


**МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ, СПОРТА И МОЛОДЕЖИ  
ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ**

**ГОУК ЛНР «ЛУГАНСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ  
КУЛЬТУРЫ  
И ИСКУССТВ ИМЕНИ М.МАТУСОВСКОГО»**

**УТВЕРЖДАЮ**

И.о. проректора по учебной работе

 А.Н. Кулиш

«08» января 2020г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ**

**Направление подготовки**

**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

**Квалификация**

**Бакалавр**

**Форма обучения**

**очная, заочная**

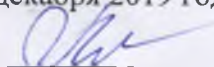
**Луганск 2020**

Рабочая программа учебной практики по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности по основной профессиональной образовательной программе высшего образования «**Реклама и связи с общественностью**» составлена на основании государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата) и учебного плана по основной образовательной программе высшего образования «Реклама и связи с общественностью».

Рабочая программа учебной практики по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности разработана зав.кафедрой рекламы и PR-технологий, канд. соц. н., доцентом Лобовиковой Е.А.

Рабочая программа практики обсуждена и утверждена на заседании кафедры рекламы и PR-технологий протокол № 5 от «11» декабря 2019 года.

Заведующая кафедрой



Лобовикова Е.А.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Общие сведения.....	
1.1. Вид практики, форма и способ ее проведения.....	
1.2. Цель и задачи практики.....	
1.3. Место практики в структуре основной образовательной программы, объем практики в зачетных единицах.....	
1.4. Планируемые результаты обучения при прохождении практики в рамках планируемых результатов освоения основной образовательной программы.....	
2. Содержание практики .....	
3. Формы отчетности по практике.....	
4. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для прохождения практики.....	
5. Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики.....	
6. Материально-техническое обеспечение практики.....	
Лист регистрации изменений.....	

## **1. Общие сведения**

### ***1.1. Вид практики, форма и способ ее проведения***

Учебная практика направлена на получение первичных профессиональных умений и навыков является обязательной частью основной образовательной программы «Реклама и связи с общественностью». Целью практики обучающихся является развитие практических навыков и умений, а также формирование их компетенций в процессе выполнения определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью. Практика направлена на обеспечение непрерывности и последовательности овладения обучающимися профессиональной деятельностью в соответствии с требованиями к уровню подготовки выпускника и формирование общекультурных компетенций.

Учебная практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности проводится непрерывным способом. Непрерывная практика организуется путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения всех видов практик, предусмотренных ОПОП и реализуется в виде практики по получению первичных профессиональных умений и навыков.

Основными документами, регламентирующим содержание и положения практики являются Закон Луганской Народной Республики «Об образовании», Положение «О проведении практик в ЛГАКИ имени М.Л. Матусовского», программа практики для студентов направления 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

### ***1.2. Цель и задачи практики***

#### **Цели учебной практики:**

- закрепление и углубление теоретических знаний в области управления коммуникациями и установление их связи с практикой;
- преобразование приобретенных теоретических знаний в систему профессиональных умений;
- знакомство с основами будущей профессиональной деятельности и работой пресс-центров и отделов по связям с общественностью.

#### **Задачи учебной практики:**

- познакомить с содержанием работы в агентствах, отделах по рекламе и связям с общественностью;
- выработать у студентов умение собирать, анализировать и систематизировать факты по связям с общественностью и рекламе.

### ***1.3. Место практики в структуре основной образовательной программы***

Учебная практика по получению первичных профессиональных умений и навыков реализуется в вариативной части основной образовательной программы высшего образования «Реклама и связи с общественностью» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

**Виды контроля по дисциплине:** промежуточная аттестация (экзамен).

**Общая трудоемкость освоения дисциплины** составляет 18 з.е., 648 часов.

### ***1.4. Планируемые результаты обучения при прохождении практики в рамках планируемых результатов освоения основной образовательной программы***

Учебная практика по получению первичных профессиональных умений и навыков направлена на формирование у обучающихся следующих *общекультурных компетенций*:

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);

- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);

- способность к самоорганизации и самообразованию (ОК-7).

*общефессиональных компетенций:*

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

- владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2);

- обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);

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

*профессиональных компетенций:*

- 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);

- владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);

- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);

- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);

- способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8).

