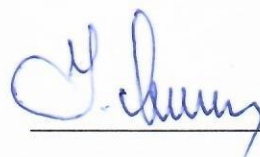


**ГОУ ВПО РОССИЙСКО-АРМЯНСКИЙ (СЛАВЯНСКИЙ)  
УНИВЕРСИТЕТ**

**ИНСТИТУТ МЕДИА РЕКЛАМЫ И КИНО**

**УТВЕРЖДАЮ:**



**Директор ИМРК**

**К. В. Маркарян**

**«\_19\_» \_07\_ 2023 г.**

**Программа учебной практики**

**Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связь с общественностью»**

**Образовательная программа: «Реклама и связь с общественностью»**

**Квалификация(степень) выпускника: «бакалавр»**

**Форма обучения – очная**

**ЕРЕВАН**



## **1. Цели и задачи освоения дисциплины**

Целями учебной (профессионально-ознакомительной) практики является подготовка к освоению студентами необходимых практических навыков в рамках осуществления профессиональной деятельности. В процессе прохождения практики студент знакомится с деятельностью в области связей с общественностью и приобретает опыт сбора и обработки практического материала.

Цели учебной (профессионально-ознакомительной) практики:

- приобрести навыки работы с клиентами,
- подготовки деловых предложений,
- ведение переписки;
- формирование представлений об основных видах деятельности в сфере связей с общественностью;
- об особенностях сферы деятельности и её участников.

**Задача учебной практики:**

Ознакомление со структурой и задачами конкретной организации (фирмы, отдела), организацией, формой и методами работы по связям с общественностью.

Задачи учебной практики:

- закрепить и углубить знания, полученные в ходе освоения теоретического курса;
- ознакомиться с организацией работы по связям с общественностью соответствующих отделов и служб, их структурой, функциональными обязанностями сотрудников;
- изучить опыт деятельности творческого и аналитического сегментов структуры связей с общественностью, особенности работы с клиентами и подготовки деловых предложений, практики спичрайтинга, мониторинга СМИ, организации специальных мероприятий;
- ознакомиться с планированием и проведением кампаний в сфере связей с общественностью, видами информирования аудитории, разработкой и осуществлением медиаплана;
- изучить техническую базу сбора, хранения и обработки информации, выработать навыки поддержания деловых отношений с типографиями, студиями компьютерной графики, теле- и звукозаписи.
- выполнить индивидуальные задания.

## **2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата**

Учебная практика обеспечивает преемственность и последовательность в изучении теоретического и практического материала, предусматривает комплексный подход к предмету изучения и охватывает все основные объекты связей с общественностью в рекламной сфере.

Учебная практика базируется на освоении следующих учебных курсов: «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью», «История возникновения и развития рекламы», «Работа с текстами в рекламе и СО».

Прохождение учебно-ознакомительной практики создаёт базу для успешного освоения последующих курсов теоретической и практической подготовки, таких как: «Основы интегрированных коммуникаций рекламы и СО», «Основы маркетинга», «Креатив в рекламе» и т.д.

## **3. Формы проведения учебной практики:**

Профильная деятельность в рамках проектных мероприятий, фестивалей, выставок, проводимых коммуникационными агентствами, коммерческими или некоммерческими организациями.

## **4. Место и время проведения учебной практики**

Общая продолжительность практики устанавливается в соответствии с общим учебным планом. Рабочий день практиканта составляет не более 6 часов. Дата начала и окончания практики устанавливается приказом по университету в соответствии с учебным планом.

## **5. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения учебной практики**

В результате прохождения данной учебной практики студенты должны демонстрировать следующие результаты образования:

**Знать** основные виды деятельности и области применения профессиональных навыков и знаний; основные принципы работы в команде;

**Уметь** применить коммуникационные навыки; управлять процессом приобретения новых знаний и наработки навыков профессиональной деятельности;

**Владеть** приёмами самоконтроля; демонстрировать самостоятельность мышления, оригинальность в решении творческих задач

## 6. Структура и содержание учебной практики

Общая трудоемкость учебной практики составляет 12 зачетных единиц, 432 часа.

