

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Донецкий государственный университет»

Филологический факультет
Кафедра журналистики



П.А. Машаров

2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ)


Укрупненная группа направлений подготовки	42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело
Программа высшего образования	Программа магистратуры
Направление подготовки	42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Магистерская программа	Реклама и связи с общественностью
Квалификация	Магистр
Форма обучения	очная; заочная

Рабочая программа адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Донецк 2024

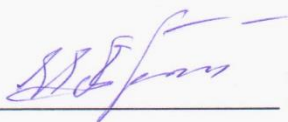
Рабочая программа **Производственной практики (преддипломной)** для обучающихся по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (Магистерская программа: Реклама и связи с общественностью), составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 года №528 (с изм. и доп.), Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06 апреля 2021 г. № 245 (с изм. и доп.), в соответствии с учебным планом, утвержденным Ученым советом ФГБОУ ВО «ДонГУ» для набора 2024 года.

Разработчик:

Доцент кафедры журналистики, канд. хим. наук,
ст. науч. сотр., Заслуженный журналист Украины  В. П. Безродный

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры журналистики
Протокол от 26 марта 2024 г. № 10

Заведующий кафедрой



И. М. Артамонова

СОГЛАСОВАНО

Декан филологического факультета



Н. А. Ярошенко

28 марта 2024 г.

Учебно-методическая комиссия филологического факультета
Протокол от 27 марта 2024 г. № 3

Председатель



С. В. Руденко

Руководитель основной профессиональной
образовательной программы,
д-р наук по соц. коммуникациям
26 марта 2024 г.



И.М. Артамонова

1. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1.1. Требования к предварительной подготовке обучающихся, предшествующие и сопутствующие дисциплины, на которых основывается проведение данной практики:

дисциплины программы магистратуры: Планирование и реализация PR-кампаний, Планирование и реализация рекламных кампаний, Технологии рекламы и связей с общественностью.

Дисциплины, курсовые работы и практики, для которых прохождение данной практики необходимо как предшествующее:

Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы.

2. ОПИСАНИЕ ПРАКТИКИ

2.1. Общая характеристика

Наименование показателя	Значение показателя
Название образовательной программы	42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Шифр и название в соответствии с учебным планом	Б.2.Б Производственная практика: преддипломная
Часть образовательной программы	Практики (обязательные)
Количество зачетных единиц / всего часов	7,5 / 270

2.2. Распределение часов по формам и периодам обучения

Форма обучения	курс	семестр	Общее количество часов					Форма контроля
			лекционных	лабораторных	практических	самостоятельной работы + контроль	всего	
Очная	2	4	-	-	-	270	270	диф. зачет
Заочная	3	5	-	-	-	270	270	диф. зачет

3. ЦЕЛИ ПРАКТИКИ

Формирование базы фактических данных для подготовки магистерской диссертации, их обработка и анализ на основе полученных в процессе обучения теоретических знаний.

4. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ КОМПОНЕНТА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ, ИХ ИНДИКАТОРЫ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

Общепрофессиональные компетенции	Профессиональные компетенции
ОПК-1. Способен 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 иностранного языков, особенностей иных	ПК-1. Способен 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

знаковых систем	
ОПК-2. Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ПК-2. Способен организовывать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью
ОПК-3. Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.	ПК-3. Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы
ОПК-4. Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	ПК-4. Способен организовывать и проводить научные исследования в области рекламы и связей с общественностью, готовить научные статьи, доклады, сообщения (по результатам собственных исследований или выполненных исследовательской группой при участии автора), а также публикации в прессе научно-публицистической направленности
ОПК-5. Способен 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	ПК-5. Способен выполнять определенные виды учебно-педагогической работы
ОПК-6. Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.	
ОПК-7. Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	

5. ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

Название темы	Краткое содержание темы (вопросы темы)
Раздел 1. Подготовительный этап работы над магистерской диссертацией.	
1. Предварительное изучение планируемой области исследования, анализ актуальной проблематики	Ознакомление с базовой литературой и другими источниками по исследовательскому направлению, определение научной проблемы и возможных способов ее исследования
2. Составление плана-графика	Определение сроков реализации исследовательского

