

Документ подписан простой электронной подписью Информация о владельце: ФИО: Меркулов Евгений Сергеевич Должность: и.о. ректора Дата подписания: 31.03.2022 12:01:44 Уникальный программный ключ: 39428e82d614a3cd984f917b09	ОПОП Б2.В.01 (У) Программа учебной практики для направления подготовки 41.03.06 «Публичная политика и социальные науки», профиль подготовки «Регионоведение и связи с общественностью»	СМК-ПП-В1.П2-2019
---	---	-------------------

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Камчатский государственный университет имени Витуса Беринга»

ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

Б2.В.01 (У) Учебная практика

для направления подготовки 41.03.06 «Публичная политика и социальные науки»,

профиль «Регионоведение и связи с общественностью»

курс – 1

форма обучения – очная

Петропавловск-Камчатский
2019 г.

ОПОП	СМК-ПП-В1.П2-2019
Б2.В.01 (У) Программа учебной практики для направления подготовки 41.03.06 «Публичная политика и связи с общественностью», профиль подготовки «Регионоведение и связи с общественностью»	

СОДЕРЖАНИЕ

1. Выписка из ФГОС ВО и ОПОП по направлению подготовки 41.03.06 «Публичная политика и социальные науки»	4
2. Цель и задачи практики	4
3. Место практики в структуре ОПОП	4
4. Вид, тип, способ проведения, место и период проведения практики	5
5. Перечень, формируемых практикой знаний, умений и навыков студентов и перечень компетенций (по ФГОС ВО)	5
6. Структура и содержание практики	9
7. Формы контроля и оценка результатов практики	10
8. Организация самостоятельной работы студентов на практике	11
9. Учебно-методическое, информационное и материально-техническое обеспечение практики	11
10. Особенности организации практики для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья	13
11. Приложения	14
Приложение 1.....	14

ОПОП		СМК-ПП-В1.П2-2019
Б2.В.01 (У) Программа учебной практики для направления подготовки 41.03.06 «Публичная политика и связи с общественностью», профиль подготовки «Регионоведение и связи с общественностью»		

1. Выписка из ФГОС ВО и ОПОП по направлению подготовки 41.03.06 «Публичная политика и социальные науки»

Учебным планом по направлению подготовки 41.03.06 «Публичная политика и социальные науки», профиль «Регионоведение и связи с общественностью» предусмотрено проведение одной учебной, двух производственных и одной производственной преддипломной практик:

1) учебная практика (1 курс 2 семестр – 2 недели с общим объёмом 3 зачётных единицы);

2) Производственная практика (по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности) (2 курс 4 семестр – 2 недели с общим объёмом 3 зачётных единицы);

3) производственная практика (технологическая) (3 курс 6 семестр – 4 недели с общим объёмом 6 зачётных единиц);

4) производственная преддипломная практика (4 курс 7 семестр – 4 недели с общим объёмом 6 зачётных единиц).

Общая продолжительность практик – 20 недель, трудоемкость – 18 зачетных единиц.

Способ проведения: стационарный (при кафедре истории и философии КамГУ имени Витуса Беринга), допускается выездной, а также применение ДОТ.

2. Цель и задачи практики

Цель учебной практики – изучение основ редакторской, корреспондентской и режиссерской работы, приобретение навыков работы с текстами и организаторской деятельности, приобретение профессиональных знаний и умений по профессиональному профилю специальности.

Задачи учебной практики:

- знакомство студентов с особенностями работ по отбору материалов для публикации в СМИ и иных информационных ресурсах;
- овладение основами редактирования и стилистической правки текста;
- приобретение практических навыков работы по отбору интересных событий и информации для подготовки публикаций и тиражирования;
- освоение навыка по организации обратной связи с целевой аудиторией и широкой общественностью;
- углубление и закрепление теоретических знаний по дисциплинам предметной подготовки («Социальное проектирование», «Музейное дело», «Организация публичных мероприятий», «Культура речи», «Логика и теория аргументации», «Социология», «Социальная стратификация общества»);
- формирование умения организации собственной деятельности и работы в коллективе.

3. Место практики в структуре ОПОП

Для успешного прохождения *учебной практики* на 1 курсе студентам потребуются знания, умения и компетенции, полученные в результате изучения курсов «Культура речи», «Логика и теория аргументации», «Социальное проектирование», «Организация публичных мероприятий», «Социология».

Учебная практика является важным элементом в получении высшего образования и профессиональном становлении студентов-бакалавров. Она позволяет освоить навыки

ОПОП	СМК-ПП-В1.П2-2019
Б2.В.01 (У) Программа учебной практики для направления подготовки 41.03.06 «Публичная политика и связи с общественностью», профиль подготовки «Регионоведение и связи с общественностью»	

выявления информационных поводов, написания новостных пресс-релизов, работы с Интернет-ресурсами и социальными сетями, развить организаторские навыки, а также продолжить формирование навыков самоорганизации и самоменеджмента.

4. Вид, тип, способ проведения, место и период проведения практики

Вид практики: учебная.

Тип практики: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности.

Способ проведения практики: выездная (проводится в профильных организациях, расположенных в городе, в котором находится Университет, и вне города или его ближайших пригородах) и стационарная (проводится непосредственно по месту осуществления образовательной деятельности по программам высшего образования в Университете).

Место проведения практики: ФГБОУ ВО КамГУ им. Витуса Беринга (информационные брошюры и аккаунты социальных сетей университета и факультетов), кафедры и иные структурные подразделения Университета, Объединённый музей Камчатского края, МБУК Центральная Городская библиотека, КГУ Камчатская краевая научная библиотека им. С.П. Крашенинникова, КГБУ «Государственный архив Камчатского края», аппарат Правительства Камчатского края, аппарат Администрации ПКГО, ООО «Радио-СВ» и другие.

