

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
**РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА и ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
при ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

СИБИРСКИЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ – ФИЛИАЛ РАНХиГС

Факультет политики и международных отношений

Кафедра политических наук и технологий

Рег. № Р-1576 Б
« 02 » 12 2014 г.



/ Н.А. Кирилова
12 2014 г.

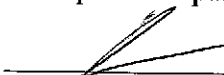
ПРОГРАММА ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

Направление / специальность подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Квалификация (степень) Бакалавр

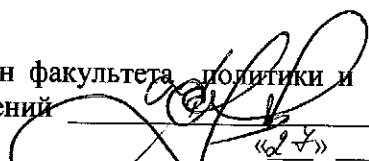
Программа практики разработана в соответствии с ФГОС ВПО, учебным планом, графиком учебного процесса по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и Положением о практике студентов Сибирского института управления – филиала РАНХиГС.

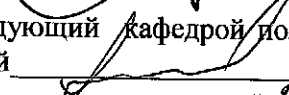
Начальник отдела мониторинга и экспертизы образовательного процесса УМУ


 / Т.В. Аносова

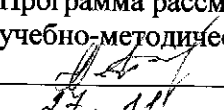
(подпись)

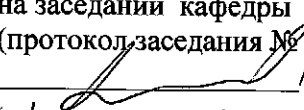
«22» 12 2014 г.

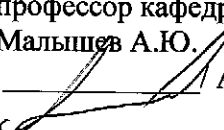
СОГЛАСОВАНО
Декан факультета политики и международных отношений  С.В. Козлов
«24» 11 2014

Заведующий кафедрой политических наук и технологий  / А.Ю. Мальшев
«24» 11 2014г

Директор Центра развития карьеры и работы с выпускниками  Д.Ю. Мищенко
«26» 11 2014

Программа рассмотрена и одобрена учебно-методической комиссией факультета  / А.М. Барсуков
«27» 11 2014г.)

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры (протокол заседания № 4 от «24» ноября 2014 г.)  / А.Ю. Мальшев
(подпись заведующего кафедрой)

Программу разработал:
профессор кафедры политических наук и технологий, к.и.н., дорцент Мальшев А.Ю.  А.Ю. Мальшев

Настоящая программа разработана на основе положений Федерального закона от 29.12.2012 N 273-ФЗ (ред. от 23.11.2013) «Об образовании в Российской Федерации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2014.), Трудового кодекса Российской Федерации от 30 декабря 2001 г. № 197-ФЗ, Приказа Министерства образования и науки Российской Федерации от 19 декабря 2013г. № 1367 «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры», Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 031600 реклама и связи с общественностью (квалификация (степень) "бакалавр"), требований Примерной основной образовательной программы высшего профессионального образования по направлению подготовки 031600 Реклама и связи с общественностью Учебно-методического совета по специальности «Связи с общественностью» УМО вузов Российской Федерации по образованию в области международных отношений (Протокол № 10(1)/20.10.2010), Устава федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» (далее именуется - Академия), Положения о практике студентов Сибирского института управления – филиала РАНХиГС.

Продолжительность преддипломной практики устанавливается в соответствии с графиком учебного процесса. Практика является завершающим этапом в процессе подготовки квалифицированных специалистов по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» и организуется в соответствии с темой выпускной квалификационной работы и поставленными в ней задачами. Формы деятельности студентов на практике определяются необходимостью проверки тех или иных теоретических положений, проведения исследований, апробации, предлагаемых в выпускной квалификационной работе проектов и их отдельных компонентов.

Преддипломная практика нацелена на изучение, сбор, обработку и систематизацию материалов для написания выпускной квалификационной работы. В связи с этим конкретная рабочая программа прохождения практики должна быть составлена индивидуально каждым студентом совместно с руководителем выпускной квалификационной работы с учетом ее темы, базы практики и данной программы.

В результате изучения рекламной и маркетинговой деятельности, организационной структуры управления, штатного расписания организации или подразделения, в котором студент проходит практику, необходимо разработать в зависимости от темы выпускной квалификационной работы следующее:

- Организационную структуру системы управления персоналом, рекламной деятельности, маркетинга;
- Схему закрепления функций подсистем рекламы, маркетинга, управления персоналом за подразделениями организации (должностными лицами подразделений)
- Схему функциональных взаимосвязей исследуемого подразделения с другими подразделениями при выполнении функций управления персоналом, рекламы и PR, маркетинговых исследований;
- Схему функционального разделение труда в исследуемом подразделении по выполнению функций управления персоналом, рекламы и PR, маркетинговых исследований;

Разработанные документы, являются обязательными составляющими аналитической части выпускной квалификационной работы.