поэтапной работы над магистерским исследовательским проектом	проекта: разработки концепции исследования и его программы; методологической и методической части; сбора необходимой информации; обработки и анализа полученных данных; подведения итогов; составление научного отчета
3. Разработка методического инструментария эмпирического исследования (способов получения необходимой информации) Рекламы и связей с общественностью	Разработка и подготовка текстов методических документов для сбора эмпирической информации различного типа в зависимости от вида исследования, его цели и задач (или адаптация имеющихся методик): текстов анкет, программ интервью (в том числе экспертных); кодов для количественного анализа медиаконтента; анализа дизайна; методик анализа практики на различных уровнях функционирования организаций рекламы и связей с общественностью; методик сбора и анализа экономических показателей в рекламы и связей с общественностью; методик углубленного, качественного анализа контента рекламных и ПР-материалов; методик лингвистических, психологических, культурологических, политологических, исторических и других исследований в сфере рекламы и связей с общественностью; методик изучения творчества рекламных агентств и ПР-организаций
Раздел 2. Основная работа над текстом магистерской диссертации. Подготовка к защите.	
4. Проведение запланированного эмпирического исследования (сбор необходимой информации)	Проведение социологических опросов; фокус-групп; различного рода интервью; количественных контент-аналитических исследований (профессионального контента и производимого аудиторией); анализ дизайна; углубленного качественного анализа контента рекламных и ПР-материалов; процедур case-study; сбор различного рода показателей (в том числе экономических), статистики; реализация лингвистических, психологических, культурологических, политологических, историографических и других исследований в сфере рекламы и связей с общественностью
5. Анализ данных и их интерпретация, проверка гипотез	Аналитическая обработка полученного в ходе эмпирического исследования материала (в зависимости от типа и задач исследования): анализ, синтез, сравнение, абстрагирование, конкретизация, обобщение, моделирование и др.
6. Работа над отчетом по исследованию и по НИР в целом	Написание научного отчета в соответствии с предъявляемыми требованиями Подготовка выступления к обсуждению

6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

6.1. Форма обучения – очная, курс – 2, семестр – 4

Наименования разделов и тем	Количество часов				
	Лекц.	Лабор.	Практ.	СРС+К	Всего
Раздел 1. Подготовительный этап работы	-	-	-	90	90

над магистерской диссертацией					
1. Предварительное изучение планируемой области исследования, анализ актуальной проблематики	-	-	-	30	30
2. Составление плана-графика поэтапной работы над магистерским исследовательским проектом	-	-	-	30	30
3. Разработка методического инструментария эмпирического исследования (способов получения необходимой информации) Рекламы и связей с общественностью	-	-	-	30	30
Раздел 2. Основная работа над текстом магистерской диссертации. Подготовка к защите	-	-	-	180	180
4. Проведение запланированного эмпирического исследования (сбор необходимой информации)	-	-	-	60	60
5. Анализ данных и их интерпретация, проверка гипотез	-	-	-	60	60
6. Работа над отчетом по исследованию и по НИР в целом	-	-	-	60	60
ИТОГО ПО КОМПОНЕНТУ ОПОП	-	-	-	270	270

6.1. Форма обучения – заочная, курс – 3, семестр – 5

Наименования разделов и тем	Количество часов				
	Лекц.	Лабор.	Практ.	СРС+К	Всего
Раздел 1. Подготовительный этап работы над магистерской диссертацией	-	-	-	90	90
1. Предварительное изучение планируемой области исследования, анализ актуальной проблематики	-	-	-	30	30
2. Составление плана-графика поэтапной работы над магистерским исследовательским проектом	-	-	-	30	30
3. Разработка методического инструментария эмпирического исследования (способов получения необходимой информации) Рекламы и связей с общественностью	-	-	-	30	30
Раздел 2. Основная работа над текстом магистерской диссертации. Подготовка к защите	-	-	-	180	180
4. Проведение запланированного эмпирического исследования (сбор необходимой информации)	-	-	-	60	60
5. Анализ данных и их интерпретация, проверка гипотез	-	-	-	60	60

