форма обучения
Количество зачетных единиц (кредитов)	3	3
Количество часов	108	108
Год подготовки	2	2
Семестр	2	2
Количество часов	108	108
- лекционных	-	-
- практических, семинарских	-	-
- лабораторных	-	-
- самостоятельной работы	108	108
в т.ч. индивидуальное задание	-	-
Недельное количество часов, т.ч.	27	27

## 3. ОПИСАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебная (ознакомительная) практика направлена на формирование у студентов адекватного представления об их будущей профессии и овладение элементарными навыками работы по специальности.

Учебная (ознакомительная) практика предназначена для общей ориентации студентов в реальных условиях деятельности по выбранному направлению подготовки.

**Программа учебной (ознакомительной) практики должна включать:**

- первоначальное знакомство с профессией;
- знакомство с организацией, осуществляющей рекламную деятельность;
- практическое закрепление теоретических знаний, полученных в процессе обучения;
- овладение первичными навыками работы по направлению подготовки;
- овладение навыками проведения прикладной научно исследовательской работы по направлению подготовки;
- овладение навыками оформлять необходимую в работе документацию;

- составление отчета о практике;
- защите отчета по практике.

**Задачи** учебно-ознакомительной практики состоят в том, что студенты должны:

- **ознакомиться** с общими принципами деятельности по рекламе и связям с общественностью в организации (учреждении), в которой проходят практику;
- **ознакомиться** с законодательной и нормативной базой деятельности служб (организаций, специалистов) по рекламе и связям с общественностью;
- **оказывать помощь** PR-менеджерам в их работе;
- **самостоятельно выполнять** некоторые виды рекламной работы;
- **узнать:** практические приемы и методы работы PR-специалистов; основы деловой коммуникации работников рекламы; этические нормы рекламной деятельности; основные правовые нормы, регулирующие рекламную деятельность;
- **научиться:** использовать полученные теоретические знания в практической деятельности; общим приемам профессиональной коммуникации; работать с информационными источниками и материалами; работать с использованием оргтехники; первичным навыкам организации и проведения специальных мероприятий, презентаций, PR-акций, контактов со СМИ; составлять отчеты о проделанной работе.

Полнота и степень детализации этих задач регламентируется в индивидуальном задании применительно к особенностям и возможностям конкретной базы практики, а также с учетом интересов будущего трудоустройства студентов.

#### **Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ГОС ВПО по данному направлению подготовки (профилю):

##### **а) общекультурных компетенций:**

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);
- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);

##### **общепрофессиональными компетенциями (ОПК):**

- обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);

##### **профессиональными компетенциями (ПК)**

*организационно-управленческая деятельность:*

- способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);

*коммуникационная деятельность:*

- способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);

*рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая деятельность:*

- владение компетенциями организации и проведения маркетинговых исследований (ПК-9);
- владение навыками медиамониторинга, написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11).

#### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Порядковый номер и название этапа	Содержание этапа
<b>Этап 1.</b> <b>Подготовительный</b>	<p>Во время учебно-ознакомительной практики студенту необходимо изучить следующие теоретико-прикладные вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- современная рекламная коммуникация;</li> <li>- взаимоотношения участников рекламного процесса;</li> <li>- структура рекламных агентств, их функции;</li> <li>- структура и функции отдела рекламы в организации;</li> <li>- рекламная деятельность организации;</li> <li>- коммуникационные проекты;</li> <li>- деловая коммуникация с потенциальными рекламоделателями;</li> <li>- приемы и правила ведения переговоров.</li> </ul>
<b>Этап 2. Основной</b>	<p>Во время учебно-ознакомительной практики студенту необходимо собрать следующие материалы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сведения об истории организации, основных направлениях ее деятельности;</li> <li>- структура организации;</li> <li>- положение об отделе рекламы, должностные инструкции специалистов отдела;</li> <li>- информация о рекламных проектах организации, план рекламных мероприятий, медиаплан, бюджет.</li> </ul> <p>Во время учебно-ознакомительной практики студент может выполнять следующие виды индивидуальных заданий:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- работа по поиску заказчиков, рекламоделателей;</li> <li>- участие в BTL-акциях;</li> <li>- работа на стенде;</li> <li>- участие в проведении опросов, мониторинга СМИ;</li> <li>- участие в рекламных разработках.</li> </ul>
<b>Этап 3.</b> <b>Заключительный</b>	<p>Подготовка отчёта по практике. Защита отчёта.</p>

(пп. 5 – 14 являются необязательной формой и носят рекомендательный характер)

