

**ГОУ ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ**

**Кафедра журналистики**

**УТВЕРЖДАЮ:**

проректор по научно-методической  
и учебной работе

Е. И. Скафа

«22» апреля 2020 г.



## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

### **ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (ПРОФЕССИОНАЛЬНО- ТВОРЧЕСКОЙ)**

Направление подготовки:	42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Магистерская программа:	Реклама и связи с общественностью
Программа подготовки:	академическая магистратура
Квалификация:	магистр
Форма обучения:	очная, заочная

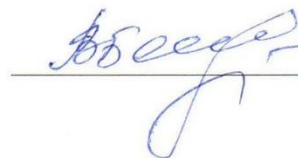
Донецк 2020

**УТВЕРЖДАЮ:**  
 И.о. декана филологического факультета  
 Квашина Л. П.  
 «22» апреля 2020 г.  
 МП




Программа **производственной практики (профессионально-творческой)** составлена на основе Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования направления подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. № 528; Порядка организации учебного процесса в образовательных организациях высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики, утвержденного приказом Министерства образования и науки ДНР № от «10» ноября 2017 г. № 1171; учебных планов по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (магистерская программа: Реклама и связи с общественностью).

Разработчик:  
 доцент кафедры журналистики, к. хим. н.

 В.П. Безродный


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

Производственная практика (профессионально-творческая) относится к блоку 2 «Практики, в том числе научно-исследовательская работа (НИР)», обязательна для реализации образовательных программ подготовки магистров по направлению 42.04.01 Реклама и связи с общественностью и реализуется кафедрой журналистики.

Практика магистрантов направлена на изучение организации творческого процесса в рекламных и ПР-агентствах, организуется в рамках общей концепции магистерской подготовки. Основная идея практики, которую должно обеспечить ее содержание, заключается в формировании умений, связанных с процессами наработки практических навыков для профессиональной деятельности.

Практика должна способствовать процессам развития личности магистранта как профессионала в сфере рекламы и PR. Включения его на совершенно новый вид научной деятельности, а также формирования персональной деловой культуры будущих магистров.

Дисциплина изучается во 2 и 3 семестре.

## 2. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

<i>Характеристика учебной дисциплины</i>		
Направление подготовки	42.04.01 Реклама и связи с общественностью	
Магистерская программа	Реклама и связи с общественностью	
Программа подготовки	академическая магистратура	
Квалификация	магистр	
Количество содержательных модулей	1	
Дисциплина базовой / вариативной части образовательной программы	Блок 2 «Практики, в том числе научно-исследовательская работа (НИР)»	
Формы контроля (МК, экзамен, зачет)	два дифференцированных зачета	
Показатели	очная форма обучения	заочная форма обучения
Количество зачетных единиц (кредитов)	9	9
Год подготовки	1, 2	1, 2
Семестр	2, 3	-
Количество часов	324	324
- самостоятельной работы	324	324
Количество недель	6	6

## 3. ОПИСАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКОЙ)

### Цели и задачи

Основными целями и задачами производственной практики (профессионально-творческой) является изучение организации творческого процесса в рекламных и ПР-агентствах, получение практических навыков работы рекламиста в on-line версиях печатных изданий и телерадиокомпаний, редактора новых медиа, редактирования материалов, создания новых рубрик, подготовки собственных мультимедийных материалов различных

жанров по различной тематике, разработки собственных авторских проектов в интернет СМИ.

