

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Санкт-Петербургский государственный экономический университет»

Кафедра коммуникационных технологий и связей с общественностью

1. УТВЕРЖДАЮ  
Проректор  
по учебной и методической работе  
университета

\_\_\_\_\_ И.И. Егорова

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.

**ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА: ПО РЕКЛАМЕ И  
СВЯЗЯМ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ**

Рабочая программа дисциплины

Направление подготовки – **42.03.01 «Реклама и связи с  
общественностью»**

**Рабочая программа дисциплины «производственная практика по рекламе и связям с общественностью в сети Интернет» составлена:**

- в соответствии с требованиями ФГОС ВО;
- на основании учебного плана направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Составитель(и):

\_\_\_\_\_ к. соц. наук, доцент Д.А. Федоров

**Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры коммуникационных технологий и связей с общественностью**

от «30» августа 2016 г., протокол №1.

Заведующий кафедрой:

\_\_\_\_\_ д-р филол. наук, проф. А.Д. Кривоносов

**Программа согласована:**

Рецензент:

\_\_\_\_\_ к. филос. н., профессор С.М. Емельянов

Библиотека СПбГЭУ:

\_\_\_\_\_ директор библиотеки О.В. Никитина

Отдел ООП УМУ:

\_\_\_\_\_

## **1. ВИД ПРАКТИКИ, СПОСОБЫ И ФОРМЫ ЕЕ ПРОВЕДЕНИЯ**

Практика – вид учебной деятельности и проводится в целях получения первичных профессиональных умений и навыков.

Производственная практика по рекламе и связям с общественностью в сети Интернет обучающихся в СПбГЭУ по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» (далее обучающихся) является обязательной частью основной образовательной программы высшего образования по направлению 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью.

**Производственная практика по рекламе и связям с общественностью в сети Интернет** организуется и проводится с целью закрепления знаний, полученных студентами в процессе обучения, на основе изучения работы организаций, на которых они проходят практику, а также овладения производственными (функциональными) навыками, необходимыми студенту для использования современных компьютерных и телекоммуникационных технологий в профессии специалиста по рекламе и связям с общественностью, овладения техниками и приёмами эффективного применения информационно-вычислительной техники и средств коммуникации для достижения задач, поставленных перед пиарменом и рекламистом. В процессе производственной практики по рекламе и связям с общественностью в сети Интернет студенты использования современных компьютерных и телекоммуникационных технологий в практической деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью.

Состав производственной практики по рекламе и связям с общественностью в сети Интернет определяется требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью и учебными планами.

Производственная практика по рекламе и связям с общественностью в сети Интернет проводится в следующих формах:

- практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности;

Способы проведения производственной практики по рекламе и связям с общественностью в сети Интернет:

- стационарная;

Руководитель практики (преподаватель кафедры) от университета:

- составляет рабочий график (план) проведения практики;
- разрабатывает задания для студентов, выполняемые в период практики;
- осуществляет контроль за соблюдением сроков проведения практики и соответствием ее содержания требованиям, установленным ООП;

- оказывает методическую помощь студентам при выполнении ими заданий;
- оценивает результаты прохождения практики студентами.

Направление на практику оформляется распорядительным актом руководителя организации или иного уполномоченного им должностного лица с указанием обучающихся студентов, а также с указанием вида и срока прохождения практики.

Результаты прохождения практики оцениваются и учитываются в порядке, установленном заведующим кафедрой.

Обучающиеся в период прохождения практики:

- выполняют индивидуальные задания, предусмотренные программами практики;
- соблюдают правила внутреннего трудового распорядка;
- соблюдают требования охраны труда и пожарной безопасности.

## **2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПРАКТИКИ**

**Целью** производственной практики по рекламе и связям с общественностью в сети Интернет является формирование и развитие профессиональных знаний и навыков у студентов в сфере современных компьютерных и телекоммуникационных технологий.