Период *учебной практики*: практика проходит на 1 курсе (2 семестре) – 2 недели.

Для проведения *учебной практики* на 1 курсе рекомендована работа в качестве помощника корреспондента или редактора СМИ и иного информационного ресурса любого уровня и тиражности, а также специалиста подразделения, в функционал которого входят связи с общественностью.

Для качественного руководства и организации контроля за выполнением заданий базы практики (написание пресс-релизов о мероприятиях организации, подготовка тематических выпусков газет, обновление новостных лент и рубрик на интернет-порталах, создание концепции рекламы и брендинга (формирование положительного имиджа) организации и др.), а также осуществления образовательного процесса студентов рекомендовано оставлять для прохождения практики на базе ФГБОУ ВО КамГУ им. Витуса Беринга.

Общее руководство практикой осуществляет кафедра истории и философии. Методическое сопровождение и консультирование осуществляют методисты кафедры истории и философии и специалисты базы практики. В случае необходимости практика может быть реализована с применением ДОТ и ресурсов сети Интернет.

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбор мест прохождения практик согласуется с требованием их доступности для данных обучающихся.

5. Перечень, формируемых практикой знаний, умений и навыков студентов и перечень компетенций (по ФГОС ВО)

В результате прохождения учебной практики студент должен:
знать:

- понятие «новостной повод»;
- критерии отбора новостей;
- правила орфографии и пунктуации русского языка;
- стилистические особенности текстов различных жанров;

ОПОП	СМК-ПП-В1.П2-2019
Б2.В.01 (У) Программа учебной практики для направления подготовки 41.03.06 «Публичная политика и связи с общественностью», профиль подготовки «Регионоведение и связи с общественностью»	

- понятие «корпоративная политика» и понятие «генеральная информационная линия»;
- особенности работы редактора и шеф-редактора СМИ;
- особенности работы в интернет-среде;
- уметь:
- отбирать лучшие новостные поводы и писать развернутые новостные сюжеты;
- готовить к публикации и публиковать пресс-релизы;
- грамотно излагать свои мысли в письменной и устной форме;
- редактировать тесты;
- работать в медиа-среде (печатные СМИ и информационные интернет-ресурсы).

Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения учебной практики:

Общекультурные компетенции	
способность логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь (ОК-3)	<p><i>Знать:</i> основные характеристики фонетического, лексического и грамматического строя русского языка; устройство современного русского языка, систему его единиц; особенности лексического строя языка (общественно-политической, международной лексики), применять ее в деловой речи.</p> <p><i>Уметь:</i> соблюдать основные нормы устной и письменной речи.</p> <p><i>Владеть:</i> основами речевого этикета; применять навыки письма, необходимые для ведения документации и деловой корреспонденции в соответствии с языковыми и стилистическими нормами, правильно оформлять их; ясно, логически верно и аргументированно строить устную речь; основами деловой переписки с целью установления и поддержания деловых контактов на международном уровне, подготовки различных материалов для выступления на международных конференциях, симпозиумах и т.д.; навыками устного и письменного общения в профессиональной области.</p>
готовность к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-4)	<p><i>Знать:</i> правила техники безопасности при работе в коллективе; социально-психологические основы общественных и межличностных отношений; основные принципы социального партнерства; основы коммуникативного поведения.</p> <p><i>Уметь:</i> анализировать мировоззренческие, социально и лично значимые проблемы кооперации и межличностных отношений; выявлять и учитывать межкультурные особенности в коммуникации и в управлении проектами.</p> <p><i>Владеть:</i> навыками коммуникативного поведения в коллективе и профессиональной организации; методами преодоления межгрупповых и межличностных конфликтов профессиональных коллективах.</p>
способность работать с информацией в глобальных	<p><i>Знать:</i> основные информационные ресурсы, на которых расположена информация.</p>

ОПОП	СМК-ПП-В1.П2-2019
Б2.В.01 (У) Программа учебной практики для направления подготовки 41.03.06 «Публичная политика и связи с общественностью», профиль подготовки «Регионоведение и связи с общественностью»	

компьютерных сетях (ОК-7)	<p><i>Уметь:</i> выделять достоверную и надежную информацию, которая позволит осуществлять объективный анализ.</p> <p><i>Владеть:</i> навыками поиска надежной и достоверной информации в глобальных информационных сетях.</p>
способность понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны (ОК-8)	<p><i>Знать:</i> значение информации в развитии современного информационного общества.</p> <p><i>Уметь:</i> понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны.</p> <p><i>Владеть:</i> способностью понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны.</p>
способность овладевать основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, развивать навыки работы с компьютером как средством управления информацией (ОК-9)	<p><i>Знать:</i> методы, способы и средства получения, переработки, хранения информации.</p> <p><i>Уметь:</i> получать, перерабатывать, хранить информацию.</p> <p><i>Владеть:</i> навыками обработки и хранения информации.</p>
Общепрофессиональные компетенции	
владение навыками осуществления эффективной коммуникации в профессиональной среде, способностью грамотно излагать мысли в устной и письменной речи (ОПК-3)	<p><i>Знать:</i> основные характеристики фонетического, лексического и грамматического строя русского языка; устройство современного русского языка, систему его единиц; основы эффективного речевого общения (основы риторики, прагматики), этических и этикетных норм, их национальных особенностей; наиболее трудные для усвоения языковые нормы: орфографии, пунктуации, грамматики.</p> <p><i>Уметь:</i> соблюдать правила русского речевого этикета; оформлять письменные тексты на русском языке в соответствии с орфографическими, пунктуационными, лексическими, синтаксическими и стилистическими нормами; – использовать различные языковые средства и лингвистические знания о них в свободном общении в разнообразных коммуникативных ситуациях; применять навыки ориентирования в различных коммуникативных ситуациях, способность находить наиболее</p>