В соответствии с основной образовательной программой «Реклама и связи с общественностью» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

В результате прохождения учебной практики студент **должен уметь:**

– приобретать практические навыки разработки PR и рекламных материалов на основе современных знаний в области теории и методики организации эффективной деятельности по связям с общественностью;

– разрабатывать и проводить PR-мероприятия;

– участвовать в работе корпоративной прессы.

– знать требования госстандартов;

– владеть навыками делового общения.

Рабочая программа предусматривает проведение практики согласно учебному плану направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью для студентов I курса в течение 1 и 2 семестров.

## 2. Содержание практики

Содержание практики определяется совокупностью конкретных задач, которые решаются практикантом в зависимости от места проведения, задачами работы.

Для прохождения учебной практики студентам предлагается следующий тематический план:

№	Перечень вопросов	Количество дней	Прим.
1	Определение цели и задач практики, ее место в учебном процессе.		на протяжении семестра
2	Участие в работе отделов по связям с общественностью и рекламе, пресс-центре ГОУК ЛНР «ЛГАКИ им. М. Матусовского».		на протяжении семестра
3	Организация и проведение опросов общественного мнения.		на протяжении семестра
4	Распространение рекламных материалов.		на протяжении семестра
5	Сбор материалов для проведения PR-мероприятий, рекламных акций, проводимых отделами по рекламе и связям с общественностью и помощь в их организации.		на протяжении семестра

Студенты используют различные источники информации: уставы, положения, штатное расписание, организационно-распорядительные документы, журналы регистрации документов, плановую и отчетную документацию. При отсутствии аналитических материалов практикант проводит необходимый анализ с использованием той или иной методики или обходится сбором данных для проведения анализа.

Каждые 2 недели студент в обязательном порядке отчитывается перед руководителем от кафедры о прохождении учебной практики.

### 3. Формы отчетности по практике

Планирование и учет прохождения практики, независимо от формы ее проведения, записываются в дневнике, который сдается на кафедру вместе с отчетом о практике. Рабочий дневник, письменный отчет являются обязательными документами для оценки работы студента во время учебной практики.

#### **Требования к ведению дневника.**

В течение практики студенты должны вести дневник, который является основным документом о прохождении студентом учебной практики. Все собранные данные студенты оформляют в виде дневниковых записей, где отмечено дату записи, источник получения информации (приложения). Детальные записи также делаются в рабочей тетради, являющейся продолжением дневника.

Не реже одного раза в неделю студент обязан представлять дневник на просмотр для подписи руководителям практики от вуза и от базы практики. После завершения практики дневник вместе с отчетом должен быть просмотрен и подписан руководителями практики. Они также дают письменные отзывы о работе студента (приложения).

#### **Составление и оформление отчета.**

По результатам практики студент составляет и оформляет письменный отчет (в произвольной форме), где раскрывает содержание выполненной работы, делает выводы, высказывает пожелания, предложения, критические замечания относительно условий и содержания прохождения практики. Отчет должен содержать количественные показатели по каждому виду работы.

Отчет о прохождении практики имеет титульную страницу, оглавление, введение (резюме результатов практики), основной текст (должен состоять из тематических разделов, которые соответствуют задачам программы практики), выводы, приложения.

Во введении дается краткая справка об учреждении, где проводилась практика, задания практики, обосновывается целесообразность проведения работы, предусмотренной программой практики.

Основная часть отчета подается самостоятельными главами или параграфами. Их сущность отвечает задачам программы практики.

В основной части необходимо отразить не только организацию и методику выполнения тех или иных видов работ, но и показать трудности, которые случились в практической работе, отметить преимущества и недостатки в теоретической подготовке студента. При изложении фактического материала в отчете дается анализ проделанной работы. Выдвинутые положения подтверждаются примерами из практики со ссылкой на документы. По каждому виду работ указывается объем работы и время, затраченное для ее выполнения.

В заключении необходимо подвести итоги проделанной работы, отметить отклонения от программы практики, если они допускались. Дать оценку научной организации труда рабочих учреждения, дать свои предложения по улучшению, совершенствованию организации рекламной и PR- деятельности в целом, нуждаются ли они изменений полностью или частично. Следует показать, как практика способствовала углублению и закреплению теоретических знаний по всем дисциплинам учебного плана.