В **задачи** производственной практики входит закрепление и углубление полученных теоретических знаний о специфике, сходствах и различиях применения телекоммуникационных и компьютерных технологий в рекламе, связях с общественностью и журналистике как смежных коммуникативных форм; практике сетевой рекламы, создании корпоративных сайтов, вирусных технологиях, краудсорсинге и других телекоммуникационных технологиях, используемых в рекламе и связях с общественностью в онлайн среде, а также использование результатов практики для подготовки курсовых работ и выпускной квалификационной работы.

## **3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ НА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ ПО РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯМ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ**

3.1. Процесс прохождения практики направлен на формирование следующих компетенций:

-ОПК-6 - способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности

-ПК-12 - способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных,

производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации

3.2. В результате прохождения производственной практики обучающийся студент должен:

**Знать:**

- основы понятийного аппарата телекоммуникационных и компьютерных технологий в рекламе и связях с общественностью (ОПК-6);
- определение, специфику и характеристики интернет-технологий, информационных технологий и компьютерных технологий (ОПК-6)
- формы и методы использования телекоммуникационных и компьютерных технологий в рекламе и связях с общественностью (ПК-12).
- концепции, видах и основных каналах интернет-коммуникаций и мобильных платформ ((ОПК-6));
- характеристиках и структуре интернет-технологий ((ОПК-6)).

**Уметь:**

- использовать системы контекстной рекламы и партнёрские программы для продвижения в интернете (ПК-12);
- создавать простейшие веб-странички и странички в социальных медиа (ПК-12);

**Владеть навыками:**

- работать с основными поисковыми системами(ПК-12);
- создания структуры и работы с CMS корпоративного сайта (ПК-12).

#### **4. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

Производственная практика по рекламе и связям с общественностью в сети Интернет относится к Блоку 2 «Практики», который включает практики, относящиеся к базовой части программы, и практики, относящиеся к ее вариативной части.

Для прохождения производственной практики студенту необходимо обладать компетенциями, сформированными такими предшествующими курсами, как «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью», «Копирайтинг и спичрайтинг», «Медиаанализ и медиапланирование», «Организация и проведение рекламных и PR-кампаний в бизнесе».

#### **5. ОБЪЕМ ПРАКТИКИ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ И ЕЕ ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ**

Сроки проведения практик по направлению подготовки 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью и в учебном плане СПбГЭУ.

**Производственная практика** по рекламе и связям с общественностью в сети Интернет проводится в 7 семестре – 6 з.е. - 216 часов.

## **6. ФОРМА И МЕСТО ПРОВЕДЕНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ**

Местом прохождения практики являются PR- и рекламные отделы коммерческих и некоммерческих организаций (как государственные, так и частные); PR- и рекламные агентства Петербурга и других городов, редакции печатных периодических изданий; редакции специализированных изданий; радиостанции; телеканалы; информационные агентства; редакции интернет-сайтов, порталов; пресс-службы.

Место прохождения практики должно соответствовать выбранной специализации студента.

Место прохождения практики определяется кафедрой, студент на распределении подписывает свое согласие с распределением на место практики. Студент может предлагать место прохождения производственной практики, в этом случае он обязан в письменной форме проинформировать кафедру и заведующего (заместителя) не менее чем за 3 недели до распределения на практику, получить направление на прохождение практики в выбранном им месте и представить на кафедру гарантийное письмо.

Распределение на места прохождения преддипломной практики по рекламе и связям с общественностью в сети Интернет студентов, обучающихся по программам подготовки бакалавров и дипломированных специалистов, осуществляется научным руководителем дипломной работы в соответствии с планами кафедры.

Распределение на практику закрепляется Приказом ректора (проректора). Студенты имеют право ознакомиться с проектом приказа в период с 20 по 30 августа.

## **7. ФОРМЫ ОТЧЕТНОСТИ**

Сроки сдачи отчета о практике на кафедру: в течение недели после окончания практики (в зависимости от графика учебного процесса).

