

# 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**

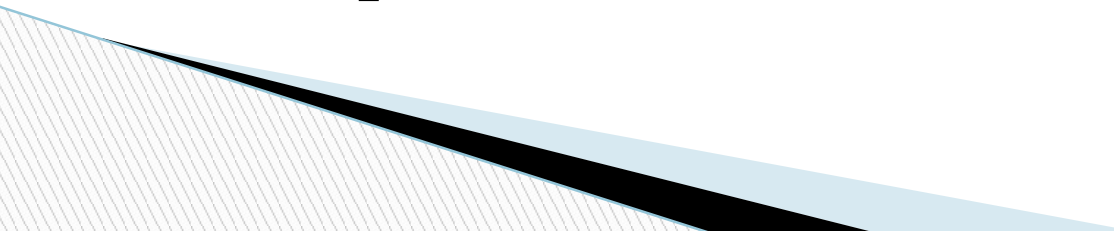
# Цели производственной практики

*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.*

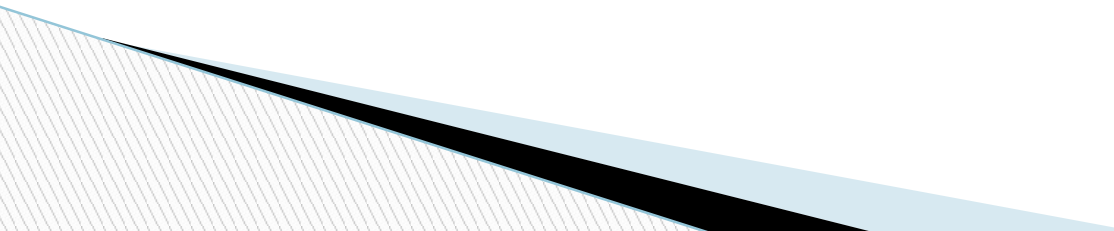
Формирование умений и навыков по поиску креативных решений индивидуально и при коллективной работе, профессиональной позиции, освоение профессиональной этики.

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.
- 

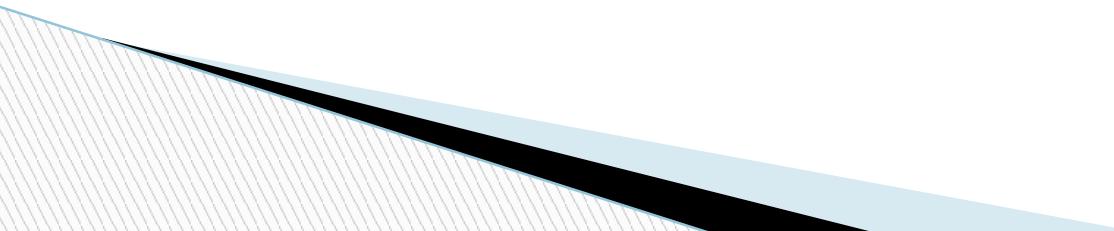
# База производственной практики

- **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 \_\_\_\_\_.

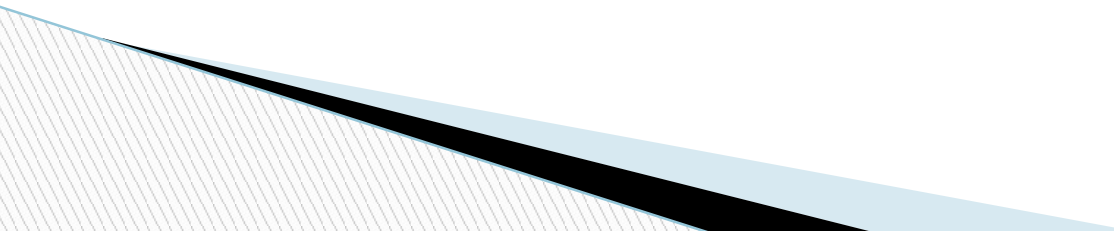
**Цель практики:**

**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**