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды учебной работы, на практике включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)	Формы текущего контроля
	Указываются разделы (этапы) учебной практики.		
1	Организационный этап	Ознакомление с программой прохождения практики. Ознакомление студентов с целями и задачами практики, условиями ее прохождения и предъявляемыми требованиями к отчетности по итогам практики.	зачет
2	Экспериментальный этап	Сбор, обработка и систематизация фактического и литературного материала о сфере деятельности рекламной и PR деятельности.	зачет
3.	Заключительный этап	Обобщение собранной информации. Отчёт практиканта о прохождении учебной практики.	

## 7. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов на учебной практике.

Самостоятельная работа студентов является видом учебных занятий и имеет цель закрепления и углубления полученных знаний и навыков, поиск и приобретение новых знаний, выполнение практических заданий, предложенных студентам - практикантам,

включающих сбор и анализ необходимой информации для подготовки итогового отчёта, а так же подготовку к защите отчёта.

Самостоятельная работа по выполнению практических заданий выполняется студентами с использованием учебных пособий, материалов, полученных опытным путём в ходе прохождения учебной практики, а так же результатов анализа документов.

#### **8. Вопросы и задания для самостоятельной работы студентов.**

1. Основные знания и умения специалиста в сфере рекламы и PR.
2. Отличие public relations от рекламы.
3. Использование Public relations на рынке рекламы.
4. Принципы рекламы и Public relations.
5. Ранние формы коммуникаций в области рекламы и связей с общественностью.
6. Особенности проведения информационных кампаний в Армении.
7. Организация работы отдела по связям с общественностью.
8. Специальные события в public relations.
9. Искусство переговоров.
10. Требования работодателя к специалисту в области рекламы и PR.

#### **9. Формы промежуточной аттестации (по итогам практики)**

По окончании практики студенты предоставляют на кафедру отчётный документ - дневник практики, который является основным документом, характеризующий работу студента во время практики.

В дневнике практики руководитель практики даёт отзыв о работе студента, ориентируясь на отчёт студента и отзыв, данный руководителем от производственной организации, указанной в дневнике.

Подготовка отчёта является частью самостоятельной работы студента. Для итоговой оценки на кафедру представляются проверенные и подписанные руководителями практики от организации и университета дневник практики.

Итоговой формой контроля является зачёт.

## **10. Учебно-методическое и информационное обеспечение учебной практики**

### **основная литература:**

1. Володина Л., Быков И., Бровко С. PR. Современные технологии. М.:Издательства: ИВЭСЭП, Знание, 2008 – 264 с.
2. Головлева Е.Л. Основы рекламы
3. Гундарин М. Теория и практика связей с общественностью. Основы медиа-рилейшнз. М.: Форум, Инфра-М, 2007 – 336 с.

### **дополнительная литература:**

4. Информация и общественное мнение: От репортажа в СМИ к реальным переменам Под ред. Румин Ислам М.:Альпина Паблишерз, 2010
5. Кошелев А.Н. PR-Проектирование:от идеи до воплощения в реальность.2-е изд. м.:дашков и к 2010
6. Маслова В.М.Связи с общественностью в управлении персоналом. Учебное пособие. 2-е М.: Вузовский учебник, Инфра-М 2010 – 207 с.
7. Мирошниченко А.А. Бизнес-коммуникации: мастерство делового общения: практическое руководство. М.: Книжный мир, 2008 – 384 с.
8. Музыкант В. Маркетинговые основы управления коммуникациями. Эксмо, 2009 – 832 с.
9. Мудров А.Н ОСНОВЫ РЕКЛАМЫ: ХРЕСТОМАТИЯ М.:ИНФРА-М, Магистр 2010
10. Мудров А.Н. АКСИОМЫ РЕКЛАМЫ: ПРАКТИЧЕСКОЕ ПОСОБИЕ М.:Магистр 2009
11. Назайкин А. МЕДИАРИЛЕЙШНЗ НА 100 % :ИСКУССТВО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С ПРЕССОЙ М.:Альпина Паблишер, 2010
12. Чумиков А., Бочаров М. Актуальные связи с общественностью. Сфера, генезис, технологии, области применения, структуры. М.: Юрайт-Издат, Высшее образование 2009 – 774 с.
13. Чумиков А.Н. Записки профессионала. – СПб.: Питер, 2008.

## **11. Материально-техническое обеспечение учебной практики**

Во время прохождения учебной практики студент может использовать современную аппаратуру и средства обработки данных (компьютеры, средства орг. техники, средства коммуникационных технологий и пр.), которые находятся в организации.