Для достижения этих целей студент должен в ходе практики *изучить*:

- организационную структуру и технологический процесс подразделения по рекламе (связям с общественностью);
- формы и механизмы информационного обмена внутри организации, место подразделения по рекламе (связям с общественностью) в структуре организации;
- формы работы подразделения с различными группами общественности, рекламодателей и рекламополучателей;
- перечень основных обязанностей, закрепленных за специалистами, ответственными за рекламу (связи с общественностью);
- рабочий план, согласно которому осуществляют свою деятельность специалисты по рекламе (связям с общественностью) соответствующих подразделений, служб, отделов и пр.;
- формы ведения учета основных показателей эффективности работы соответствующего подразделения, службы, отдела и пр.

В ходе практики студенты приобретают, либо закрепляют полученные ранее *навыки* по различным видам профессиональной деятельности, которые предусмотрены Федеральным государственным образовательным стандартом по направлению, что способствует их становлению в качестве полноценных высококвалифицированных специалистов. В результате прохождения практики обучающегося формируются следующие *компетенции*:

а) общекультурные (ОК)

- становится готов к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-3);
- учится находить организационно - управленческие решения в нестандартных ситуациях и готов нести за них ответственность (ОК-4);

- умеет использовать нормативные правовые документы в своей деятельности (ОК-5);
- использует основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способен анализировать социально-значимые проблемы и процессы (ОК-9);
- имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией (ОК-12);
- способен работать с информацией в глобальных компьютерных сетях (ОК-13);
- владеет одним из иностранных языков на уровне не ниже разговорного (ОК-14);

б) профессиональные (ПК):

- учится осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта (ПК-1);
- получает навыки работы в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, СМИ, отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах (ПК-2);
- способен под контролем планировать и осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия (ПК-3);
- способен под контролем использовать методики и техники проведения опросов общественного мнения и фокус-групп в рыночных исследованиях (ПК-4);
- владеет основами речи, знает ее виды, правила речевого этикета и ведения диалога, законы композиции и стиля, приемы убеждения (ПК-5);
- обладает базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, владеет навыками литературного редактирования, копирайтинга (ПК-6);
- получает базовыми навыками бренд-менеджмента и медиапланирования (ПК-7);
- обладает базовыми навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами и т.д. (ПК-8);
- учится обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы (ПК-9);

- имеет способность проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий (ПК-10);
- способен реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности (ПК-11);
- овладевает навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве и др (ПК-12);
- умеет осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия (ПК-13);
- умеет использовать методику и технику проведения маркетинговых кабинетных и внекабинетных исследований рынка, организации опросов потребителей с целью выявления их лояльности к товару и фирме, с целью выявления конкурентных преимуществ и недостатков фирмы и организации (ПК-14);
- обладает пониманием основ менеджмента и маркетинга (ПК-15);
- знает историю и основные теории менеджмента, владеет основными управленческими функциями (планирование, организация, координация, учет, контроль, принятие решений, лидерство, мотивация, адаптация) и методами их реализации; знает основы бизнес-процессов (ПК-16);
- учится оперативно принимать решения, в т.ч в кризисных ситуациях; способен к выработке нестандартных решений(ПК-17);
- получает способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организаций, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-18);
- овладевает навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации (ПК-19); навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-20);
- способен участвовать в формировании эффективных внутренних коммуникаций, нацелен на создание и поддержание благоприятного психологического климата в коллективе, мотивацию сотрудников на активную деятельность и развитие организации; осуществление работы по повышению квалификации и общего культурного и профессионального уровня сотрудников (ПК-21);
- готов к участию в проектировании в области рекламы и связей с общественностью фирмы, организации, обеспечению средств и методов по реализации проектов, участию в организации работы проектных команд (ПК-22);