Приложения к отчету: графическая схема структуры учреждения; список законодательных, нормативно-методических документов, которые учреждение использует в работе (согласно тематике дипломной работы); документы, изготовленные на компьютере (вид документа по выбору студента или согласно теме дипломной работы) – 1 документ; унифицированные формы документов – 3 бланки и др.

Отчет должен быть конкретный, краткий и обязательно содержать графический материал (схемы, рисунки, диаграммы, графики и т.п., которые могут выноситься в приложения), который должен иллюстрировать конкретные результаты выполненного исследования.

Отчет оформляется по общим требованиям к научным работам (на стандартных листах формата А4, шрифт 14, 28-30 строк на странице). Отчет должен быть напечатан, подшит в мягкую обложку, иметь сквозную нумерацию страниц. Объем отчета (текстовая часть) – 10-15 страниц.

Отчет представляется на кафедру на следующий день после окончания практики. Отчет проверяется руководителями практики от учреждения и кафедры и в случае необходимости

возвращается практиканту для доработки и исправлений. За несвоевременное представление отчета, невыполнение всех требований к нему, оценка за практику снижается.

Итоги практики подводятся на кафедре в форме отчетной конференции, где дается оценка работы каждого практиканта. На основе этого студентам за практику выставляется оценка, которая заносится в зачетно-экзаменационную ведомость и зачетную книжку.



#### 4. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для прохождения практики

##### Основная литература:

1. Аксенова К. А. Реклама и рекламная деятельность : пособие для подготовки к экзаменам / К. А. Аксенова. — М. : Приориздат, 2005. — 96 с.
2. Антипов К.В. Основы рекламы. Учебник. 2-е изд. М., Дашков и К., 2012г.
3. Арнс В. Ф. Современная реклама. — [б. м.] : [б. и.]. — 181 с.
4. Белоусова Л. А. Бренд-менеджмент / Л.А. Белоусова , Т.А. Савина. — Екатеринбург : УПИ, 2005. — 82 с.
5. Васильев Г. А. Рекламный маркетинг : учеб. пособие. — М. : Вузовский учебник, 2011. — 276 с.
6. Джефкинс Ф. Реклама : учеб. пособие для вузов. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2008. — 53 с.
7. Закон Луганской Народной Республики "О рекламе" : от 07.04.2017 № 155-П. — Луганск : [б. и.], 2017. — 47 с.
8. Ильин А. С. Реклама в коммуникационном процессе : курс лекций. — М. : КНОРУС, 2012. — 142 с.
9. Калиберда Е. Г. Связи с общественностью :Водній курс: Учеб. пособие / Е.Г. Калиберда. — М. : Логос, 2003. — 120 с.
10. Карпова С. В. Рекламное дело [Электронный ресурс]: Учебник и практикум /Светлана Васильевна ; Карпова С.В. - 2-е изд. ; пер. и доп. - М. : ИздательствоЮрайт, 2015. - 431с.
11. Обрытько Б. А. Рекламный менеджмент : Конспект лекций / Б.А. Обрытько. — К. : МАУП, 2000. — 120 с.
12. Основы рекламы : учебник / Полукаров В. Л. — М. : Дашков и К, 2004. — 201 с.
13. Панкратов Ф.Г, Основы рекламы. /Ф.Г.Панкратов, Ю.К. Баженов, В.Г Шахурин Основы рекламы. М.: Дашков и К., 2010 г.
14. Пронин С. Рекламная иллюстрация: креативное восприятие. — М. :БераторПресс, 2002. — 96 с.
15. Рекламная деятельность : Учебник / Ф.Г. Панкратов, Ю.К. Баженов, Т.К. Серегина и др. — 6-е изд., перераб. и доп. — М. : Дашков и К, 2003. — 364 с.
16. Ромат Е. В. Реклама : учебник для вузов. — 7-е изд. — СПб : Питер, 2008. — 512 с.
17. Росситер Дж. Реклама и продвижение товаров / Дж. Росситер, Л. Перси. — 2-е изд. — СПб. : Питер, 2002. — 656 с.
18. Савельева О. О. Всеобщая история рекламы : учебник / О. О. Савельева, Н. В. Трубникова. — М. : Дашков и Ко, 2019. — 452 с.
19. Семенов Б. Д. Рекламный менеджмент : учеб. пособие / Б.Д. Семенов. — 2-е изд. — М. : ИВЦ Маркетинг, 2001. — 272 с.
20. Синяева И. М. Реклама и связи с общественностью [Электронный ресурс]:Учебник для бакалавров / Инга Михайловна ;Синяева И.М., Романенкова О.Н. -М.: Издательство Юрайт, 2015. – 552 с.