**5. Темы семинарских занятий**

**6. Темы практических занятий**

**7. Темы лабораторных занятий**

**8. Самостоятельная работа**

**10. Индивидуальные задания**

**11. Контрольные вопросы к промежуточной аттестации**

**12. Образец экзаменационного билета**

**13. Образец тестового задания (при наличии)**

**14. Критерии оценивания (разрабатываются и утверждаются кафедрой)**

### Шкала оценивания

Оценка по шкале ECTS	Оценка по 100-балльной шкале	Оценка по государственной шкале (экзамен, дифференцированный зачет)	
A	90-100	5 (отлично)	зачтено
B	80-89	4 (хорошо)	зачтено
C	75-79	4 (хорошо)	зачтено
D	70-74	3 (удовлетворительно)	зачтено
E	60-69	3 (удовлетворительно)	зачтено
FX	35-59	2 (неудовлетворительно) с возможностью повторной сдачи	не зачтено
F	0-34	2 (неудовлетворительно) с возможностью повторной сдачи при условии обязательного набора дополнительных баллов	не зачтено

### Шкала оценивания знаний в ходе обучения и аттестации

Сумма баллов	Оценка	Объем знаний
Оценивание работы студента в течение семестра		
0 – 59	неудовлетворительно	<ul style="list-style-type: none"> <li>- студент не предоставил все установленные формы отчетности (отзыв, отчет) в требуемые сроки;</li> <li>- отчет оформлен с нарушениями требований ГОСТ, документированной процедурой вуза, методических рекомендаций выпускающей кафедры;</li> <li>- имеются отметки о грубых нарушениях трудовой дисциплины или имеются серьезные замечания со стороны руководителя практики от организации;</li> <li>- отчет практически не соответствует выданному до начала практики заданию;</li> <li>- при составлении материалов отчета студент не показал удовлетворительный уровень подготовки по направлению подготовки в рамках прослушанных теоретических курсов;</li> <li>- навыки, полученные студентом в ходе прохождения практики, не отвечают требованиям осуществления профессиональной деятельности бакалавра рекламы и связей с общественностью;</li> <li>- на итоговом собеседовании по практике студент не продемонстрировал знание теоретико-прикладных вопросов, которые ему необходимо было изучить во время практики.</li> </ul>
60– 69	удовлетворительно	<ul style="list-style-type: none"> <li>- студент предоставил не все установленные формы отчетности (отзыв, отчет) в требуемые сроки;</li> <li>- отчет оформлен с нарушениями требований ГОСТ, документированной процедурой вуза, методических рекомендаций выпускающей кафедры;</li> <li>- имеются отметки о нарушениях трудовой дисциплины или имеются замечания со стороны руководителя практики от организации;</li> <li>- отчет практически в основном соответствует выданному до начала практики заданию;</li> <li>- при составлении материалов отчета студент показал удовлетворительный уровень подготовки по направлению подготовки в рамках прослушанных теоретических курсов;</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- навыки, полученные студентом в ходе прохождения практики, не в полной мере отвечают требованиям осуществления профессиональной деятельности бакалавра рекламы и связей с общественностью;</li> <li>- на итоговом собеседовании по практике студент продемонстрировал не полное знание теоретико-прикладных вопросов, которые ему необходимо было изучить во время практики.</li> </ul>
70 - 74	удовлетворительно	<ul style="list-style-type: none"> <li>- студент предоставил не все установленные формы отчетности (отзыв, отчет) в требуемые сроки;</li> <li>- отчет оформлен в основном в соответствии с требованиями ГОСТ, документированной процедурой вуза, методическими рекомендациями выпускающей кафедры;</li> <li>- имеются отметки о незначительных нарушениях трудовой дисциплины или имеются замечания со стороны руководителя практики от организации;</li> <li>- отчет практически в основном соответствует выданному до начала практики заданию;</li> <li>- при составлении материалов отчета студент показал удовлетворительный уровень подготовки по направлению подготовки в рамках прослушанных теоретических курсов;</li> <li>- навыки, полученные студентом в ходе прохождения практики, в основном отвечают требованиям осуществления профессиональной деятельности бакалавра рекламы и связей с общественностью;</li> <li>- на итоговом собеседовании по практике студент продемонстрировал в целом знание теоретико-прикладных вопросов, которые ему необходимо было изучить во время практики.</li> </ul>
75 – 79	хорошо	<ul style="list-style-type: none"> <li>- студент предоставил все установленные формы отчетности (отзыв, отчет) в требуемые сроки;</li> <li>- отчет оформлен в основном в соответствии с требованиями ГОСТ, документированной процедурой вуза, методическими рекомендациями выпускающей кафедры;</li> <li>- отсутствуют отметки о нарушении трудовой дисциплины или отрицательные отзывы о студенте со стороны руководителя практики от организации;</li> <li>- отчет практически соответствует выданному до начала практики заданию;</li> <li>- при составлении материалов отчета студент показал хороший уровень подготовки по направлению подготовки в рамках прослушанных теоретических курсов;</li> <li>- навыки, полученные студентом в ходе прохождения практики, в основном отвечают требованиям осуществления профессиональной деятельности бакалавра рекламы и связей с общественностью;</li> <li>- на итоговом собеседовании по практике студент продемонстрировал знание теоретико-прикладных вопросов, которые ему необходимо было изучить во время практики.</li> </ul>
80 - 89	хорошо	<ul style="list-style-type: none"> <li>- студент предоставил все установленные формы отчетности (отзыв, отчет) в требуемые сроки;</li> <li>- отчет оформлен в соответствии с требованиями ГОСТ, документированной процедурой вуза, методическими рекомендациями выпускающей кафедры;</li> <li>- отсутствуют отметки о нарушении трудовой дисциплины или отрицательные отзывы о студенте со стороны руководителя практики от организации;</li> <li>- отчет соответствует выданному до начала практики заданию;</li> <li>- при составлении материалов отчета студент показал хороший</li> </ul>