ОПОП	СМК-ПП-В1.П2-2019
Б2.В.01 (У) Программа учебной практики для направления подготовки 41.03.06 «Публичная политика и связи с общественностью», профиль подготовки «Регионоведение и связи с общественностью»	

	<p>эффективные приемы речевого взаимодействия; развивать собственные языковые способности, совершенствовать умения, приобретенные навыки в области использования средств русского литературного языка.</p> <p><i>Владеть:</i> навыками устной и письменной речи на русском языке; литературной нормой на разных уровнях языка в устной и письменной речи: лексическими, фразеологическими, фонетико-интонационными, графическими и грамматическими ресурсами русского литературного языка.</p>
<p>способность к критическому анализу, обобщению и систематизации информации, к постановке целей профессиональной деятельности и выбору оптимальных путей и методов их достижения (ОПК-6)</p>	<p><i>Знать:</i> сущность критического анализа, обобщения и систематизации информации.</p> <p><i>Уметь:</i> обобщать и систематизировать информацию, выбирать оптимальные пути и методы достижения поставленных целей профессиональной деятельности.</p> <p><i>Владеть:</i> способностью к критическому анализу, обобщению и систематизации информации, к постановке целей профессиональной деятельности и выбору оптимальных путей и методов их достижения; навыком планирования самостоятельной деятельности, создания технологий презентаций собственной деятельности.</p>
<p>способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-10)</p>	<p><i>Знать:</i> основные методы, способы и средства получения, хранения, переработки информации.</p> <p><i>Уметь:</i> решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий.</p> <p><i>Владеть:</i> способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.</p>
Профессиональные специализированные компетенции	
<p>способность использовать механизмы прогнозирования и проектирования инновационного развития социальных систем (ПСК-2)</p>	<p><i>Знать:</i> актуальную общественно-политическую проблематику.</p> <p><i>Уметь:</i> осуществлять регулярный мониторинг существующих средств массовой информации.</p> <p><i>Владеть:</i> основными технологиями создания и внедрения образа объекта (идеи, товара, услуги, персоналии, организации, фирмы, бренда) в ценностный ряд социальной группы с целью закрепления этого образа как идеального и необходимого в жизни.</p>

ОПОП	СМК-ПП-В1.П2-2019
Б2.В.01 (У) Программа учебной практики для направления подготовки 41.03.06 «Публичная политика и связи с общественностью», профиль подготовки «Регионоведение и связи с общественностью»	

<p>способность выявлять актуальные события в жизни общества и новые точки зрения на эти события (ПСК-3)</p>	<p><i>Знать:</i> методы и способы поиска, получения, хранения, переработки информации; структуру локальных и глобальных компьютерных сетей; теоретические основы информатики и информационных технологий; основы электронного документооборота; технологии и нормативные основы работы с электронными документами; принципы информационной безопасности, основные угрозы информационной безопасности, методы и критерии оценки эффективности мероприятий по защите информации.</p> <p><i>Уметь:</i> осуществлять сбор и анализ информации профессионального характера; планировать мероприятия по защите информации, исходя из известных угроз и финансовых возможностей предприятия, рассчитывать эффективность мероприятий по защите информации; внедрять современные интернет-технологии в профессиональную деятельность.</p> <p><i>Владеть:</i> профессиональными навыками в применении программных средств составления, хранения маршрутизации электронных документов в среде системы управления документооборотом; -навыками в области информатики, работы с техническими средствами, обеспечивающими реализацию в профессиональной деятельности информационно-коммуникационных технологий; работы в компьютерных сетях, навыками постановки дизайнерской задачи и ее практического решения при различных условиях, творческих и технических требованиях; навыками работы в сети Интернет; основ осуществления профессиональной деятельности с использованием блогов и социальных сетей.</p>
---	--

6. Структура и содержание практики

Знакомство с базой практики, структурами, отвечающими за формирование информационного пространства и связи с общественностью, а также подразделениями, проводящими социально значимые мероприятия, акции и иные формы работы со студенческим коллективом и молодежью Камчатского края. Знакомство проходит в форме экскурсий или открытых мастер-классов, анализа информации с официального сайта базы практики.

Работы по выполнению обобщенных трудовых функций: отбор информационных поводов для статей/пресс-релизов, обработка и редактирование содержание материала, редактирование и верстка выпусков (очередных / специальных / тематических) брошюр, подготовка к публикации на официальном сайте базы практики пресс-релизов и обновление новостных лент.

Брендинг организации и проведение мероприятий, направленных на формирование положительного образа базы практики среди целевой аудитории.

Общая трудоемкость учебной практики составляет 3 зачетных единиц.

ОПОП	СМК-ПП-В1.П2-2019
Б2.В.01 (У) Программа учебной практики для направления подготовки 41.03.06 «Публичная политика и связи с общественностью», профиль подготовки «Регионоведение и связи с общественностью»	

Этапы прохождения практики и их содержание

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды учебной работы на практике, включая самостоятельную работу студентов			Формы текущего контроля
		3	4	5	
1	2	3	4	5	6
1	Подготовительный	Прохождение инструктажа по технике безопасности в университете и на базе практики	Получение заданий от базы практики. Знакомство с методистами и кураторами практики студентов на месте прохождения практики.	Инструктирование и консультирование по срокам выполнения и качественным показателям выполнения заданий базы практики.	Установочная конференция
2	Основной	Выполнение заданий базы практики.	Ведение дневника практики.	Ознакомительные экскурсии. Встречи с сотрудниками профильных отделов базы практики.	Дневник практики
3	Заключительный	Подготовка и сдача в письменном виде отчета об итогах практики.	Защита отчета об итогах практики на итоговой конференции.	Подготовка и представление индивидуального портфолио студента-практиканта.	Отчет на итоговой конференции

7. Формы контроля и оценка результатов практики

По результатам практики составляется отчет в формах, предусмотренных рабочими программами подразделения, отвечающего за практику.

