

Консультация

**Производственная практика по направлению
подготовки**

**42.03.01 – Реклама и связи с
общественностью**

**Профиль подготовки – Реклама и связи с
общественностью в коммерческих**

Вид и тип практики

- Вид практики – производственная практика.
- Тип - практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности.

Сроки прохождения практики:

С 16 марта 2020 года
По 2 апреля 2020 года

Форма отчетности

зачет с оценкой

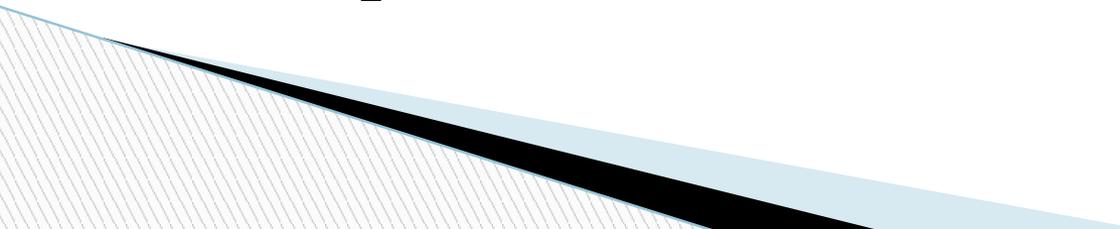
Цели производственной практики

Получение профессиональных умений и опыта в профессиональной деятельности - формирование готовности и способности осуществления функций специалиста по рекламе и связям с общественностью, воспроизводящих профессиональную деятельность, полученных в процессе обучения.

Формирование умений и навыков по поиску креативных решений индивидуально и при коллективной работе, профессиональной позиции, освоение профессиональной этики.

Знакомство со спецификой будущей деятельности в учреждениях различного профиля.

Задачи производственной практики

1. закрепление и углубление теоретических знаний, полученных в процессе обучения в вузе;
 2. обучение, на основе изучения опыта и участия в работе организаций, занимающихся рекламной и PR-деятельностью;
 3. овладение навыками работы на предприятии;
 4. приобретение навыков самостоятельного решения задач.
- 

База производственной практики

- **Консалтинговые центры,**
 - **рекламные и коммуникационные агентства,**
 - **пресс-службы и отделы по связям с общественностью промышленных предприятий, предприятий малого и среднего бизнеса, министерств и ведомств, местных администраций, аппараты политических партий, неправительственных объединений, общественных организаций.**
- 

ВНИМАНИЕ!!!

- Студент вправе самостоятельно предложить место прохождения практики, согласовав его с руководителем практики от университета. Если на предприятии, где работает студент, имеется служба, занимающаяся рекламной и/или PR, и оно готово предоставить место для прохождения учебной практики студенту, следует заключить об этом **соответствующий договор.**

Должности на производственной практике

- менеджер по рекламе и связям с общественностью в российских и международных компаниях, средствах массовой информации, государственных структурах;
 - специалист в рекламных или PR-агентствах;
 - бренд-менеджер;
 - пресс-секретарь;
 - копирайтер,
 - спичрайтер;
 - маркетолог;
 - исследователь коммуникационной сферы
- 

№ /п	Этапы практики	Содержание практик. Виды работ
1.	Ознакомление с организацией и сбор первичной информации	Инструктаж по практике: правила безопасности, программа (задачи практики, ее основное содержание); требования к результатам практики, взаимодействие с руководителем практики, обзорная экскурсия по базе практики, изучение интернет-сайта объекта (если имеется). Беседы со специалистами, наблюдения
2	Осуществление производственных функций в структурных подразделениях объекта практики	Участие в производственных совещаниях, выполнение отдельных поручений руководителей базы практики, разработка и реализация типовых социально-культурных мероприятий, внедрение авторских, инновационных технологий организации социально-культурной деятельности, проведение мероприятий
3	Сбор и обработка информации для составления характеристики объекта практики	Заполнение дневника практики, написание досье на организацию, анализ объекта исследования
4	Анализ документов, характеризующих объект	Формирование текста отчета по практике, включающего в себя таблицы и иной графический материал
5	Оформление отчета по практике	Печать текста отчета, разработка графического материала, подбор материалов приложения. Получение отзыва производственной характеристики от руководителя объекта практики. К отчету прикладываются все разработанные за это время документы (программы наблюдения, опросов, интервью, бесед и другие, конспекты проведенных практических занятий, и пр.).
6	Подготовка к защите материалов практики	Сообщение, оформление дневника

ФОРМЫ ОТЧЕТНОСТИ ПО ПРАКТИКЕ

Отчет о прохождении практики должен быть представлен руководителю практики с описанием выполненной работы и приложениями (включая материалы, созданные во время прохождения практики).