21. Смеюха В. В. Интегрированные коммуникации: теория и практика связей с общественностью : учеб. пособие. — Ростов н/Д : ФГБОУ ВО РГУПС, 2016. — 123 с.

22. Трухина О. А. Маркетинговые цели рекламного плаката // Менеджмент соціокультурної дія. — // 2007. — С.149-157.

23. Ученова В. В., Старых Н. В. История рекламы. — 2-е изд. — СПб : Питер, 2002. — 216 с.

24. Чабанюк Т. А. Теория и практика рекламы : учеб. пособие. — Комсомольск-наАмуре : ФГБОУ ВПО "КнАгту", 2013. — 62 с

25. Шарков Ф. И., Родионов А. А. Реклама и связи с общественностью: коммуникативная и интерактивная сущность кампании : учеб. пособие. — М. : Академический проект; Трикста, 2005. — 299 с.

#### **Дополнительная литература:**

26. Берёзкина О. П. Product Placement. Технологии скрытой рекламы / О. П. Берёзкина. — СПб. : Питер, 2009. — 208 с.

27. Блюм М.А. PR-технологии в коммерческой деятельности: Учеб. пособ. / М.А.Блюм, Н.В. Молоткова. — Тамбов : ТГТУ, 2004. — 104 с.

28. Борисов Б.Л. Технологии рекламы и PR : учебное пособие / Б.Л. Борисов. — М.: Фаир-Пресс, 2001. — 624 с.

29. Игнатова А. К. Проблемы и технологии PR-работы с АРТ-рынком // Вестник Московского университета. — // 2008. — №4. — С. 120-129.

30. Кузякин А.П. Реклама и PR в мировой экономике : учеб. пособ. / А.П. Кузякин, М.А. Семичев. — М. : ТК Велби, 2002. — 320 с.

31. Мамонтов А. А. Практический PR : Как стать хорошим PR-менеджером. — СПб. : Питер, 2011.

32. Мандель Б.Р. PR: методы работы со средствами массовой информации: Учеб. пособие / Б.Р. Мандель. — М. : Вузовский учебник, 2009. — 205 с.

33. Реклама и PR: Библиогр. указ.: Кн. на рус. и иностр. яз. / Рос. гос. б-ка; Сост.: Р.Е.Бенева, Т.Я. Брискман, И.Г. Гальперина и др. — М. : Омега, 2001. — 184 с.

#### **Информационные ресурсы:**

34. Закон Луганской Народной Республики «О рекламе» [Электронный ресурс]: <https://glava-lnr.info/dokumenty/zakony/zakon-o-reklame>

Примечание: перечень рекомендуемой литературы не исчерпан. Студенты, слушатели могут использовать и другие источники, особенно новейшие периодические издания.

## 5. Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики

В процессе организации практики руководителями от выпускающей кафедры и руководителем от предприятия (организации) должны применяться современные информационные технологии:

- *Мультимедийные технологии:* проекторы, ноутбуки, персональные компьютеры, комплекты презентаций, учебные фильмы.
- *Дистанционная форма* консультаций во время прохождения конкретных этапов учебной практики и подготовки отчета, которая обеспечивается: выходом в глобальную сеть Интернет, поисковыми системами Яндекс, Мейл, Гугл, системами электронной почты.
- *Компьютерные технологии и программные продукты:* Электронная-библиотечная система (ЭБС) [i-books.ru](http://i-books.ru) (Айбукс-ру); [elibrary.ru/defaultx.asp](http://elibrary.ru/defaultx.asp) – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU; [e.lanbook.com](http://e.lanbook.com) – издательство «Лань», электронно-библиотечная система; [biblioclub.ru](http://biblioclub.ru) – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн»; [www.adme.ru](http://www.adme.ru) – интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе); [www.sostav.ru](http://www.sostav.ru) – интернет-ресурс (реклама, маркетинг, PR); [iprbooks.ru](http://iprbooks.ru) – научная электронная библиотека IPR BOOKS; Windows7; Office2010.