Форма итогового контроля – защита отчета и представление портфолио студента-практиканта с выставлением итоговой оценки. На кафедре хранится отчет студентов о пройденной учебной практике. Портфолио хранится у руководителя практики в течение 3-х лет и может быть выдано студенту ранее указанного срока.

Критерии оценки

«зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> – все виды отчетности и документы с базы практики сданы в установленный срок; – документация оформлена в соответствии с предъявленными требованиями и стандартами;
-----------	---

ОПОП	СМК-ПП-В1.П2-2019
Б2.В.01 (У) Программа учебной практики для направления подготовки 41.03.06 «Публичная политика и связи с общественностью», профиль подготовки «Регионоведение и связи с общественностью»	

	<ul style="list-style-type: none"> – задания базы практики выполнены на высоком профессиональном уровне (о чем в документах с базы практики есть указания); – отличная оценка от методистов/кураторов с базы практики и методиста от университета; – отсутствуют пропуски практики без уважительных причин, выговоры или иные конфликты с базой практики; – дополнительным плюсом является наличие в портфолио студента-практиканта материалов, подтверждающих его высокие профессиональные достижения (грамоты, сертификаты, благодарности) (при выставлении зачета данный критерий не является обязательным).
«не зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> – не сданы отчет и портфолио студента-практиканта, или сданы с нарушениями установленных сроков; – документация не оформлена в соответствии с предъявленными требованиями и стандартами, имеются существенные недостатки в ее оформлении; – задания базы практики не выполнялись студентом-практикантом; – методист базы практики оценивает деятельность студента-практиканта как неудовлетворительную; – в ходе прохождения практики были зафиксированы пропуски без уважительных причин, выговоры или иные конфликты с базой практики.

8. Организация самостоятельной работы студентов на практике

Основными видами самостоятельной работы на практике являются:

- работа с официальным сайтом базы практики и анализ его содержания, полноты представленной на нем информации; анализ неофициальных информационных ресурсов организации, в том числе созданных членами коллектива организации;
- подготовка портфолио студента-практиканта;
- ведение дневника практики.

9. Учебно-методическое, информационное и материально-техническое обеспечение практики

а) основная литература

1. Минько, Э. В. Организация учебно-производственных практик и итоговой аттестации студентов : учебное пособие / Э. В. Минько, А. Э. Минько. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2017. — 58 с. — ISBN 978-5-4486-0067-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/70615.html> (дата обращения: 14.02.2021)
2. Связи с общественностью как социальная инженерия : учебник для вузов / В. А. Ачкасова [и др.] ; под редакцией В. А. Ачкасовой, Л. В. Володиной. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 351 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08767-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/453280> <https://urait.ru/bcode/453280>

б) дополнительная литература

1. Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие для вузов / С. М. Емельянов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. —

ОПОП	СМК-ПП-В1.П2-2019
Б2.В.01 (У) Программа учебной практики для направления подготовки 41.03.06 «Публичная политика и связи с общественностью», профиль подготовки «Регионоведение и связи с общественностью»	

- 197 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08991-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/453403> <https://urait.ru/bcode/453403>
2. Коноваленко, В. А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность : учебник для бакалавров / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 383 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2851-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/448047> <https://urait.ru/bcode/448047>
3. Корягина, Н. А. Самопрезентация и убеждающая коммуникация : учебник и практикум для вузов / Н. А. Корягина. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 225 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11562-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/445661> <https://urait.ru/bcode/448047>
4. Маркетинговые исследования: теория и практика : учебник для прикладного бакалавриата / С. П. Азарова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 314 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3285-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/425984> <https://urait.ru/bcode/425984>
5. Кузнецов, П. А. Политическая реклама. Теория и практика : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Связи с общественностью» / П. А. Кузнецов. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 127 с. — ISBN 978-5-238-01830-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81729.html> (дата обращения: 14.02.2021).
6. Аксенова, О. Н. Теория и практика массовой информации : учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» / О. Н. Аксенова, С. В. Меликян, Е. В. Швец. — Воронеж : Воронежский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2017. — 104 с. — ISBN 978-5-7731-0503-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/72947.html> (дата обращения: 14.02.2021).
7. Богданов, В. В. Теория и практика связей с общественностью. Медиарилейшнз : учебное пособие / В. В. Богданов, И. М. Комарова. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2011. — 59 с. — ISBN 978-5-7782-1675-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/45040.html> (дата обращения: 14.02.2021).

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

Специальное (минимальное) материально-техническое обеспечение: персональные компьютеры/ноутбуки, текстовый редактор MS Word, редактор для создания и работы с таблицами и диаграммами MS Excel, программа для монтажа видео Windows Movie Maker, редактор для работы с изображениями MS Paint.

Рекомендуемое материально-техническое обеспечение: компьютеры с операционной системой Windows 8, программное обеспечение Microsoft Visual Studio 2016 и Microsoft Office 2019, Excel, Autocad, пакет картографических программ, редактор для работы с изображениями Adobe Photoshop последнего поколения. В случае реализации практики в дистанционном формате Интернет-браузер последнего поколения с поддержкой плагина Adobe Reader и программы Skype или Zoom (по согласованию с руководителем практики)

Информационная среда вуза Moodle3

ЭБС Юрайт

ЭБС IPR Media

ОПОП		СМК-ПП-В1.П2-2019
Б2.В.01 (У) Программа учебной практики для направления подготовки 41.03.06 «Публичная политика и связи с общественностью», профиль подготовки «Регионоведение и связи с общественностью»		

10. Особенности организации практики для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья учебная практика проводится с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких студентов (далее – индивидуальные особенности)

При проведении учебной практики обеспечивается соблюдение следующих общих требований:

- пользование необходимыми обучающимся техническими средствами при прохождении учебной с учетом индивидуальных особенностей;

- присутствие в аудитории одного или нескольких ассистентов, являющихся работниками университета и (или) базы практики, для оказания технической помощи при передвижении, занятии рабочего места, чтении и оформлении заданий, общении с руководителем практики. Число ассистентов в аудитории определяется в соответствии с объемом технической помощи, необходимой обучающимся.