- имеет навыки подготовки проектной документации (техно-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт и др.) (ПК-23);
- способен реализовать проекты и владеет методами их реализации (ПК-24);
- становится способен участвовать в создании эффективной информационно-коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в т.ч. с государственными службами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; участвовать в формировании и поддержании корпоративной культуры (ПК-25);
- способен принимать участие в планировании, подготовке и проведении информационно-коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований (ПК-26);
- умеет организовать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-27);
- может работать с материалами вторичной информации (сбор, реферирование, анализ) и систематизировать исходные данные для проведения экспертиз и консалтинга высшему руководству (ПК-28);
- обладает навыками создавать, поддерживать и обновлять базы данных (ПК-29);
- обладает компетенциями организации и проведения маркетинговых исследований с целью составления прогноза развития рынка, его емкости и динамики спроса и предпочтений потребителей и разработки мер по повышению ее конкурентной позиции (ПК-30);
- способен организовать и провести социологические исследования с целью составления прогноза общественного мнения и разработки мер по повышению имиджа фирмы, организации (ПК-31);
- способен организовать и провести рыночное наблюдение, опросы, анкетирование, эксперимент с целью повышения имиджа и конкурентной позиции организации и фирмы на рынке; осуществить сбор, обработку и анализ полученных данных (ПК-32);
- умеет подготовить, организовать и провести анкетирование и опросы мнения потребителей и общественного мнения; осуществить обработку и подготовку данных для анализа (ПК-33);
- владеет навыками составления и оформления материалов для экспертных заключений и отчетов (ПК-34);
- понимает важность обеспечения в мероприятиях по связям с общественностью и в рекламных кампаниях и рекламных объявлениях высокого уровня культуры (ПК-35).

Программа практики является индивидуальной для каждого студента. Она определяет методическую основу практики и ее содержание. Программа составляется совместно преподавателем выпускающей кафедры и студентом, с учетом места практики и профиля подготовки студента и утверждается на заведующим кафедрой. Программа практики может быть ориентирована как на конкретную учебную цель, так и на комплекс задач соответствующего профиля. Для руководства практикой назначается руководитель практики от СибИУ и от организации – базы практики.

Руководитель практики от СибИУ: до начала практики согласовывает с руководителями организаций график и программу ее прохождения студентами, выдает задание на практику, участвует в проведении всех организационных мероприятий до ухода студентов на практику. Курирует прохождение практики на местах.

Руководитель от организации, в которой студент проходит стажировку, обеспечивает необходимые условия прохождения практики, необходимые практикантам материалы, а также консультирует практиканта, контролирует использование им рабочего времени. В процессе стажировки подписывает дневник, а по окончании составляет характеристику практиканту с указанием общей оценки (неудовлетворительно, удовлетворительно, хорошо, отлично). Содержание стажировки направлено на обеспечение непрерывности и последовательности овладения студентом профессиональной деятельностью в соответствии с требованиями к уровню подготовки выпускника.

Выбор предприятий - объектов практики, согласование условий договора, назначение руководителей, распределение студентов по местам практики, а также учебно-методическое руководство практикой осуществляет *выпускающая кафедра*. В каждом случае необходимо письмо от руководителя предприятия (организации) с гарантиями обеспечения мест прохождения практик в соответствии с утвержденной программой.

Для *оформления на практику* на предприятие или в организацию студент должен иметь при себе:

- направление на практику, оформленное выпускающей кафедрой по установленному образцу;
- программу практики;
- индивидуальное задание;
- паспорт.

При наличии на предприятии, являющемся местом практики, отдела обучения студент проходит в нем регистрацию, и его сотрудник организует контроль за студенческой практикой. При отсутствии отдела обучения эти функции выполняет служба управления персоналом, отдел кадров или соответствующие работники администрации предприятия.

Основным регламентирующим документом для студента является *программа практики*, согласованная с руководителем подразделения организации, где она проводится.

Документом о результатах практики студента является *отчет*.

Отчет должен содержать следующие *разделы*:

1. Введение:

- цель, место и время прохождения практики;
- последовательность прохождения практики, перечень работ, выполненных в процессе практики.

2. Основная часть:

- описание организации работы в процессе практики;
- описание выполненной работы по разделам программы в обобщенном виде;
- описание практических задач, решаемых студентом за время прохождения практики;
- анализ наиболее сложных и характерных случаев, изученных студентом;
- указание на затруднения, которые возникли при прохождении практики;
- общая оценка качества собранного за время практики материала для подготовки и написания выпускной квалификационной работы.

3. Выводы:

- описание навыков, приобретенных за время практики;
- какую помощь оказывали студенту руководители практики;
- предложения по организации труда на соответствующем участке работы.

Помимо отчета о практике студент обязан предоставить *дневник прохождения практики*, в котором обязательно отражает проделанную им работу в соответствии с целями и задачами практики. По окончании практики *дневник подписывается руководителем от принимающей организации*.

В конце срока проведения практики руководителем от организации дается *отзыв* (заключение) о ее прохождении студентом. Отзыв должен быть оформлен на фирменном бланке предприятия (или скреплен печатью) и содержать краткую характеристику деятельности студента на предприятии и оценку знаний и умений, которые студент проявил при выполнении задания производственной практики. *Итоги практики подводятся на кафедре*.

Формы заполнения дневника, отчета и отзыва даются в Приложениях №№ 2-4.