## **6. Материально-техническое обеспечение практики**

Для прохождения учебной практики по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков

В рамках реализации основной образовательной программы высшего образования «Реклама и связи с общественностью» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (бакалавриат) используется материально-техническое оснащение, имеющееся в ЛГАКИ им. М. Матусовского, а при необходимости на предприятии/в организации по месту проведения практики.

### Лист регистрации изменений

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			

---

**МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ, СПОРТА И МОЛОДЕЖИ  
ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ  
ГОУК ЛНР «ЛУГАНСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ  
КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВ ИМЕНИ М. МАТУСОВСКОГО»**

**Кафедра рекламы и PR-технологий**

**ОТЧЕТ**

**по учебной практике**

Исполнитель: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ (ФИО)

Курс \_\_\_\_\_ группа \_\_\_\_\_

Руководитель практики: \_\_\_\_\_



**Примечания:**

1. Форма предназначена для определения заданий на практику, проведения текущих записей о приобретенных умениях при выполнении работ, оценки результатов практики.

Заполняется студентом лично, кроме разделов отзыва о работе студента на практике.

2. Высшими учебными заведениями могут вноситься изменения в формы и смысловое наполнение «Дневника практики» в зависимости от специфики и профиля высшего учебного заведения.

3. Формат бланка – А5 (148 x 210 мм), брошюра 8 страниц

**ГОУК ЛНР «Луганская государственная академия  
культуры и искусств имени М. Матусовского»**

**ДНЕВНИК ПРАКТИКИ**

\_\_\_\_\_ (вид практики)

студента

\_\_\_\_\_ (фамилия, имя, отчество)

Факультет

Кафедра

Образовательно-квалификационный уровень

Направление подготовки

\_\_\_\_\_ (шифр и название)

Направленность  
(профиль)

\_\_\_\_\_ (шифр и название)

курс, группа

\_\_\_\_\_ **2020** год



**Отзыв и оценка работы студента на практике**

в

\_\_\_\_\_  
(название предприятия, организации, учреждения)

\_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

от предприятия, организации,

\_\_\_\_\_ (подпись)

\_\_\_\_\_ (инициалы, фамилия)

Печать предприятия,  
организации, учреждения

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2020г.

**Календарный график прохождения практики**

№ п\п	Наименования работ	Недели прохождения практики								Отметка о выполнен ии
		1	2	3	4	5	6	7	8	

**Руководители практики:**

От высшего учебного заведения

\_\_\_\_\_ (подпись)

\_\_\_\_\_ (инициалы, фамилия)

От предприятия, организации,  
учреждения

\_\_\_\_\_ (подпись)

\_\_\_\_\_ (инициалы, фамилия)



Студент

\_\_\_\_\_ (фамилия, имя, отчество)

прибыл на предприятие, в организацию (учреждение).

Печать предприятия,  
организации, учреждения « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2020 г.

\_\_\_\_\_ (подпись)

\_\_\_\_\_ (должность, инициалы и фамилия  
должностного лица)

Выбыл из предприятия, организации (учреждения).

Печать предприятия,  
организации, учреждения « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2020 г.

**Отзыв лиц, которые проверяли прохождение практики**

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**Вывод руководителя практики от ВУЗа о прохождении практики**

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Дата сдачи зачета: « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ года

Оценка по национальной шкале:

\_\_\_\_\_ (словами)

Руководитель практики от ВУЗ

\_\_\_\_\_ (подпись)

\_\_\_\_\_ (инициалы, фамилия)

## Проориентационное задание на время прохождения практики

ФИО студента \_\_\_\_\_

курс, группа \_\_\_\_\_

кафедра \_\_\_\_\_

направляется в населенный пункт (название) \_\_\_\_\_

организация / учреждение \_\_\_\_\_

**Цель:** групповое и индивидуальное консультирование, распространение сведений об Академии, специальностях и специализациях, условиях поступления.

**Задания:** формирование знаний о профессии, профессиональном образовании, требованиям к профессиональным качествам, о рынке труда.

