

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Волгоградский государственный социально-педагогический университет»
Факультет психолого-педагогического и социального образования
Кафедра социальной работы

«УТВЕРЖДАЮ»

Проректор по учебной работе

Ю. А. Жадаев

« 20 » ноября 2016 г.



Научно-исследовательская работа

Программа практики

Направление 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль «Реклама и связи с общественностью»

очная форма обучения

Волгоград
2016

Обсуждена на заседании кафедры социальной работы

«20» октября 2016 г., протокол № 3

Заведующий кафедрой [подпись] А.Н. Воронцов «20» октября 2016 г.
(подпись) (зав. кафедрой) (дата)

Рассмотрена и одобрена на заседании учёного совета факультета психолого-педагогического и социального образования «24» октября 2016 г., протокол № 3

Председатель учёного совета Т.Ю. Андрущенко [подпись] «24» октября 2016 г.
(подпись) (дата)

Утверждена на заседании учёного совета ФГБОУ ВО «ВГСПУ»

«28» ноября 2016 г., протокол № 6

Отметки о внесении изменений в программу:

Лист изменений № _____
(подпись) (руководитель ОПОП) (дата)

Лист изменений № _____
(подпись) (руководитель ОПОП) (дата)

Лист изменений № _____
(подпись) (руководитель ОПОП) (дата)

Разработчики:

Млечко Лидия Евгеньевна, канд. пед. наук, доцент кафедры социальной работы,
Овсянникова Татьяна Владимировна, канд. социол. наук, доцент кафедры социальной работы.

Программа практики соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (утверждён приказом Министерства образования и науки Российской Федерации 11 августа 2016 г. №997) и базовому учебному плану по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (профиль «Реклама и связи с общественностью»), утверждённому Учёным советом ФГБОУ ВО «ВГСПУ» (от 28 ноября 2016 г., протокол № 6).

1. Цель проведения практики

Обобщение и систематизация исследовательского инструментария по рекламе и связям с общественностью, полученного в процессе освоения образовательной программы и использование его для сбора и анализа по темам научных исследований; овладение студентами основными приемами ведения самостоятельной научно-исследовательской работы; формирование у студентов профессиональных знаний в области научно-исследовательской деятельности.

2. Вид, способы и формы проведения практики

Научно-исследовательская работа относится к блоку «Практики» вариативной части основной профессиональной образовательной программы.

Вид, способ и форма проведения практики:

- вид практики: производственная;
- способ проведения: выездная;
- форма проведения: дискретная.

3. Место практики в структуре образовательной программы

Научно-исследовательская работа является обязательным разделом основной профессиональной образовательной программы и представляет собой вид занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся.

Профильной для данной практики является организационно-управленческая профессиональная деятельность.

Для прохождения практики «Научно-исследовательская работа» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Коммуникационный менеджмент», «Организация и проведение мероприятий в сфере рекламы и связей с общественностью», «Основы интегрированных коммуникаций», «Основы маркетинга», «Основы менеджмента», «Основы организации отделов рекламы и связей с общественностью», «Профессионально-этические основы взаимодействия со СМИ в рекламе и связях с общественностью», «Реклама в коммуникационном процессе», «Связи с общественностью и общественное мнение», «Теория и практика массовой информации», «Теория и практика связей с общественностью», «История рекламы», «История связей с общественностью», «Политическая реклама», «Социальная реклама», «Социальное проектирование в сфере связей с общественностью», «Социальные проблемы в СМИ», прохождения практик «Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков (коммуникационная)», «Практика по получению первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности (организационно-управленческая)», «Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью».

Прохождение данной практики является необходимой основой для последующего изучения дисциплин «Коммуникационный менеджмент», «Консалтинг в связях с общественностью», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Организация и проведение мероприятий в сфере рекламы и связей с общественностью», «Основы организации отделов рекламы и связей с общественностью», «Реклама в коммуникационном процессе», «Технология создания имиджа в рекламе и связях с общественностью», «Политическая реклама», «Социальная реклама», «Социальное проектирование в сфере связей с общественностью», «Социальные проблемы в СМИ», прохождения практик

«Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью», «Преддипломная практика».

4. Планируемые результаты прохождения практики

В результате прохождения практики выпускник должен обладать следующими компетенциями:

– способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);

– умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);

– способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1).