6. Работа над отчетом по исследованию и по НИР в целом	-	-	-	60	60
ИТОГО ПО КОМПОНЕНТУ ОПОП	-	-	-	270	270

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (СРЕДСТВА) ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

7.1. Организация и процедура защиты практики

Разделы 1 и 2

Содержание практики

Практика включает:

- задания, направленные на формирование базы фактических данных, отражающих деятельность реальных СМИ, рекламных агентств и служб связей с общественностью;
- задания, связанные с практической реализацией теоретических положений, почерпнутых в процессе изучения базовых и специальных дисциплин;
- углубленное освоение профессии;
- задания, направленные на сравнительный анализ конкретных рекламных материалов, результатов деятельности СМИ, использование различных методов анализа информации в сфере своей профессиональной деятельности;
- развитие и закрепление навыков анализа деятельности средств массовой коммуникации;
- развитие полученных ранее навыков работы по направлению подготовки;
- составление отчета о практике;
- защиту отчета по практике.

Виды индивидуальных заданий студентов:

- сбор информации о деятельности рекламных агентств;
- разработка рекламных проектов и тем;
- анализ рекламных текстов;
- сравнительный анализ результатов деятельности рекламных агентств;
- иные формы заданий, согласованные с руководителем практики от вуза.

Во время преддипломной практики студенту необходимо *изучить теоретико-прикладные вопросы, связанные с темой дипломной работы. Круг этих вопросов определяет руководитель дипломной работы студента.*

Во время преддипломной практики студенту необходимо собрать материалы, необходимые для написания дипломной работы. Их перечень определяется руководителем дипломной работы студента.

В числе собираемых материалов могут быть следующие:

- статистика и динамика работы СМИ;
- сведения об истории СМИ, основных направлениях его деятельности;
- тематическая направленность материалов СМИ;
- информация о рекламных проектах, рубриках СМИ.

Содержание отчета о прохождении практики

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;
- указание на то, какие виды работ, выполненных в ходе практики, нашли свое отражение в дипломном проекте;
- анализ наиболее сложных и характерных случаев, изученных студентом;
- указания на затруднения, которые возникли при прохождении практики;
- описание навыков, приобретенных за время практики;
- предложения по организации труда на соответствующем участке работы.

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

Отчет по преддипломной практике оценивается руководителем по практике от университета. Оценка, полученная при сдаче зачета, выставляется в зачетную книжку студента.

8. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

Общая оценка знаний студентов, проходящих производственную практику: преддипломную проводится по 100-балльной шкале исходя из максимума, приведенного в таблице ниже. Работа студентов во время практики оценивается на основе таких критериев как посещение консультаций с руководителем (ями) практик, своевременное и качественное выполнение заданий, полученных от руководителей практики, своевременно предоставленные и заполненные согласно требованиям необходимые документы (дневник практики, отчет, выполненные задания, авторские материалы и т.д.).

8.1. Семестр 4, форма обучения очная

Номера разделов	Виды работ	Максимальное количество баллов
1-2	Работа над магистерской диссертацией	70
	Своевременное предоставление и соответствие заполненных документов по практике необходимым требованиям	10
	Защита практики	20
Общий итог за семестр		100

8.2. Семестр 5, форма обучения заочная

Номера разделов	Виды работ	Максимальное количество баллов
1-2	Работа над магистерской диссертацией	70
	Своевременное предоставление и соответствие заполненных документов по практике необходимым требованиям	10
	Защита практики	20
Общий итог за семестр		100

Соответствие баллов оценке

Количество баллов из 100	ECTS	Оценка по пятибалльной шкале	
		Экзамен, дифференцированный зачет	Зачет
90-100	A	отлично	зачтено
80-89	B	хорошо	зачтено
75-79	C		зачтено
70-74	D	удовлетворительно	зачтено

60-69	E		зачтено
35-59	FX	неудовлетворительно	не зачтено
0-34	F		не зачтено

9. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

В ходе прохождения производственной практики: преддипломной используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- 1) для слепых и слабовидящих:
 - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
 - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом.
- 2) для глухих и слабослышащих:
 - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
 - дифференцированный зачет проводится в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.
- 3) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - письменные задания выполняются на компьютере;
 - дифференцированный зачет проводится в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения защиты практики для обучающихся устанавливается с учетом их индивидуальных психофизических особенностей. Защита практики может проводиться в несколько этапов.