Вся информация по вопросам проведения учебной практики доводится до сведения обучающихся с ограниченными возможностями здоровья в доступной для них форме.

Дополнительно при проведении учебной практики в зависимости от индивидуальных особенностей обучающихся с ограниченными возможностями здоровья им предоставляются:

а) для слепых:

- задания и иные материалы оформляются рельефно-точечным шрифтом Брайля или в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным ПО для слепых, либо надиктовываются ассистенту

б) для слабовидящих:

- обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс

в) для глухих и слабослышащих обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающимся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования

Обучающийся с ограниченными возможностями здоровья не позднее, чем за 3 месяца до начала учебной практики подает заявление о необходимости создания для него специальных условий во время прохождения учебной практики с указанием его индивидуальных особенностей. К заявлению прилагаются документы, подтверждающие наличие у обучающегося индивидуальных особенностей.

В заявлении обучающийся указывает на необходимость (отсутствие необходимости) присутствия ассистента во время прохождения учебной практики.

Задания базы практики для таких студентов формируются с учетом их индивидуальных особенностей, они могут отличаться от групповых.

ОПОП		СМК-ПП-В1.П2-2019
Б2.В.01 (У) Программа учебной практики для направления подготовки 41.03.06 «Публичная политика и связи с общественностью», профиль подготовки «Регионоведение и связи с общественностью»		

11. Приложения

Приложение 1

Организация учебной практики

1. Для подготовки студентов к практике руководитель практики совместно с отделом практики проводят установочную конференцию, где студентам-практикантам объясняют задачи и требования к прохождению практики.
2. Для прохождения практики студенты могут делиться на группы.
3. В каждой группе назначается староста, в обязанности которого входит организация группы на учебную работу и ежедневная фиксация выполненной работы студентами.
4. О неявках на практику, серьезных нарушениях дисциплины и техники безопасности во время ее проведения руководитель практики доводит до сведения отдела практики и деканата.
5. Завершается практика итоговой конференцией, проводимой с участием представителей деканата, отдела практики и факультетского руководителя. Практиканты выступают с сообщениями, обмениваются мнениями и впечатлениями о прохождении практики.
6. Недифференцированный зачет за практику ставится студенту после ее завершения с учетом выполнения всех видов работ, предусмотренных учебной практикой. Зачет по практике приравнивается к оценкам по теоретическому обучению и учитывается при подведении итогов общей успеваемости.

Отчетная документация студента-практиканта

После прохождения практики студент-практикант сдает руководителю практики отчет (для постоянного хранения на кафедре), дневник практики (для проверки для выставления отметки) и портфолио студента-практиканта (хранится в течение 3-х лет у руководителя практики). Титульный лист отчета о практике оформляется в программе Norma.

Отчет о прохождении практики

Отчет студента-практиканта – нормативный документ, хранящийся на кафедре, за которой закреплена организация практики, он соответствует ряду предъявляемых к таким документам: наличие четкой структуры, корректное оформление, орфографическая стилистическая грамотность при написании.

примерная структура отчета

1. Каковы назначение, цели деятельности, структура учреждения (предприятие, организация), в которой проходила практика?
2. На основании каких учредительных документов функционирует данное учреждение (предприятие, организация)?
3. Какими основными нормативно-правовыми актами руководствуется в своей деятельности данное учреждение (предприятие, организация)?
4. В какие сроки проходила практика? Какие условия были созданы? Как часто с Вами работал куратор/методист базы практики?
2. Какие знания, умения и навыки были приобретены или развиты в результате прохождения практики?
3. Какие задания были выполнены в ходе прохождения практики?
4. Каковы Ваши рекомендации по совершенствованию прохождения практики?

требования к оформлению отчета

Отчет сдается в печатном виде, подшитый в папку-скоросшиватель, объем отчета не менее 8 стр. текста шрифтом Times New Roman, кегль 14, интервал 1,5, поля: верхнее и

ОПОП		СМК-ПП-В1.П2-2019
Б2.В.01 (У) Программа учебной практики для направления подготовки 41.03.06 «Публичная политика и связи с общественностью», профиль подготовки «Регионоведение и связи с общественностью»		

нижнее по 20 мм, правое 15 мм, левое 30 мм (для подшивки), абзацный отступ 0,75 см, интервалы и отступы между абзацами запрещены. Титульный лист изготавливается в программе Norma.

Портфолио студента-практиканта

Портфолио студента-практиканта – это оформленный в едином стиле перечень достижений студента во время практики. Оно не является номенклатурным документом и хранится у руководителя практики ограниченный период времени. В связи с этим требований к оформлению и содержанию портфолио предъявляется меньше.

рекомендации по составлению и оформлению портфолио

1. Титульный лист оформляется в свободной форме.
2. Портфолио должно содержать данные о написанных студентом статьях (с полными выходными данными: дата, номер выпуска, страницы) и текст статьи.
3. Портфолио должно содержать данные о написанных пресс-релизах, подготовленных практикантом и размещенных на сайте базы практики (с обязательной полной ссылкой и датой обращения) и принт-скрин сайта.
4. Описание посещенных экскурсий и фотоотчет. Рефлексию экскурсий: какая информация была новой и полезной, что необходимо было бы добавить, какая информация была излишней.
5. Портфолио должно содержать информацию о мероприятиях/предложениях, связанных с брендингом базы практики: промо-акции, создание пабликов или аккаунтов организации в социальных сетях, разработка новой актуальной символики, анализ общественного мнения об организации (оформленные результаты опросов, принт-скрины он-лайн опросников).
6. Портфолио должно содержать характеристику студента-практиканта с базы практики (от куратора/методиста/руководителя).
7. Портфолио может содержать дополнительные материалы: похвальные листы от базы практики, сертификаты, грамоты (при наличии и готовности базы практики их предоставить), иное.