**Описательная часть прохождения практики (собственно отчет):**

- введение (студент указывает цели и задачи практики);
- описание места прохождения практики (название и характеристика/профиль организации);
- календарный график прохождения практики (формируется по неделям, с указанием выполняемых студентом задач — дневник практики);
- описание выполненных студентом индивидуальных заданий;

- заключение (выводы и предложения по организации практик).

Объем описательной части должен составлять 3-5 стр. формата А 4;

Вторая часть отчета – отчет о конгрессной практике, которую студент проходил в течение учебного года (дата, место, функции, критический анализ своей деятельности – например, знаний, навыки, умения, которыегодились или которых не хватило при прохождении конкретного вида конгрессной практики.

Кроме этого, студент представляет обязательные документы, свидетельствующие о прохождении им практики: титульный лист, договор с предприятием, задания на практику, характеристику, подписанную руководителем практики от предприятия.

### **Материалы, подготовленные во время практики в соответствии с ее видом и задачами:**

**Публикации** в сети Интернет.

- опубликованные материалы, где указаны настоящие фамилия и имя автора публикации, редакцией не заверяются;
- авторство публикаций без подписи или под псевдонимом подтверждается редакцией в обязательном порядке (ставится подпись ответственного лица, заверенная печатью организации);
- авторство материалов, принятых к публикации, но не опубликованных по независящим от студента причинам подтверждается редакцией в обязательном порядке (ставится дата, подпись ответственного лица, заверенная печатью организации).

**Аудио- и видеоматериалы**, если студент не предоставляет записи сюжетов на аудио или видео-носителях (ставится подпись ответственного лица, заверенная печатью организации); **записи аудио - или видеосюжетов** предоставляются на CD или DVD–дисках.

**PR- и рекламные материалы** (PR-тексты, сценарии, медиа-планы и т.д.) заверяются куратором практики от организации (ставится подпись ответственного лица, заверенная печатью организации);

**Макеты сверстанных полос и рекламных модулей, фотоматериалы, материалы, опубликованные на информационных сайтах** заверяются руководителем Интернет-ресурса (ставится подпись ответственного лица, заверенная печатью организации).

**Производственную практику на 4 курсе** студенты проходят в рекламных и PR-отделах организаций, в отделах маркетинга, в специализированных рекламных и коммуникационных агентствах, рекламных отделах СМИ. Содержанием практики является работа в качестве копирайтера, креэйтора, медиапланера, менеджера по рекламе и PR. Практика предполагает выполнение широкого спектра работ по созданию коммуникационного продукта (исследования рынка, создание текстов, креативные решения, тестирование, написание сценария и плана проведения рекламных кампаний и др.)

Содержанием практики является работа в качестве экаунт-менеджера, рекламного или PR-менеджера, копирайтера, крейтора, медиапланера, менеджера по рекламе.

Данная практика предполагает выполнение широкого спектра работ по созданию рекламного продукта (исследования рынка, создание рекламных текстов, креативные решения, медиапланирование, тестирование, написание сценария и плана проведения рекламных кампаний, расчет эффективности рекламного мероприятия и др.)

По итогам практики студент обязан представить к защите письменный отчет объемом 7-10 машинописных страниц и не менее двух подготовленных за время практики материалов.

**Производственная практика по рекламе и связям с общественностью в сети Интернет студентов 4 курса** имеет целью закрепление теоретических знаний, полученных ими в процессе обучения и развитие практических навыков для использования современных компьютерных и телекоммуникационных технологий в профессии специалиста по рекламе и связям с общественностью

Базой проведения практики являются сторонние организации (пресс-служба, пресс-центр предприятия, организации, государственной структуры, специализированное рекламное, информационное или PR-агентство, отделы рекламы и/или связей с общественностью предприятий и организаций и т.п.).

Во время прохождения практики студенты подчиняются всем правилам внутреннего распорядка и техники безопасности, установленным в организации (в соответствующем подразделении и на рабочих местах).

