

Частное образовательное учреждение высшего образования
«Ростовский институт защиты
предпринимателя»(РИЗП)

Утверждаю

Ректор института

_____ А.А. Паршина

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
по организации и проведению
учебной практики
(профессионально-ознакомительной)

Код и наименование направления подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Квалификация (степень) выпускника	Бакалавр

Ростов-на-Дону

Содержание практики

1. Общие положения

Программа практики разрабатывается с учетом требований локальных нормативных актов РИЗП и является составной частью образовательной программы, обеспечивающей реализацию федеральных государственных образовательных стандартов.

2. Общее руководство практикой

Для руководства практикой, проводимой в РИЗП, назначается руководитель (руководители) практики от РИЗП из числа лиц, относящихся к профессорско-преподавательскому составу РИЗП.

Для руководства практикой, проводимой в профильной организации, назначаются руководитель (руководители) практики из числа лиц, относящихся к профессорско-преподавательскому составу РИЗП (далее - руководитель практики от РИЗП), и руководитель (руководители) практики из числа работников профильной организации (далее - руководитель практики от профильной организации).

Руководитель практики от РИЗП:

- составляет рабочий график (план) проведения практики;
- разрабатывает индивидуальные задания для обучающихся, выполняемые в период практики;
- участвует в распределении обучающихся по рабочим местам и видам работ в организации;
- осуществляет контроль за соблюдением сроков проведения практики и соответствием ее содержания требованиям, установленным образовательной программой;
- оказывает методическую помощь обучающимся при выполнении ими индивидуальных заданий, а также при сборе материалов к выпускной квалификационной работе в ходе преддипломной практики;
- оценивает результаты прохождения практики обучающимися.

Руководитель практики от профильной организации:

- согласовывает индивидуальные задания, содержание и планируемые результаты практики;
- предоставляет рабочие места обучающимся;

- обеспечивает безопасные условия прохождения практики обучающимся, отвечающие санитарным правилам и требованиям охраны труда;
- проводит инструктаж обучающихся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка.

При проведении практики в профильной организации руководителем практики от РИЗП и руководителем практики от профильной организации составляется совместный рабочий график (план) проведения практики.

3. Порядок проведения практики

Обучающиеся в период прохождения учебной практики обязаны:

- явиться на место практики в срок, установленный для начала прохождения практики;
- соблюдать правила внутреннего трудового распорядка;
- соблюдать требования охраны труда и пожарной безопасности.
- выполнить работу с соответствии с рабочим графиком (планом), требованиями программы практики и указаниями руководителя(ей) практики;
- выполнять индивидуальные задания, предусмотренные программой практики;
- пользоваться консультацией руководителя(ей) практики;
- вести записи в дневнике с указанием вида и срока проделанной работы;
- по окончании практики представить отчет по практике с заполненным дневником по практике руководителю(ям) практики.

Прохождение учебной практики обеспечивается распорядительными документами и учебно-методическими материалами. Для организации ознакомительной практики предусмотрены следующие виды работ:

- знакомство с работой предприятий торговли;
- знакомство с работой предприятий в области закупочной деятельности;
- знакомство с работой рекламных отделов и служб связей с общественностью предприятий, общественных организаций, государственных органов управления;
- изучение справочно-библиографических систем, способов поиска информации; приобретение навыков работы с библиографическими

справочниками, составления научно-библиографических списков, использования библиографического описания в научных работах;

- работа с электронными базами данных отечественных и зарубежных библиотечных фондов.

Результаты проведенной работы заносятся в дневник. В дневнике необходимо ежедневно записывать краткие сведения о проделанной в течение дня работе. Записи о выполняемой работе должны быть конкретными и заверяются подписью руководителя практики.

4. Отчетность о прохождении практики

Практика оценивается руководителем на основе отчёта, составляемого студентом. Отчёт о прохождении практики должен включать описание проделанной студентом работы. Отчетные документы по практике представляются для контроля не позднее пяти дней после окончания практики (включая выходные и праздничные дни) руководителю учебной практики и после защиты сдаются на кафедру. Все документы должны быть напечатаны и представлены в отдельной папке с титульным листом.

Оценка по учебной практике (зачёт с оценкой) заносится в ведомость и зачётную книжку, приравнивается к оценкам (зачётам) по теоретическому обучению и учитывается при подведении итогов общей успеваемости студентов.