**Требования к результатам прохождения практики.** Процесс прохождения производственной практики (профессионально-творческой) направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО направления подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 года №528:

**а) универсальных компетенций (УК):**

- способностью осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий (УК-1);
- способностью управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла (УК-2);
- способностью организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели (УК-3);
- способностью применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия (УК-4);
- способностью анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия (УК-5);
- способностью определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки (УК-6);

**б) общепрофессиональных компетенций (ОПК):**

- способностью планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранных языков, особенностей иных знаковых систем (ОПК-1);
- способностью анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах (ОПК-2);
- способностью анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов (ОПК-3);
- способностью анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты (ОПК-4);
- способностью для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования (ОПК-5);
- способностью отбирать и внедрять в процесс медиопроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии (ОПК-6);
- способностью оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности (ОПК-7);

**в) профессиональных компетенций (ПК):**

*авторская деятельность:*

- способностью осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта (ПК-1);

*организационно-управленческая деятельность:*

- способностью планировать и организовывать рекламные кампании и кампании по связям с общественностью (ПК-3);

- способностью анализировать практику ведущих отечественных и зарубежных специалистов аналогичного профиля в целях использования профессионального опыта и совершенствования квалификации (ПК-4);

*производственно-технологическая деятельность:*

- способностью квалифицированно выполнять соответствующие должностные функции в прикладных видах рекламной деятельности и деятельности по связям с общественностью (ПК-8);

**В результате прохождения производственной практики (профессионально-творческой) обучающийся должен:**

**знать:**

- основные проблемы, решаемые рекламными и ПР-агентствами;
- специфику и методологию деятельности новых on-line медиа по формированию ежедневного контента с использованием мультимедийности, гипертекстуальности и других особенностей работы в интернет пространстве.

**уметь:**

- снимать, редактировать, оптимизировать и фрагментировать изображения для WEB;
- записывать, редактировать и сводить аудио для Сети;
- создавать слайд-шоу и звуковые слайд-шоу,
- работать с видеоматериалом, вести и оптимизировать собственный профессиональный блог;
- устанавливать коммуникативно-информационные связи, используя различные медийные средства и новейшие технологии;
- разрабатывать собственные авторские проекты в интернет-СМИ.

**владеть:**

- навыками организации интерактивного общения со своей аудиторией в разных формах;
- размещения на сайте собственных мультимедийных материалов различных жанров по различной тематике.

#### **4. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ**

Производственная (профессионально-творческая) практика направлена на закрепление и углубление знаний магистрантов об их будущей профессии, развитие полученных ранее навыков работы по направлению подготовки.

*В ходе практики магистранты выполняют:*

- задания, направленные на формирование системных представлений о реальных рекламных структурах;
- углубленное знакомство с профессией;
- совершенствуют знания и навыки для выполнения функций пресс-секретаря, менеджера коммуникационной структуры, референта в государственных и общественных учреждениях и организациях, коммерческих структурах по вопросам массовой информации и деловой коммуникации, общественных связей и гуманитарных технологий;
- задания, направленные на анализ конкретных PR-задач, способов их решения и оценку ожидаемых результатов, редактирование, реферирование, рецензирование текстов, использование различных методов анализа информации в сфере своей профессиональной деятельности;
- развитие полученных ранее навыков работы по направлению подготовки;

## **5. СТРУКТУРА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКОЙ)**

Во время первого этапа производственной практики студент может выполнять следующие виды индивидуальных заданий:

- составление базы данных, работа по поиску заказчиков, рекламодателей;
- планирование и организация BTL-акций;
- разработка пакета презентационных материалов для участия в выставке и работа на стенде;
- участие в составлении программы исследования и проведении опросов, мониторинга СМИ и пр.;
- разработка рекламной и PR-продукции, ее размещение;
- составление медиаплана и организация взаимодействия со СМИ;
- планирование и проведение рекламной и PR-кампании;
- разработка корпоративного сайта компании в Интернет и обновлении информации на сайте;
- иные формы заданий, согласованные с руководителем практики от вуза.

Задание студенту на прохождение производственной (профессионально-творческой) практики является типовым и включает следующие разделы:

***1) во время производственной практики студенту необходимо изучить следующие теоретико-прикладные вопросы:***

- внутренняя и внешняя среда компании;
- структура рынка, конъюнктура рынка, субъекты рынка;
- сегментация рынка, выбор сегментов, рыночные ниши;
- организация рекламной деятельности;
- рекламная политика организации;
- рекламные (маркетинговые) коммуникации.