### Формы выполнения задания:

- распространение информационных материалов об Академии, специальностях и специализациях в учебных заведениях и на предприятиях в виде: размещение объявлений, распространение буклетов, листовок, встречи с выпускниками школ, приглашения абитуриентов на День открытых дверей, на подготовительные курсы
- подготовка и размещение статей в прессе, выступление на телевидении, радио;
- организация экскурсий в Академию;
- приглашение посетить концертные программы, выставки Академии;
- индивидуальная консультация абитуриента;
- пополнение «Базы данных» в виде заполнения анкеты с контактными данными абитуриента.

Срок практики «\_\_» дней с «\_\_» \_\_\_\_ 2020 г. по «\_\_» \_\_\_\_ 2020 г.

Декан (зав. кафедры) \_\_\_\_\_

Ректор (проректор) \_\_\_\_\_

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2020 г.

## Отчёт о выполнении профориентационного задания

Я, \_\_\_\_\_

провел (а) следующую профориентационную работу:

1. указать имена, фамилии, контактные телефоны, адрес и место обучения абитуриента (или нескольких), с которыми проводилась профориентационная работа

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

2. указать дату, форму, количество участников мероприятия, которое проводилось во время практики \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

3. указать места размещения рекламных листовок Академии

\_\_\_\_\_

4. другая работа

К отчёту прилагаю:

\_\_\_\_\_

• ксерокопии публикаций в СМИ и т.д.

\_\_\_\_\_

• заполненные анкеты в количестве (ФИО)

\_\_\_\_\_

Подпись студента \_\_\_\_\_

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2020 г.

## **Отчет руководителя по практике от кафедры**

**(должен содержать следующие пункты)**

**Образец прилагается**

1. Сроки практики, вид практики
2. Группа, количество проходящих практику
3. Базы практики
4. Анализ географии практики
5. Контроль за явкой/неявкой студентов на базу практики
6. Цель практики, задачи
7. Анализ защит отчетов по практике, оценка выполнения индивидуальных заданий студентов
8. Подведение итогов, выявление дисциплин на которые нужно обратить внимание для применения их теории на практике.

ОТЧЕТ  
руководителя практики  
кафедры рекламы и PR-технологий ЛГАКИ имени М. Матусовского  
Лобовиковой Е.А.  
о результатах прохождения учебной практики  
студентов \_\_ курса группы СКР

Учебная практика по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» проводилась в соответствии с учебным планом и программными требованиями; без отрыва от учебного процесса в течение 1, 2 семестра 20\_\_ - 20\_\_ учебного года.

Вопросы организации и проведения учебных практик обсуждались на заседании кафедры (протокол № 4 от 11 ноября 2020г.), где были утверждены базы практик. География распределения студентов по базам практик вышла за пределы Луганской Народной Республики и охватила г. Санкт-Петербург. Базами практик выступали как коммерческие, так и некоммерческие организации.

– Целью учебной практики по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности было развитие практических навыков и умений, а также формирование их компетенций в процессе выполнения определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью, ознакомление с организацией технологических процессов рекламной и PR-деятельности, ознакомление с технологическими процессами и операциями, связанными с комплектованием, организацией рекламы или PR. Профориентационная работа является неотъемлемой частью успешного выполнения программы практики.

Опираясь на отчетность студентов о выполнении программы практики, можно сделать вывод, что студенты группы СКР-I задачи практики выполнили в полном объеме, о чем свидетельствуют предоставленные ими отчетные документы. Практиканты познакомились с организациями, учреждениями, структурами организаций, с основами работы рекламиста и специалиста в сфере PR.

Надо отметить, что на местах практики студентов очень искренне и тепло приняли, создали необходимые условия для выполнения студентами программы практики.

Все студенты-практиканты имеют положительные характеристики от руководства баз практик.

Во время защиты отчетов по производственной практике, студенты получили следующие оценки: «отлично» - 3 человека, «хорошо» - 4 человека, «удовлетворительно» - 3 человека.

В целом требования и задачи практики студентами выполнено. Результаты практики были обсуждены на заседании кафедры.

Руководитель практики

Е.А. Лобовикова

Зав. кафедрой

Е.А. Лобовикова