Дневник студента-практиканта

Дневник – это форма ежедневной отчетности студента-практиканта, позволяет выявить степень дневной занятости студента и качество выполнения заданий базы практики. Дневники студентов-практикантов собираются руководителем практики для проверки вместе с отчетом и после защиты отчета и портфолио на итоговой конференции возвращаются студентам. в связи с этим требования

форма ведения дневника практики

Дата	Виды работ на практике	Оценка качества выполнения заданий куратором/методистом	Рефлексия

Имиджевый текст

Оригинальный имиджевый текст – это лучший способ, для того, чтобы поднять деловую репутацию компании, корпорации, холдинга, фирмы, предприятия, организации,

ОПОП		СМК-ПП-В1.П2-2019
Б2.В.01 (У) Программа учебной практики для направления подготовки 41.03.06 «Публичная политика и связи с общественностью», профиль подготовки «Регионоведение и связи с общественностью»		

учреждения, банка, сельхозкооператива в глазах целевой аудитории из числа корпоративных клиентов. Специалисты в области рекламы и маркетинга считают, что качественные имиджевые тексты идеально подходят для создания положительного образа корпоративного бренда с целью продвижения товаров и услуг на новых рынках.

Имиджевые тексты повышают лояльность клиентов и заказчиков

Имидж компании – понятие многоплановое. На его формирование влияет деловая репутация и уровень обслуживания клиентов, качество продукции и фирменный стиль, социальная миссия и известность в обществе. Учитывая повсеместное распространение и доступность Интернета для всего общества неопределимое значение получили онлайн-публикации имиджевого характера. Они рассказывают о самой компании и её достижениях, раскрывают важнейшие события и освещают интересные факты. В итоге формируется положительный образ компании, улучшающий отношения с клиентами и контрагентами, деловыми партнерами и поставщиками, кредиторами и акционерами.

Доверьте профессионалам создание имиджевого текста о собственной компании

Опыт специалиста в сфере создания PR-текстов будет полезен для раскрутки нового бренда или продвижения компании. Ведь создание благоприятного имиджа – это правильные инвестиции, устремленные в будущее и нацеленные на долгосрочную перспективу. Положительный образ отражает позитивную репутацию компании, прокладывая кратчайшую дорогу к сердцам и кошелькам потребителей. Когда клиенты оценят преимущества и выгоды сотрудничества именно с вашей компанией, они станут самыми лояльными покупателями и заказчиками, рекламирующими ваши товары и услуги с рвением, заботой и знанием.

Особенности и преимущества PR-текстов

Процесс создания качественного текста для имиджевых целей скрывает за собой кропотливую работу профессионального копирайтера. Разрабатывая шедевральные образцы PR-текстов специалист в полной мере раскрывает свои аналитические способности и безупречное владение маркетинговыми приемами, глубокие познания психологии корпоративных клиентов и стремление превзойти лучшие примеры имиджевых текстов о компании или предприятии. Авторская оценка, авторитетные мнения специалистов, статистические данные, цитаты из официальных источников – всё это служит одной цели: формированию цельного имиджа личности, корпорации или бренда. Досконально продуманный, тщательно подготовленный и профессионально отредактированный материал в полной мере обеспечивает имиджевую функцию, столь востребованную при проведении PR-кампаний и маркетинговых мероприятий.

Структура и особенности

Текст для формирования положительного образа основан на фактических материалах, в основе которых лежат общественные потребности или проблемы, жизненно важные для предприятия или организации. По аналогии с авторскими материалами от признанных мэтров журналистики в имиджевых текстах в обязательном порядке содержится оценка автора, незаметно скрытая среди словесных конструкций и поисковых фраз. Классическая структура подобных текстов построена на единстве трех элементов: ключевой тезис, безупречные аргументы и логические выводы. Для достижения лучшей читабельности и привлекательности имиджевый PR-текст облагораживается фирменным стилем. Подобная подача материала идентична рекламным статьям за исключением одного – отсутствует информация адресной направленности.

Имиджевые PR-тексты для престижа компании

ОПОП		СМК-ПП-В1.П2-2019
Б2.В.01 (У) Программа учебной практики для направления подготовки 41.03.06 «Публичная политика и связи с общественностью», профиль подготовки «Регионоведение и связи с общественностью»		

Главная персона имиджевых материалов – руководитель фирмы, ведущий специалист или эксперт в предметной области, который делится своими соображениями по важным проблемам, затрагивающим интересы всего общества или его отдельной части. Благодаря имиджевым PR-текстам поднимается авторитет отдельной личности среди целевой группы или создаётся уникальный благоприятный образ целой компании, способствующий установлению атмосферы доверия, уважения и доброжелательности.

Публикации имиджевого характера классифицируются по следующим типам:

- Событие – важная новость в жизни компании, с которой делятся руководители или главные специалисты предприятия («друзья, а теперь я расскажу вам долгожданную новость»).
- Портрет – раскрывается деятельность фирмы, её история, достижения и успехи в имиджевом контексте («что нам стоит дом построить»).
- Проблема – мнение экспертов о причинах и путях решения насущных проблем (в духе «кто виноват и что теперь делать»).

Таким образом, репутация компании – это фундамент её успеха, основа для стабильной и прибыльной деятельности при реализации маркетинговой стратегии. Добротные тексты помогут укрепить репутацию, сформировать деловой образ и обеспечить имидж современного respectable предприятия, с которым можно и нужно сотрудничать.

