

РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова
Философский факультет



УТВЕРЖДАЮ

Декан философского факультета МГУ,
член-корреспондент РАН,
профессор В.В.Миронов

" " _____ 2012 г.

Программа производственной практики

Направление подготовки
№031600.68 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки
реклама и связи с общественностью

Квалификация (степень) выпускника
магистр

Форма обучения
очная

Москва 2012

1. Цели практики:

Производственная практика призвана сформировать умения и навыки практической работы выпускника применительно к конкретной отрасли деятельности организации. В результате прохождения практик должны быть созданы условия для формирования практических компетенций специалиста по рекламе и связям с общественностью.

2. Задачи практики:

- практическое участие в подготовке и проведении мероприятий по продвижению товаров и услуг фирмы, управлению репутацией организации;
- вовлечение в работу проектных команд, подготовка образцов проектной и сопутствующей документации в рамках коммуникационных программ;
- совершенствование навыков делового общения, создание и редактирование текстов в процессе налаживания связей с внешними и внутренними аудиториями фирмы;
- овладение техникой мониторинга информационного поля организации, сбор и систематизация информации по профилю текущих проектов.

3. Место практики в структуре ООП:

Практика является обязательным разделом основной образовательной программы подготовки магистра. Она представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся.

4. Формы проведения практики:

Производственная практика проводится в форме внеаудиторной работы в профильных подразделениях государственных, коммерческих или общественных организаций.

5. Место и время проведения практики:

Рабочие места для прохождения производственной практики организуются в пресс-службах и отделах по связям с общественностью министерств и ведомств, местных администраций, в аппаратах политических партий и неправительственных объединений, фондах, консалтинговых центрах и рекламных агентствах. Практика проводится во 2, 3 и 4 учебном семестре и осуществляется в виде непрерывного цикла во время, свободное от теоретического обучения, согласно утвержденному учебному плану. В 3 семестре – параллельно с теоретическим обучением.

6. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения практики:

В результате прохождения производственной практики обучающийся должен приобрести следующие практические компетенции:

- владение методологией научных исследований в профессиональной области;
- способность использовать в профессиональной деятельности знания о правовых аспектах связей с общественностью и рекламы;
- способность использовать в процессе профессиональной деятельности современные информационные компьютерные технологии;

- способность к творчеству, порождению инновационных идей, выдвижению самостоятельных гипотез;
- способность применять в профессиональной деятельности знания в области теории коммуникации;
- владение навыками планирования и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий.

7. Структура и содержание практики:

Общая трудоемкость практики составляет 21 зачетная единица, 756 часов.

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды производственной работы, на практике включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля
		Подготовительные работы	Выполнение произв. заданий	Обработка и обобщение полученных результатов	Отчет	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Подготовительный этап	6 ч.				Текущий контроль ответственного за практику
2.	Учебно-производственный этап		244 ч.			Текущий контроль ответственного за практику
3.	Промежуточная аттестация			4 ч.	2 ч.	Зачет
4.	Учебно-производственный этап		244 ч.			Текущий контроль ответственного за практику
5.	Промежуточная аттестация			4 ч.	2 ч.	Зачет
6.	Учебно-производственный этап		244 ч.			Текущий контроль ответственного за практику
7.	Отчетный этап			4 ч.	2 ч.	Зачет

8. Научно-исследовательские и коммуникационные технологии, используемые на практике:

Методики маркетинговых и социологических исследований, технологии бренд-менеджмента. Порядок разработки и представления коммуникативных платформ и предложений. Медиа-листинг и медиапланирование. Использование стратегий и тактик коммуникативного воздействия. Способы измерения и оценки эффективности проектов.

9. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов на производственной практике, учебно-методическое и информационное обеспечение производственной практики:

Литература:

1. Буковецкая О.А. Создание презентаций на ПК. М., 2005;
2. Горкина М.Б. Пять шагов от менеджера до PR-директора. М., 2007;
3. Кирсанова М.В., Анодина Н.Н., Аксенов Ю.М. Деловая переписка. М., 2008;
4. Сухотерин, Л. Я., И. В. Юдинцев. Информационная работа в государственном аппарате. М., 2007;
5. Пятьдесят лучших проектов Национальной премии в области развития общественных связей «Серебряный Лучник» 2008-2009 гг. М., 2011;
6. Самые успешные PR-кампании в мировой практике. М., 2002;
7. Шведова И.А., Кузнецова Т.Е. Книга директора по маркетингу производственного предприятия. СПб., 2009.

Периодические издания:

1. «Деньги и благотворительность»;
2. «Практический маркетинг»;
3. «Советник»;
4. Корпоративные издания.

Интернет-источники для работы с текстами на производственной практике:

1.	Sostav.ru - портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR	http://www.sostav.ru/
2.	Блок "PR-библиотека" на сайте агентства "Международный пресс-клуб. Чумиков PR и консалтинг"	http://www.pressclub.host.ru/PR_Lib/
3.	«Справочник PR-специалиста» на портале «Sovetnik.ru»	http://www.sovetnik.ru/
4.	Российский PR-портал РАСО (раздел PR-библиотека)	http://www.raso.ru/

10. Материально-техническое обеспечение производственной практики:

Для прохождения практики магистранту необходимо следующее материально-техническое обеспечение:

- персональный компьютер;
- возможность выхода в сеть Интернет для поиска по профильным сайтам и порталам;
- принтер;
- сканер.

11. Формы промежуточной аттестации (по итогам практики):

На промежуточных этапах в 2 и 3 семестре, а также по итогам производственной практики в 4 семестре проводится зачет. Время проведения зачета - последняя неделя прохождения практики.

12. Организация производственной практики:

Общее руководство практикой осуществляется научным руководителем образовательной программы «Реклама и связи с общественностью». Для непосредственного руководства производственной практикой назначается преподаватель, ответственный за данное направление, который разрабатывает положение о практике и программу практики.

Студенты направляются на место проведения практики в профильное подразделение организации, с которой имеется договор или соглашение, подтверждающее готовность организации создать рабочие места для прохождения производственной практики. Положение и программа практики утверждаются Ученым советом факультета.


Ответственный преподаватель выдает студенту дневник прохождения практики (задание); определяет место проведения практики; обеспечивает взаимодействие вуза и организации – места проведения практики; проводит консультации; контролирует ход выполнения практики; проверяет отчетную документацию и выставляет оценку.

Форма и вид отчетности студентов о прохождении практики – отчет о производственной практике в письменном виде по установленной форме и участие в итоговой аттестации.

Практике предшествуют общий вводный инструктаж и индивидуальное согласование порядка прохождения работ с каждым студентом.


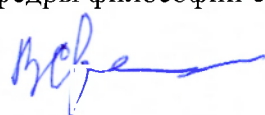
Правовое положение студентов и руководителей практики в период практики определяется действующим законодательством и нормативными документами.

Разработчики:


Шаронов Д.И., к.ф.н., доцент кафедры философии языка и коммуникации,
Кротов А.А., к.ф.н., доцент кафедры истории зарубежной философии, зам. декана по УМО.

Рецензенты:

Грехнев В.С., д.ф.н., профессор кафедры философии образования,
Бушев С.А., к.ф.н., ассистент кафедры философии естественных факультетов, зам. декана по учебной работе.

Программа одобрена на заседании учебно-методической комиссии философского факультета МГУ имени М.В.Ломоносова от 16.03.2011 года, протокол № 2.

Программа одобрена на заседании Ученого Совета философского факультета от 20.01.2012 года, протокол №1.