В результате прохождения практики обучающийся должен:

знать

– технологии сбора первичной и обработки информации, анализа вторичной информации;

– методологию исследования: методы и инструменты научного исследования, технологии их применения, способы обработки;

– систему сбора, обработки и систематизации статистических данных, социологический исследований;

уметь

– формулировать проблемы в сфере рекламы и связей с общественностью на основе кабинетных исследований документальной информации;

– разработать анкету, опросный лист;

– интерпретировать собранную информацию;

владеть

– методом анализа документов;

– разными видами опроса и других методов;

– технологией письменного составления отчета по проведенному исследованию.

5. Объём и продолжительность практики

количество зачётных единиц – 9,

общая трудоёмкость практики – 6 нед.,

распределение по семестрам – 5, 7, 8.

6. Содержание практики

№ п/п	Наименование раздела практики	Содержание раздела практики
-------	-------------------------------	-----------------------------

1	Информационно-аналитическая работа "Характеристика рынка сферы рекламы и связей с общественностью г. Волгограда и Волгоградской обл."	Составление индивидуального плана НИР по проблемам в сфере рекламы и связей с общественностью и характеристика рынка рекламы и связей с общественностью г. Волгограда и Волгоградской области, по теме исследования
2	Исследовательская работа "Использование технологии опроса в сфере рекламы и связей с общественностью"	Опрос как разновидность наблюдения. Специфика разных видов опроса. Организация опроса и техника проведения опроса: основные требования.
3	Аналитическая работа "Обработка информации и составление отчета"	Методика оформления материалов диагностики - результатов опроса и анкетирования. Методика подготовки и оформления отчета, доклада, публикаций по исследуемой проблеме.

7. Учебная литература и ресурсы Интернета

7.1. Основная литература

1. Гринберг Т.Э. Коммуникационная концепция связей с общественностью. Модели, технологии, синергетический эффект: Монография . М.: МГУ – 2012. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/54633.html>.

2. Квят, А. Г. Методологические основы связей с общественностью [Электронный ресурс] : курс лекций / А. Г. Квят ; А. Г. Квят. - Омск : Омский государственный университет, 2012. - 175 с. - ISBN 978-5-7779-1449-1.

7.2. Дополнительная литература

1. Булатова, С. Н. Теория и практика связей с общественностью [Электронный ресурс] : учебное пособие / С. Н. Булатова ; С. Н. Булатова. - Кемерово : Кемеровский государственный университет культуры и искусств, 2012. - 80 с. - ISBN 978-5-8154-0229-4..

2. Минаева Л.В. Внутрикorporативные связи с общественностью. Теория и практика. Учеб. пособие. М.: Аспект Пресс. – 2010. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8971.html>.

7.3. Ресурсы Интернета

Перечень ресурсов Интернета, необходимых для проведения практики:

1. Портал электронного обучения Волгоградского государственного социально-педагогического университета. URL: <http://lms.vspu.ru>.

2. Электронная библиотечная система. URL: <http://www.iprbookshop.ru>.

3. Образовательный портал Волгоградского государственного социально-педагогического университета. URL: <http://edu.vspu.ru>.

4. Электронная гуманитарная библиотека. URL: <http://www.gumfak.ru>.

8. Информационные технологии и программное обеспечение

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости):

1. Комплект офисного программного обеспечения.
2. Технологии обработки текстовой информации.
3. Интернет-браузер.

9. Материально-техническая база

Практика может проводиться в сторонних организациях или в структурных подразделениях университета, обладающих необходимым кадровым и научно-техническим потенциалом. Материально-техническая база организации, где проводится практика, должна включать в свой состав помещения и оборудование для проведения всех видов работ, предусмотренных программой практики.

Выбор мест практики для лиц с ограниченными возможностями здоровья производится с учётом состояния здоровья обучающихся и требований по доступности.

Для подготовки и непосредственной организации проведения практики, выполнения самостоятельной работы студентов, подготовки и предоставления отчетов по практике университет обеспечивает обучающихся материально-технической базой, включающей в свой состав:

1. Учебная аудитория с мультимедийной поддержкой для проведения установочной и итоговой конференций.

10. Формы отчётности по практике

В качестве основной формы отчетности по практике является письменный отчет, представленный в виде дневника практики или описания полученных результатов. Отчет должен содержать сведения о конкретно выполненной работе в период практики в соответствии с программой практики. Описание формы, примерного содержания, структуры и критериев оценивания отчета представлено в фонде оценочных средств.

11. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств, включающий перечень компетенций с указанием этапов их формирования, описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, типовые контрольные задания и методические материалы является приложением к программе практики.