PR-текст и его особенности

Написание имиджевых статей предполагает соблюдение целого ряда условий, без которых материал может ожидать провал:

Public Relations статьи обязательно должны быть написаны грамотным языком, понятным целевой аудитории. Язык статьи должен быть понятен именно тем людям, на которых нацелен текст. Почему «грамотным» – это ясно: ни о каком положительном эффекте не может идти речи, если пиар-текст написан с ошибками.

Теперь что касается «понятного» языка: журналистика знает немало примеров, когда неправильная оценка целевой аудитории приводила к полному провалу PR-текстов.

Допустим, вы создаете материал для повышения узнаваемости недорогого косметического бренда.

Ваша целевая аудитория – молодые девушки с невысоким доходом, половина из которых не имеет высшего образования, треть – проживает в сельской местности. Соответственно, вы должны учитывать, что написание имиджевого текста для этой целевой группы требует исключения сложных определений, специальных терминов и так далее.

И, наоборот, если PR-текст пишется, к примеру, для повышения узнаваемости какого-то сложного инновационного устройства, где основная целевая аудитория – успешные мужчины «за 30» с высшим техническим образованием, то и статья должна быть написана с учетом новых вводных.

Если же целевая аудитория слишком разнородна и не поддается точной классификации, нужно написать пиар статью, которая бы обладала универсальными свойствами. Это должен быть не слишком упрощенный, но и не заумный материал.

Именно поэтому я всегда ратую за то, чтобы PR-копирайтинг занимались опытные авторы, умеющие подстраивать свой стиль письма под конкретные целевые группы.

Это важно знать о PR-текстах

PR-текст это не реклама. Как только автор начинает использовать в статье рекламные нотки, материал теряет свою имиджевую составляющую. Особенностью PR копирайтинга является то, что случайный читатель никоим образом не должен ловить себя на мысли, что перед ним – обычная реклама.

ОПОП		СМК-ПП-В1.П2-2019
Б2.В.01 (У) Программа учебной практики для направления подготовки 41.03.06 «Публичная политика и связи с общественностью», профиль подготовки «Регионоведение и связи с общественностью»		

Хороший пиар-текст сам по себе интересен целевой аудитории, читатель доверяет такому материалу, а потому использование признаков рекламного текста способно полностью загубить идею. Важно писать PR тексты, избегая обычных рекламных [штампов](#).

Имиджевые тексты должны содержать в себе конкретику и неопровержимые факты. Зная некоторую любовь PR-копирайтеров к использованию сомнительных фактов и сведений, мы специально ввели этот пункт. При написании PR статей нельзя позволять себе оперировать сведениями, которые могут быть подвергнуты сомнению или опровергнуты.

В противном случае всегда есть риск получить отрицательный эффект от PR-кампании, которой изначально подготавливались триумфальные лавры. Пиар текст это всегда точные сведения и по десять раз проверенная информация.

Работа в комплексе. Как правило, организация PR кампании не ограничивается написанием 1-2 статей. Для того, чтобы получить желаемый эффект, необходимо «бомбардировать» читателя различными форматами PR-текстов в Интернете (и не только), причем производиться это должно на регулярной основе в течение какого-то определенного периода времени.

Нескольких имиджевых публикаций недостаточно для достижения должного эффекта. К делу должны быть подключены различные источники целевого трафика: социальные сети, СМИ, блоги, профильные сайты.

Если в продающем тексте конверсию можно легко замерить, с имиджевыми текстами дело обстоит сложнее. Результатов PR-копирайтинга иногда приходится ждать достаточно долго в силу того, что эффект от написания PR-текстов проявляется не сразу.

Классификация PR текстов

После того, как мы с вами немного коснулись особенностей написания Public Relations текстов, пришло время поговорить о видах PR статей. Благо, здесь нас ожидают новые интересные знакомства.

Пресс-релизы. Да-да, старый добрый пресс-релиз отчасти относится к разряду имиджевых текстов. Регулярная публикация инфоповодов способна сформировать определенный имидж вокруг товара, услуги или компании.

Недостаток пресс-релизов в том, что его аудитория всегда крайне ограничена кругом заинтересованных профессионалов: сложно представить себе обычного обывателя, открывающего вечером после работы не сайт любимой газеты, а профильный ресурс, размещающий в Интернете пресс-релизы компаний.

Интервью. Приятной особенностью PR-текста в формате «интервью» является то, что можно самостоятельно подготовить «удобный» перечень вопросов, избегая каких-то ненужных тем. Или же специально заострить внимание на неудобных вопросах, не дожидаясь, когда их (в гораздо более неудобной обстановке) зададут оппоненты.

Имиджевое интервью позволяет рассказать как о конкретном человеке, так и о компании, товаре, услуге и так далее. PR-копирайтинг предполагает и такой формат выстраивания интервью, [когда вопросы в тексте предугадывают вопросы, обычно возникающие у читателя](#).

Имиджевый текст. Чаще всего написание имиджевых статей основано на решении каких-то социально значимых проблем или описывает процессы, интересные целевой аудитории. Примеры PR-текстов подобного рода:

- Как компания N построила новую детскую площадку
- Как сотрудники компании N приняли участие в субботнике
- Компания N закупила новое оборудование, которое позволяет производить еще более полезные соки
- Дирекция компании N решила отчислять 10% от зарплаты в Фонд Мира
- Футбольная команда компании N заняла первое место в городских соревнованиях

ОПОП		СМК-ПП-В1.П2-2019
Б2.В.01 (У) Программа учебной практики для направления подготовки 41.03.06 «Публичная политика и связи с общественностью», профиль подготовки «Регионоведение и связи с общественностью»		

Биография. Этот вид PR-текстов должен создавать положительный имидж определенной персоны, будь это политик, спортсмен, певец или кто-либо еще. Имиджевые биографические тексты характерны тем, что здесь, наряду с обычным пиаром, часто встречается и его «черный» собрат. Как известно, замарать человека всегда проще, чем обелить.