Проведение процедуры оценивания результатов прохождения практики допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- 1) для слепых и слабовидящих:
 - в печатной форме увеличенным шрифтом;
 - в форме электронного документа;
- 2) для глухих и слабослышащих:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа.
- 3) для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа.

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Производственная практика: педагогическая проводится в рамках университета. Материально-техническое обеспечение практики основывается на ресурсах баз практик. Для проведения практики (кабинетные исследования) 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.

Для самостоятельной работы используются текстовые и электронные ресурсы Научной библиотеки университета и других электронных библиотечных баз данных, учебно-методическое обеспечение, представленное в учебно-методических кабинетах 1-го учебного корпуса (ауд. 102).

В процессе обучения студенты имеют возможность использовать учебные материалы, размещенные на платформе Moodle Центра дистанционного образования ФГБОУ ВО «ДонГУ».

11. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

11.1. Основная литература

1. Основы рекламы и связей с общественностью. Учебник для вузов. Авторы: М. М. Васильева, Ю. Г. Жеглова, Е. Ю. Юдина, И. В. Шаркова. Издательство: Юрайт, 2024. – Текст: непосредственный.

2. Рекламная деятельность. Учебник для вузов. Авторы: О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. Издательство: Юрайт, 2024. – Текст: непосредственный.

3. Теория и практика связей с общественностью. Учебное пособие для вузов. Автор: С. М. Емельянов. Издательство: Юрайт, 2024. – Текст: непосредственный.

11.2. Дополнительная литература

4. Барезhev В.А. PR и реклама в управлении персоналом. Учебное пособие. М.: КноРус. 2024. 116 с. – Текст: непосредственный.

5. Гуревич, П. С. Социология и психология рекламы : учебное пособие для вузов / П. С. Гуревич. 2-е изд., испр. и доп. М.: Юрайт, 2024. 559 с. – Текст: непосредственный.

12. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. **Национальная электронная библиотека (НЭБ):** федеральная государственная информационная система / Министерство Культуры РФ; Российская государственная библиотека. – Москва, 2019- . – URL: <https://rusneb.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный, подписка. Необходима установка программного обеспечения. – Текст: электронный.

2. **eLIBRARY.RU:** научная электронная библиотека: сайт. – Москва, 2000- . – URL: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.

3. Научная электронная библиотека **«КиберЛенинка»:** сайт / Ассоциация «Открытая наука». – Москва, 2014- . – URL: <https://cyberleninka.ru/>. – Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.

4. Электронно-библиотечная система **«Лань»:** [сайт]. – URL: <https://e.lanbook.com> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.

5. **ЭБС Юрайт:** электронная библиотечная система: сайт. – Москва, 2013. – URL: <https://biblio-online.ru> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.

6. **Электронно-библиотечная система ДонГУ:** сайт / ФГБОУ ВО «ДонГУ». – Донецк, 2016- . – URL: <http://library.donnu.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.

7. **Электронный каталог** Научной библиотеки ДонГУ: раздел сайта / НБ ДонГУ. – Текст: электронный // ЭБС ДонГУ: сайт. – URL: <http://library.donnu.ru/catalog/> (дата

обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: поиск свободный, электронные документы – для пользователей ДонГУ.

8. **Электронный архив ДонГУ**: раздел сайта / НБ ДонГУ. – Текст: электронный // ЭБС ДонГУ: сайт. – URL: <http://repo.donnu.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный.

13. ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

1. Windows 7 PRO (корпоративная лицензия ДонГУ № 46484614)
2. Microsoft Office (корпоративная лицензия ДонГУ № 46472919)
3. Microsoft Visual Studio (лицензия программы Dream Spark для высших учебных заведений)
4. Антивирус Касперского, Adobe Acrobat Reader, xPDF (лицензии GPL, Apache, BSD для свободного программного обеспечения).