Отчет о практике должен быть заверен подписью руководителя от базы практики и печатью предприятия на характеристике (**печать ставиться на всех страницах отчета по практике**).

Защиту принимает руководитель практики от кафедры

К защите студент должен представить следующие материалы:

- 1. рабочий график (план) проведения практики;**
- 2. индивидуальное задание на период практики;**
- 3. дневник практики;**
- 4. отчет о прохождении практики;**
- 5. отзыв руководителя от базы практики;**
- 6. материалы, созданные во время прохождения практики.**

Отчет

о прохождении производственной практике
**(практика по получению профессиональных умений и
опыта профессиональной деятельности)**
на базе **Дворца культуры....**

В период с **16.03 .2020 г. по 02.04.2020 г.** я проходил
производственную практику в _____.

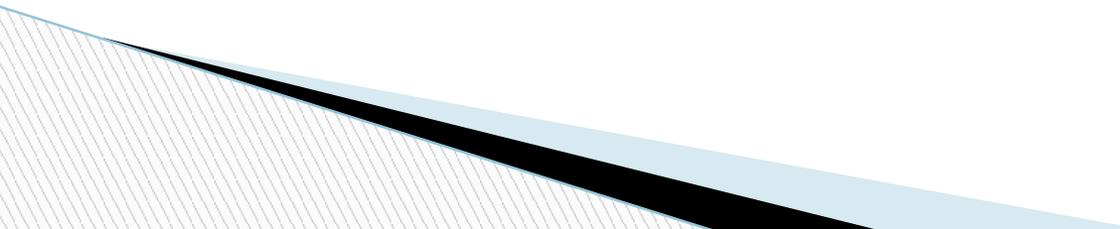
Цель практики:

Задачи практики:

***ДАЛЕЕ ОПИСАНИЕ содержания практики (на 10-15
страницах).***

СТРУКТУРА ОТЧЕТА ПО ПРАКТИКЕ

▣ 1.Описание базы практики:

- полное наименование;
 - история объекта практики (дата возникновения, учредители);
 - вид деятельности;
 - цели, задачи, миссия;
 - форма и вид собственности;
 - характеристика оказываемых услуг, их оценка;
 - система управления;
 - организационная структура (представить в виде схемы);
 - роль и место менеджера социально-культурной сферы в организации;
 - состояние материально-технической базы;
 - анализ работы официального сайта организации.
- 

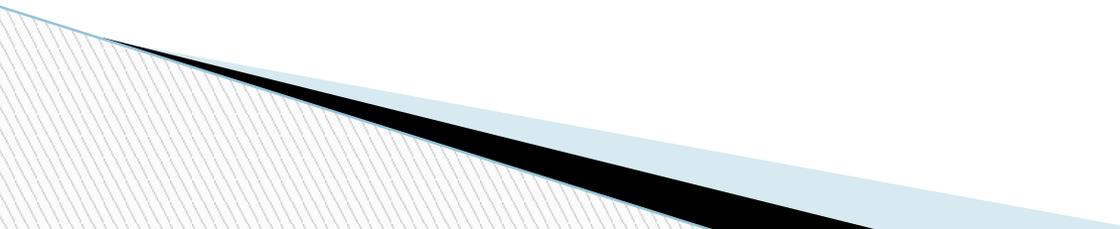
II. Технологии деятельности

Задание 2.

Изучить характер работы рекламных и PR специалистов, работающих на предприятии.

Задание 3.

По заданию предприятия изготовить:

- рекламный и/или PR материал,
 - подготовить и опубликовать (по возможности) рекламную статью,
 - видеоматериал или аудиоматериал,
 - и другие виды производственной деятельности.
- 

Планирование и осуществление мероприятий на производственной практике

- 1) Разработка PR – материалов (рекламных материалов и т.д.);
- 2) Написание пресс-релизов имиджевых статей, интервью с учетом характера СМИ;
- 3) подготовка сценариев рекламного и PR-мероприятий, рекламных буклетов и др;
- 4) составление медиа-плана;
- 5) составление сметы рекламного и PR-мероприятий;
- 6) составление отчета о результатах рекламного и PR-мероприятий;

ВНИМАНИЕ!!!

Для анализа деятельности организации необходимо применять научные методы исследования (в отчете обязательно писать, что для анализа деятельности отдела рекламы применялись следующие методы исследования, которые показали, что..... и далее подробно анализируется полученный материал).

По результатам исследования были сделаны следующие выводы:.....

К отчету необходимы приложения в виде:

- материалов исследования (наблюдения, анкетирования и т.д.)
- рекламные материалы, которые разрабатывали и проводили.

Внимательно читайте Программу практики