Содержание практики, индивидуальная программа (задание) для каждого студента, объем отчетных материалов определяется выпускающей кафедрой, научным руководителем выпускной квалификационной (дипломной) работы совместно со студентом, проходящим преддипломную практику с учетом возможностей организаций, в которых проводится практика.

При прохождении практики в сторонней организации с ее стороны, при наличии такой возможности, выделяется куратор, который осуществляет организационно-техническую поддержку и контроль работы студента на месте практики.

## **8. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

К защите допускаются только те практики, на которых стоит виза методиста кафедры. Визой считается запись в Книге учета практик и на титульном листе отчета о практике с указанием даты, когда практика была сдана в отдел. Практика принимается в соответствии с Приказом ректора о месте распределения. В случае несоответствия места распределения практике реальным обстоятельствам, студент пишет докладную записку на

имя декана с объяснением причин нарушения Приказа о распределении на практику. Отчеты о практике без отметки о регистрации в отделе практики к защите не допускаются. За несвоевременную сдачу практики без уважительной причины оценка за практику снижается на один балл.

Материалы практики принимаются и хранятся на кафедре до их передачи преподавателям, отвечающим за защиту практики. Преподаватель, отвечающий за защиту практики, обязан забрать материалы практики на кафедре не менее чем за три дня до назначенной защиты практики.

В случае, если студент нарушил сроки сдачи практик и предоставил материалы практики на кафедру, когда остальные работы уже были переданы преподавателю, на отчете о практике проставляется виза методиста кафедры, делается запись в Книге учета практик, фиксируется нарушение срока сдачи практики, и выдается направление на сдачу материалов практики преподавателю. Студент самостоятельно передает практику преподавателю.

Защита производственной практики происходит по группам открыто и гласно. Преподаватель заблаговременно знакомится с материалами производственной практики, назначает дату и время защиты, рецензента из числа студентов группы и предоставляет ему возможность ознакомиться с материалами практики.

Студенты, не выполнившие программы практики или получившие неудовлетворительную оценку (незачет), направляются на практику вторично в индивидуальном порядке без отрыва от учебы и ищут место практики самостоятельно.

### **Права и обязанности студентов на практике**

Продолжительность рабочего дня студентов регламентируется в соответствии с Трудовым Кодексом Российской Федерации. При прохождении практики она должна составлять для студентов в возрасте от 16 до 18 лет - не более 36 часов в неделю, в возрасте от 18 и старше не более 40 часов в неделю (ст. 92 Трудового Кодекса Российской Федерации).

В период практики на студентов распространяются правила внутреннего распорядка, положения о профессиональной дисциплине, действующие в принимающих организациях, и нормы законодательства об охране труда.

На студентов, проходящих практику и зачисленных на штатные должности, распространяется трудовое законодательство, и они подлежат государственному социальному страхованию наравне со всеми работниками.

Студенты, направляемые на практику, обязаны:

- детально ознакомиться с программой конкретного вида практики;
- своевременно прибыть на место прохождения практики;

- соблюдать режим работы, выполнять указания руководителя практики, выполнять программу практики;
- своевременно подготовить и сдать отчет по практике.

### **График прохождения производственной практики по рекламе и связям с общественностью в сети Интернет**

№ пп	Этапы выполнения	Форма контроля
1	Первая неделя	Составление отчета
2	Вторая неделя	Составление отчета
3	Третья – двенадцатая недели (на 4 курсе)	Составление отчета
4	Прием отчетов	На кафедре
5	Защита отчетов	Дифференцированный зачет