***2) во время практики студенту необходимо собрать следующие материалы:***

- сведения об основных направлениях деятельности организации, ее структуре;
- сведения о ситуации на рынке, тенденциях рынка, лидерах рынка, их рекламной политике, информацию о других активных субъектах рынка;
- информация о рекламных проектах организации, план рекламных мероприятий, медиаплан, бюджет.

***В отчете отражаются:***

- место и время прохождения практики;
- краткое изложение содержания и выполнения программы и индивидуального задания;
- последовательность прохождения практики, перечень работ, выполненных в ходе практики;
- описание практических задач, решаемых студентом за время прохождения практики;
- анализ наиболее сложных и характерных случаев, изученных студентом;
- указания на затруднения, которые возникли при прохождении практики;
- описание навыков, приобретенных за время практики;
- какую помощь оказывали студенту руководители практики;
- предложения по организации труда на соответствующем участке работы.

Отчет по мере надобности может иллюстрироваться рисунками, схемами, фотографиями.

Отчет по производственной (професисонально-творческой) практике оценивается руководителем по практике от университета. Оценка, полученная при сдаче зачета, выставляется в зачетную книжку студента.

## 6. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ

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> <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> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <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 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> </ul>



		- на итоговом собеседовании по практике студент продемонстрировал знание теоретико-прикладных вопросов, которые ему необходимо было изучить во время практики.
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>

***Шкала соответствия баллов национальной шкале***

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

## **7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА**

Для проведения производственной (профессионально-творческой) 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.

## 8. РЕКОМЕНДОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

№ п/п	Наименование	Кол-во экземпляров в библиотеке ДонНУ	Наличие электронной версии в ЭБС
<b>Основная литература</b>			
1.	Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ (с изменениями и дополнениями)		+
2.	Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июля 2017 г. № 528		+
3.	Закон Донецкой Народной Республики «Об образовании» от 19.06.2015г. № 1-233П-НС		
4.	Устав государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет».		+
5.	Борисов Б. Л. Технологии рекламы и PR [Текст]: уч. пособие / Б.Л. Борисов. - СПб., 2012. – 624 с.		+
6.	2. Веселов С.В. Маркетинг в рекламе [Текст] /С.В. Веселов. – М.: Международный институт рекламы, 2012. – В 3 т.		+
<b>Дополнительная литература</b>			
7.	Лашкова Е.Г. Маркетинг: практика проведения исследований: учеб. пособие для вузов [Текст]/Е.Г. Лашкова, А.И. Куценко. – М.: Академия, 2008. –240 с.		+
8.	Медведева Е.В. Рекламная коммуникация [Текст] /Е.В. Медведева. – М.: Едиториал УРСС, 2009. – 280 с.		+
9.	Шарков Ф.И. Управление маркетинговыми коммуникациями (интегрированный подход) [Текст] / Ф.И. Шарков. - Академический проект, 2012. – 256 с.		+

## 9. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. Электронная библиотека «Twirpx»: <https://www.twirpx.org>
2. Библиотека Гумер: [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Gurn/Index.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Gurn/Index.php)
3. Библиотека «Koob»: <https://www.koob.ru/advertising/>
4. Библиотека «Evartist»: [www.evartist.narod.ru](http://www.evartist.narod.ru)
5. Библиотека «Медiasпрут»: <http://www.mediasprut.ru/>
6. Библиотека «BookShake»: <https://bookshake.net/genre/marketing-pr-reklama/>
7. Библиотека «Biblioclub»: [https://biblioclub.ru/index.php?page=razdel\\_red&sel\\_node=1488](https://biblioclub.ru/index.php?page=razdel_red&sel_node=1488)

## 10. 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 \_\_\_\_\_

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

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

Заведующий. кафедрой \_\_\_\_\_

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

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

Заведующий. кафедрой \_\_\_\_\_