Аналитический (экспертный) текст. Необычность имиджевых аналитических статей в том, что в них может вообще не встречаться упоминания конкретной персоналии, компании или услуги. К примеру, находите вы в Интернете отличный обзорный материал, рассказывающий о тенденциях развития русскоязычных сервисов по созданию посадочных страниц.

Материал живой, актуальный, рекламных ноток в нем нет ничуть. Единственное, что выдает в этом тексте явный имиджевый «след» – подпись в конце статьи.

Например, «Иван Иванов, ведущий специалист сервиса создания посадочных страниц «Лендинг+». Сайт такой-то».

Вроде бы мелочь, но у читателя уже складывается определенное впечатление: «Ага, раз так все интересно, профессионально и по полочкам, значит в этом «Лендинг +» знают толк в хороших посадочных страницах». И даже если читатель сразу не перейдет на сайт сервиса, определенное положительное мнение у него уже сложится.

Пример пресс-релиза

15 Августа 2019

Пресс-релиз: МЕДОВЫЙ СПАС: Благотворительный вечер фонда Гоши Куценко 21 августа в легендарном «Руки вверх! Бар» пройдет благотворительный вечер друзей Фонда «Жизнь с ДЦП» и Гоши Куценко вместе с художественной выставкой Юлии Мамонтовой «Медовый спас», которая продлится до 29 августа.

Благотворительный вечер состоится в легендарном «**Руки Вверх! Бар**» **Сергея Жукова**, где регулярно выступают лучшие артисты – звезды 90-х лет, так и современные исполнители. И сейчас бар примет в своих стенах гостей и друзей фонда «Жизнь с ДЦП».

Главная и благородная цель этого мероприятия – помощь больным с ДЦП и, в частности, **подопечному Фонда Егору Кондратьеву**: все средства от продажи картин Юлии Мамонтовой, которые на протяжении недели будут представлены в «Руки вверх! Бар», будут направлены именно ему.

Откроет вечер своим сетом один из лучших диджеев Москвы **Vanya Vega** и ведущий вечера популярный **актер Анатолий Руденко** (Бедная Настя, Две судьбы-3, Третий должен уйти и т.д.). Никто не останется равнодушным от выступления **Максима Завидия**, участника Евровидения и полуфиналиста Новой волны 2019, **NJohn** - продюсера и рэп-исполнителя, композитора, хиты которого «Девочка хочет любви», «Только ты», «Громче» знают практически все, а также певицы и блогера **Тани Герман**, участницы телепроекта «Голос».

Вернисаж «Медовый спас» проведет художник Юлия Мамонтова, ставшая в этом году «Художником года» на премии Art&Business Awards. Название выставки появилось не случайно и связано с энкаустикой – древнейшей техникой живописи горячим пчелиным воском и пигментами. Именно в этой технике и написаны картины Юлии. На выставке художница представит свои 40 оригинальных картин.

Главный редактор журнала «Жизнь с ДЦП» Мила Соловьева: «Мы часто слышим: красота спасёт мир. Но как именно? Я считаю, что помощь должна начинаться с поддержки нуждающимся, и выставка «Медовый спас» даёт возможность поддержать их через искусство. Красота картин, оригинальность техники, стиль автора – всё это превращает вернисаж в особенное событие, но для меня главное – помощь подопечным, и я рада, что художники готовы сотрудничать с нами и делать мир чуточку лучше».

ОПОП		СМК-ПП-В1.П2-2019
Б2.В.01 (У) Программа учебной практики для направления подготовки 41.03.06 «Публичная политика и связи с общественностью», профиль подготовки «Регионоведение и связи с общественностью»		

Гости смогут не только оценить технику живописи «энкастика», вдоволь вкусить аромат пчелиного воска, но и приобрести картины Юлии разных серий – «Современные иконы стиля» 2016», «Душа и тело» 2017», «Виноград» 2018», «Флора и фауна» 2019» стоимостью от 6 тыс. руб. Выставка продлится до 29 августа.

Художник Юлия Мамонтова: «Я счастлива, что освоила жанр трудоемкой энкастики, требующей и терпения, и вдохновения. Это древнейшее искусство корнями уходит в далекое прошлое, в этой технике написаны раннехристианские иконы. Я буду рада, если мои картины найдут живой отклик в душе каждого гостя, а их приобретение пойдет на благородное дело!».

Кульминацией вечера станет выступление непревзойденного и всегда неожиданного **Гоши Куценко в тандеме с Юлией Пак**, которые несомненно порадуют гостей искренним талантливым исполнением и доставят радость всем.

Всех гостей благотворительного вечера ждут непринужденные беседы, дискуссии в сопровождении вкусных полезных **конфет JUMP**, которые придадут силу и бодрость всем гостям, а также интересные конкурсы и призы от партнеров.

Особый приз ожидается **от инновационной медицинской клиники на Остоженке HAIR&SKIN Innovation Institute**, которая занимается оздоровлением волос и кожи, уникальной пересадкой коротких и длинных волос без операции, боли и осложнений и проводит благотворительные процедуры восстановления волос.

Среди приглашенных гостей мероприятия - благотворители Фонда «Жизнь с ДЦП» и известные личности.

Адрес: **Москва, Тверская, 22, легендарный «Руки Вверх! Бар» Сергея Жукова**
Пресс-конференция партнеров мероприятия и презентация техники «Энкастика»: 17.00

Время работы выставки: 22.08 – 29.08.2019 с 18:00 до 06:00. Вход свободный.

Платёж одной кнопкой для сбора Егору Кондратьеву: <https://cplife.ru>