## **9. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И РЕСУРСОВ СЕТИ ИНТЕРНЕТ**

### **Список нормативных правовых документов**

1. Конституция (Основной закон) Российской Федерации // Российская газета. 1993. № 2 37 .
2. Федеральный закон РФ «О персональных данных» № 152-ФЗ от 27.07.2006. (действующая редакция от 13.08.2013. [электронный ресурс] // Институт проблем информационного права [сайт] URL: [http://www.medialaw.ru/laws/russian\\_laws/txt/12.htm](http://www.medialaw.ru/laws/russian_laws/txt/12.htm).
1. Федеральный закон РФ «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации» № 160-ФЗ от 13.01.1995 [электронный ресурс] // Институт проблем информационного права [сайт] URL: [http://www.medialaw.ru/laws/russian\\_laws/txt/3.htm](http://www.medialaw.ru/laws/russian_laws/txt/3.htm).
2. Федеральный закон РФ «О рекламе» № 231-ФЗ от 18.12.2006. [электронный ресурс] // Институт проблем информационного права [сайт] URL: [http://www.medialaw.ru/laws/russian\\_laws/txt/11.htm](http://www.medialaw.ru/laws/russian_laws/txt/11.htm).
3. Федеральный закон РФ «О средствах массовой информации» № 2124-1ФЗ от 27.12.1991. (действующая редакция от 01.09.2013). [электронный ресурс] // Институт проблем информационного права [сайт] URL: [http://www.medialaw.ru/laws/russian\\_laws/txt/2.htm](http://www.medialaw.ru/laws/russian_laws/txt/2.htm).

### **Интернет-ресурсы**

1. Электронная библиотека «Книги по журналистике и ПР»: [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Gurn/Index.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Gurn/Index.php)

2. [www.inguk.ru](http://www.inguk.ru)
3. Российская государственная библиотека - <http://elibrary.rsl.ru/>
4. Свободная энциклопедия Википедия. <http://ru.wikipedia.org/wiki>
5. Учебный портал «Социальная сеть работников образования»: URL: [nsportal.ru](http://nsportal.ru).
6. Федеральное хранилище «Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов»: <http://shool-collecion.edu.ru>.
7. Федеральный портал «Российское образование»: [http://www.edu.ru/index.php?page\\_id](http://www.edu.ru/index.php?page_id)

## **10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

При ведении практических занятий по всем темам активно используется компьютерная техника для демонстрации слайдов с помощью программного приложения Microsoft Power Point. На отчетах по учебной практике студенты представляют презентации, подготовленные с помощью программного приложения Microsoft Power Point, подготовленные ими в часы самостоятельной работы. Информационные технологии: – сбор, хранение, систематизация и выдача учебной и научной информации; – обработка текстовой, графической и эмпирической информации; – подготовка, конструирование и презентация итогов исследовательской и аналитической деятельности; – самостоятельный поиск дополнительного учебного и научного материала, с использованием поисковых систем и сайтов сети Интернет, электронных энциклопедий и баз данных; – использование электронной почты преподавателей и обучающихся для рассылки, переписки и обсуждения возникших учебных проблем. В ходе реализации целей и задач учебной практики обучающиеся могут при необходимости использовать возможности информационно-справочных систем, электронных библиотек и архивов. Информационно-справочные и информационно-правовые системы – справочная правовая система ГАРАНТ (интернет-версия). URL: <http://www.garant.ru/iv/> – Консультант Плюс. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_160060/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_160060/) – Деловая онлайн-библиотека. URL: <http://kommersant.org.ua/> Электронные архивы.

**Образец оформления титульного листа отчета по практике**

**МИНОБРНАУКИ РФ**

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Санкт-Петербургский государственный  
экономический университет»

Кафедра коммуникационных технологий и связей с общественностью

**ОТЧЕТ**

**о прохождении производственной практики  
по рекламе и связям с общественностью в сети Интернет**

студента (ки) \_\_\_\_\_ курса \_\_\_\_\_ группы

\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О. полностью)

Наименование организации (места практики) \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Руководитель практики от организации \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

(должность, фамилия, имя, отчество)

Руководитель практики от кафедры \_\_\_\_\_

(должность, фамилия, имя, отчество)

**Санкт-Петербург**

**201\_**