		<p>уровень подготовки по направлению подготовки в рамках прослушанных теоретических курсов;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыки, полученные студентом в ходе прохождения практики, в основном отвечают требованиям осуществления профессиональной деятельности бакалавра рекламы и связей с общественностью;</li> <li>- на итоговом собеседовании по практике студент продемонстрировал знание теоретико-прикладных вопросов, которые ему необходимо было изучить во время практики.</li> </ul>
90 - 100	отлично	<ul style="list-style-type: none"> <li>- студент предоставил все установленные формы отчетности (отзыв, отчет) в требуемые сроки;</li> <li>- отчет оформлен в соответствии с требованиями ГОСТ, документированной процедурой вуза, методическими рекомендациями выпускающей кафедры;</li> <li>- отсутствуют отметки о нарушении трудовой дисциплины или отрицательные отзывы о студенте со стороны руководителя практики от организации;</li> <li>- отчет соответствует выданному до начала практики заданию;</li> <li>- при составлении материалов отчета студент показал высокий уровень подготовки по направлению подготовки в рамках прослушанных теоретических курсов;</li> <li>- навыки, полученные студентом в ходе прохождения практики, отвечают требованиям осуществления профессиональной деятельности бакалавра рекламы и связей с общественностью;</li> <li>- на итоговом собеседовании по практике студент продемонстрировал знание теоретико-прикладных вопросов, которые ему необходимо было изучить во время практики.</li> </ul>

## 15. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Для проведения учебной (ознакомительной) практики соответствующие кабинеты вуза оснащаются техническими средствами в количестве, необходимом для выполнения целей и задач практики: портативными и стационарными компьютерами с необходимым программным обеспечением и выходом в интернет, в том числе предоставляется возможность доступа к информации, размещенной в открытых и закрытых специализированных базах данных.

В библиотеке вуза студентам обеспечивается доступ к справочной, научной и учебной литературе, монографиям и периодическим научным изданиям по специальности.

## 16. РЕКОМЕНДОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

№ п/п	Наименование	Кол-во экземпляров в библиотеке ДонНУ	Наличие электронной версии в ЭБС
<b>Основная литература</b>			
1.	Чумиков, А. Н. Связи с общественностью: Учеб. пособие для студентов упр. спец. вузов / А.Н. Чумиков ; Моск. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова ; Ин-т гос. упр. и социал. исслед. ; Акад. нар. хоз-ва при Правительстве РФ. - М. : Дело, 2000. - 271 с.	1	+
2.	Кривоносов, А. Д. Основы теории связей с общественностью : учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) "Связи с общественностью" / А.Д. Кривоносов, О.Г. Филатова, М.А. Шишкина. - Санкт-	1	+