5. Перечень примерных индивидуальных заданий для прохождения практики

Тема 1. Организация рекламной работы на предприятии

Студент должен познакомиться с предприятием, историей его развития, общим режимом работы, структурой управления и организационным построением. Инструктаж по технике безопасности. Отразить цели и задачи предприятия. Изучить функции и связи маркетингового отдела с другими подразделениями предприятия. Ознакомиться с организационной структурой предприятия. Описать штат специалистов по маркетингу и рекламе на предприятии и их должностных обязанностей. Ознакомиться с учредительными документами предприятия

Тема 2. Организация связей с общественностью на предприятии

Студент должен познакомиться с предприятием, историей его развития, общим режимом работы, структурой управления и организационным построением. Инструктаж по технике безопасности. Отразить цели и задачи предприятия. Изучить функции и задачи деятельности по организации связей с общественностью на предприятии.

Описать штат специалистов по организации связей с общественностью на предприятии и их должностные обязанности. Ознакомиться с учредительными документами предприятия

Тема 3. Организация и управление рекламной деятельностью на предприятии

Студент должен познакомиться с предприятием, историей его развития, общим режимом работы, структурой управления и организационным построением.

Отразить цели и задачи предприятия. Изучить функции отдела рекламы. Ознакомиться с организационной структурой предприятия.

Субъекты рекламной деятельности, взаимодействующие с предприятием. Рекламная служба как составная часть маркетинга организации. Разработчики рекламы. Организация взаимодействия участников рекламного процесса и договорное регулирование их отношений.

Тема 4. Структура и основные направления деятельности отдела рекламы и связей с общественностью на предприятии.

Ознакомиться со структурой и типовым положением отдела. Ознакомиться с правилами построения отношений с руководством. Участие в оперативных совещаниях высшего руководства, уровень полномочий в области разработки политики стратегических коммуникаций организации. Участие в планировании основной деятельности компании. Оперативное получение информации от других структурных подразделений. Наличие хороших контактов в журналистской среде. Профессионализм в обеспечении освещения социальных и политических процессов.

Участие отдела рекламы и связей с общественностью предприятия в выставках, праздниках, ярмарках, корпоративных мероприятиях, дни открытых дверей и др.

Тема 5. Основные средства рекламы, применяемые на предприятии.

Охарактеризовать основные рекламные средства. Основные виды и типы рекламы. Реклама в прессе. Реклама печатная. Аудиовизуальная реклама. Радио- телереклама. Выставки-ярмарки. Наружная реклама. Реклама на транспорте. Витринная реклама. Сувенирная реклама. Прямая почтовая реклама. Компьютеризированная реклама. Потребительская тара и упаковка. Ознакомиться с основными средствами рекламы, применяемой на предприятии. Дать предложения по улучшению использования средств рекламы.

Тема 6. Имидж и фирменный стиль в рекламе предприятия

Понятие фирменного стиля предприятия и его составные элементы. Товарный знак – главный элемент фирменного стиля. Требования,

предъявляемые к товарному знаку. Порядок регистрации товарных знаков. Применение товарного знака в рекламе. Использование товарного знака. Брендинг как технология фирменности продукции. Внешняя реклама магазина. Интерьер магазина как средство рекламы. Витрины как средство рекламы магазина.

Тема 7. Регулирование деятельности специалистов отделов рекламы и связей с общественностью: правовые и этические аспекты

Ознакомление с Законами РФ «О средствах массовой информации», «О рекламе», «Об авторском праве и смежных правах», «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» в практике деятельности пресс-секретаря. Правовой режим предоставления информации

Тема 8. Виды кодексов профессионального поведения и функции специалистов по рекламе и связям с общественностью.

Дать характеристику кодексов профессионального поведения: Кодекс профессионального поведения ГРКА, Декларация этических принципов РАСО. Российские и международные рекламные кодексы

Знакомство с функциями пресс-секретаря и специалиста по связям с общественностью, круг решаемых задач. Различия и сходства в работе специалиста по связям с общественностью и пресс-секретаря. Знакомство с квалификационными характеристиками специалиста по связям с общественностью.

Тема 9. Планирование и организация рекламных мероприятий

Дать понятия целям рекламной кампании и мероприятий. Последовательность проведения рекламной кампании. Охарактеризовать виды рекламных средств, используемые в рекламной кампании.

Разработка медиастратегии. Сущность и структура плана рекламы. Последовательность разработки плана рекламы. Организация и планирование рекламной кампании. Основные этапы проведения рекламной кампании.

Индивидуальные задания выполняются студентами на примере деятельности предприятия (базы практики) и прилагаются к отчёту по практике.

Перечень индивидуальных заданий может быть дополнен и индивидуализирован в соответствии с темой бакалаврской работы, местом прохождения практики и согласован с руководителем практики от института.