Итоги аттестации студентов проставляются в *экзаменационной ведомости* и *зачетной книжке* студента. Студенты, не выполнившие программу практики по уважительным причинам, направляются на практику вторично в свободное от занятий время. Студенты, не выполнившие программу практики по неуважительным причинам, или получившие неудовлетворительную оценку на экзамене по практике, *могут быть отчислены*, как имеющие академическую задолженность.

Форма индивидуального задания (образец)

**ФГБОУ ВПО «РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
при ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»
Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС
г. Новосибирск**

Факультет _____

Кафедра _____

Направление подготовки /специальность, профиль _____
(полный код и наименование)

**ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ
для прохождения (преддипломной) практики**

Студент _____

Ф.И.О.

Группа _____ ; _____ курс; _____ форма обучения

Руководитель практики от филиала:

(Ф.И.О., ученая степень и звание, контактный телефон)

Место прохождения практики:

(наименование организации, адрес, контактные телефоны)

Руководитель практики от принимающей организации:

(должность, Ф.И.О., контактный телефон)

Срок прохождения практики: с « ____ » _____ 20 ____ г. по « ____ » _____ 20 ____ г.

Содержание задания на практику:

Материалы, необходимые для прохождения практики:

Перечень вопросов, подлежащих изучению:

Руководитель практики от филиала:

_____ / _____ /

(Ф.И.О., должность, ученая степень и звание)

(подпись)

« ____ » _____ 20 ____ г.

Форма оформления дневника практики (образец)
ФГБОУ ВПО «РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
при ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»
Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС
г. Новосибирск

Факультет _____

Кафедра _____

Направление подготовки _____
(полный код и наименование)

ДНЕВНИК
прохождения преддипломной практики

(Ф.И.О. студента)

Группа _____ ; курс _____ форма обучения _____
 Место прохождения практики _____

*(указывается полное наименование организации в соответствии с уставом,
 а также фактический адрес)*

Срок прохождения практики: с « _____ » _____ 20__ г. по « _____ » _____ 20__ г.

Календарный план прохождения практики

Дата	Содержание работы	Отметка о выполнении (подпись руководителя практики от организации)

1. Предложения студента по организации практики

2. Предложения руководителя практики от принимающей организации по организации практики

Ф.И.О. студента _____ / _____ /
(подпись)

Руководитель практики от организации _____ / _____ /
(Ф.И.О., должность, подпись)

« _____ » _____ 20__ г.

**ФГБОУ ВПО «РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И
ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
при ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»
Сибирский институт управления –филиал РАНХиГС
г. Новосибирск**

Факультет _____

Кафедра _____

Направление подготовки _____
(полный код и наименование)

**ОТЧЕТ
о прохождении преддипломной практики**

(Ф.И.О. студента)

Группа _____ ; _____ курс; _____ форма обучения

Место прохождения практики

(указывается полное наименование организации в соответствии с уставом, а также фактический адрес)

Срок прохождения практики: с « _____ » _____ 20__ г. по « _____ » _____ 20__ г.

Руководители практики:

От Сибирского института управления–филиала РАНХиГС

(Ф.И.О., должность) / _____ *(подпись)*

От организации:

(Ф.И.О., должность) / _____ *(подпись)*

Отчет представлен на защиту: « _____ » _____ 20__ г.

Оценка отчета: « _____ » _____ « _____ » _____ 20__ г.

Форма отзыва руководителя практики от организации (образец)

**ОТЗЫВ РУКОВОДИТЕЛЯ ПРАКТИКИ
ОТ ОРГАНИЗАЦИИ**

о работе студента в период прохождения
преддипломной практики

Студент _____ факультета
(Ф.И.О. студента)

проходил практику в период с « ____ » _____ 20 ____ г. по « ____ » 20 ____ г.

в _____ в _____
(наименование организации, структурного подразделения)

в качестве _____
(наименование должности)

За время прохождения практики _____ (Ф.И.О. студента)

поручалось решение следующих задач:

Результаты работы _____ состоят (Ф.И.О. студен-
та)

в следующем
В тексте отзыва возможны следующие варианты оценивания прохождения практики студентом: выполнение студентом программы практики; виды деятельности студента на практике; оценка уровня подготовленности студента; отношение студента к поручаемым заданиям; проявленные в ходе практики знания, компетенции, умения, навыки; способности и качества личности и т.д.

Индивидуальное задание выполнено, материал собран полностью.

Во время практики _____
(Ф.И.О. студента)

проявил себя как _____

Считаю, что прохождение практики студентом _____
(Ф.И.О.)

заслуживает оценки _____

Руководитель практики от организации _____ / _____ /
(Ф.И.О., должность, подпись)

« ____ » _____ 20 ____ г.