	Петербург [и др.] : Питер, 2012. - 375, [1] с.		
3.	Теория и практика связей с общественностью : учебник для вузов по специальности 030602 (350400) "Связи с общественностью" / А. В. Кочеткова, В. Н. Филиппов, Я. Л. Скворцов, А. С. Тарасов. - СПб. и др. : Питер, 2007. - 240 с.	1	+
4.	Шомели, Жан. Связи с общественностью / Жан Шомели, Денис Уисман ; [Пер. с фр. П. В. Крылов под ред. Г. Е. Алпатов]. - 9-е изд. - СПб. : Нева, 2003. - 122,[1] с.	1	+
5.	Юдина, Е. Н. Креативное мышление в PR : (в системе формирования социокультурных связей и отношений) / Е. Н. Юдина. - М. : РИП-холдинг, 2005. - 271 с.	1	+
6.	Шарков, Ф. И. Интегрированные PR-коммуникации : (связи с общественностью как компонент интегрир. маркетинг. коммуникаций) / Ф. И. Шарков. - М. : РИП-холдинг, 2004. - 271 с.	1	+
7.	Шарков, Ф. И. Паблик рилейшнз : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности "Связи с общественностью" / Ф. И. Шарков ; Международный ун-т бизнеса и упр. - 4-е изд. - Москва : Дашков и К., 2010. - 329 с.	1	+
8.	Кузнецов, В. Ф. Связи с общественностью : Теория и технологии / В. Ф. Кузнецов ; Пер. с англ. Никуличева Ю. В. ; Ин-т гуманит. образования. - М. : Аспект Пресс, 2005. - 300 с.	9	+
9.	Маркони, Джо. PR: полное руководство / Джо Маркони ; пер. с англ. Д. Р. Геренава, Ю. П. Леоновой ; под общ. ред. Б. Л. Еремина. - М. : Вершина, 2006. - 255 с.	1	+
10.	Ворошилов, В. В. Современная пресс-служба / В. В. Ворошилов. - СПб. : Изд-во Михайлова В.А., 2005. - 254 с.	1	+
<b>Дополнительная литература</b>			
11.	Коган, А. Ф. Реклама в малом бизнесе / Коган А. Ф., Шапошникова Н. Н. ; Худож. А. Удовенко. - Харьков : Рубикон : Оригинал, 1994. - 78 с.	1	+
12.	Ромат, Е. В. Реклама в системе маркетинга : Учеб. пособие для экон. спец. вузов / Харьков. гос. акад. технологии и орг. питания ; Высш. шк. предпринимательства. - Харьков : Студцентр, 1995. - 223 с	1	+
13.	Самое главное в PR : [пер. с англ.] / У. Аги, Г. Кэмерон, Ф. Олт, Д. Уилкоккс. - СПб. и др. : Питер, 2004. - 558 с.	1	+
14.	Кондратьев, Э. В. Связи с общественностью : учебное пособие по специальности "Менеджмент организации", "Маркетинг" / Э. В. Кондратьев, Р. Н. Абрамов. - Изд. 4-е. - М. : Акад. Проект, 2007. - 430, [1] с.	1	+
15.	Реклама: палитра жанров / Ученова В.В., Шомова С.А., Гринберг Т.Э., Конаныхин К.В. - М. : Холдинг, 2000. - 96 с.	1	+

16.	Джефкинс, Ф. Реклама : [Учеб. пособие для вузов по специальности 350700 - Реклама] / Ф. Джефкинс ; Пер. с англ. под ред. Б. Л. Еремина. - М. : ЮНИТИ, 2002. - 543 с.	1	+
17.	Уэллс, У. Реклама: принципы и практика / У. Уэллс, Д. Бернет, С. Мориарти, пер. Е. Алюшинская ; Пер. с англ. Е. Алюшинская и др. ; Под науч. ред. С. Г. Божук. - СПб. и др. : Питер, 2003. - 236 с.	1	+

## 17. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. Система ГАРАНТ: электронный периодический справочник [Электронный ресурс]. - Электр.дан. (7162 Мб: 887 970 документов). - [Б.и., 199 -] (Договор №746 от 01 января 2014 г.);
2. ConsultantPlus: справочно - поисковая система [Электронный ресурс]. - Электр.дан. (64 231 7651 документов) - [Б.и., 199];
3. Электронно-библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ [www.biblio-online.ru](http://www.biblio-online.ru).
4. Электронная библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Рукопт». Коллекция «Электронная библиотека авторефератов диссертаций ФГБОУ ВПО РГАУ МСХА имени К.А. Тимирязева» (массив документов с 1992 года по настоящее время)

## 18. ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

1. Windows 7 PRO (корпоративная лицензия ДОННУ № 46484614);
2. Microsoft Office (корпоративная лицензия ДОННУ лицензия № 46472919);
3. Microsoft Visual Studio (лицензия программы DreamSpark для высших учебных заведений);
4. Лицензии GPL, Apache, BSD для свободного программного обеспечения: FreeLab, Scilab, R Studio, Python, Eclipse, Free Pascal, Tries Mode, Prolog, Антивирус Касперского, Linux Fedora, Libre Office, Adobe Acrobat Reader, xPDF, Blender, КОМПАС-3D LT, Paint.NET, Gimp.

Рабочая программа рассмотрена и переутверждена на заседании кафедры журналистики с изменениями (без изменений) на 20\_\_\_\_ год.

Протокол № \_\_\_\_ от «\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_\_\_ г.

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_ И.М. Артамонова