

**Томский государственный педагогический университет
Факультет психологии и управления**

Брюханцева Н.В. Гладущенко Ю.В. Кубарев Е.Н.

Программы практик по специальностям

**350400 «Связи с общественностью»
и 350700 «Реклама»**

в системе высшего образования

Методические рекомендации

Томск 2003

ББК 60. 842 я 73
Б 89

Печатается по решению
редакционно-издательского совета
Томского государственного
Педагогического университета

Б 89 Брюханцева Н.В., Гладущенко Ю.В., Кубарев Е.Н. Программа практик по специальности 350400 «Связь с общественностью» и 350700 «Реклама» в системе высшего образования: Методические рекомендации. Томск: Центр учебно-методической литературы, 2003. 28 с.

Методические рекомендации составлены исходя из требований Государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования. Данное издание представляет собой программы практик по новым специальностям «Связи с общественностью» и «Реклама». Содержит необходимые материалы, документы, рекомендации и требования ГОС по ознакомительной, производственной и преддипломной практикам. Методические рекомендации предназначены для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Связи с общественностью» и «Реклама».

ББК 60. 842 я 73

Рецензенты: *доктор философских наук,
профессор кафедры философии Сыроева Л.С.
кандидат исторических наук,
доцент кафедры педагогики Сартакова Е.Е.*

© Брюханцева Н.В.,
Гладущенко Ю.В.,
Кубарев Е.Н., 2003
© ТГПУ, 2003

Содержание

Введение	4
Программа практики	
по специальности 350400 «Связи с общественностью»	5
1. Требования к организации практик по специальности «Связи с общественностью»	5
2. Подготовка отчётной документации	9
3. Требования по оформлению документации	10
Программа практики	
по специальности 350700 «Реклама»	15
1. Требования к организации практик по специальности «Реклама»	15
2. Подготовка отчётной документации	21
3. Требования по оформлению документации	22
Библиография	27

Введение

Образовательная программа для студентов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью», в качестве обязательного элемента должна содержать программы учебно-ознакомительной, производственной и преддипломной практик.

Методическое пособие предназначено для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности связи с общественностью.

Логика построения пособия согласуется с логикой и последовательностью формирования профессиональных и общеобразовательных знаний и умений студентов в процессе обучения в университете в соответствии с дисциплинами, указанными в основной образовательной программе.

Все виды практики выполняют образовательную, развивающую и воспитывающую функции и направлены на формирование специалиста высокой квалификации, обладающего потенциалом творческих возможностей и профессиональных навыков.

При подготовке и составлении данного пособия авторы исходили из задач, встающих перед студентами на разных этапах прохождения практики по специальностям 350400 «Связи с общественностью».

Практики на разных курсах данных специальностей жестко не разграничиваются, тесно связаны между собой и являются составляющими целое. На втором курсе студенты проходят ознакомительную практику, которая предполагает наблюдение за деятельностью организации, в которую студент направлен, и включается в жизнь коллектива через несложные задания и поручения. На третьем курсе студент-практикант уже имеет собственные задания и выполняет их индивидуально. Преддипломная практика предполагает творчество студента-практиканта и его конкретные профессиональные знания, используемые в практической деятельности.

В ходе специально организованной практической деятельности студентам предоставляется возможность актуализировать теоретические знания по специальности в системе профессиональной подготовки, овладеть умениями профессиональной работы с людьми разного возраста, уровня образования, потребностей и запросов, статуса и социальной принадлежности.

Учебные практики распределяются в соответствии с основной образовательной программой по специальности 350400 «Связи с общественностью».

Программа практики по специальности 350400 «Связи с общественностью в системе высшего образования

1. Требования к организации практик

Требования к организации и проведению практик, предусмотренных государственным образовательным стандартом, раскрываются в данном пособии, которое утверждено редакционно-издательским советом Томского государственного педагогического университета.

1.1. Цели и задачи практики

Цель практики -- закрепление и углубление полученных теоретических знаний, и приобретение практических навыков работы в области организации и планирования профессиональной деятельности по названной специальности.

Задачи:

- ознакомление с организацией производственного процесса на предприятии;
- изучение организационной структуры управления предприятием;
- анализ и оценка работы предприятия и его структурных подразделений на основе выполненных исследований;
- установление новых коммуникаций для улучшения деятельности организации;
- написание и представление отчёта о прохождении практики.

1.2. Учебно-ознакомительная практика

Учебно-ознакомительная практика проходит в течении двух недель в установленные сроки. На основании задания студентами составляется отчёт. В учебный отдел деканата предоставляется справка о прохождении практики и отчёт в объёме до 10 страниц.

1.3. Производственная практика

предполагает не только изучение предприятия, организации, структурного подразделения, но и практическую деятельность.

1.4. Задания

- краткая характеристика предприятия, организации, структурного подразделения, исторические материалы, этапы реорганизации и т.д.;
- изучение специализации предприятия;
- изучение деятельности предприятия, его конкурентных особенностей и перспектив;
- выявления основных потребителей, рынков сбыта, сервисного обслуживания;

- информация о конкурентах;
- ознакомление с должностными обязанностями служб внутренних и внешних коммуникаций.

1.5. Требования к профессиональной подготовленности студента-практиканта по специальности 350400 «Связи с общественностью» и задания практики заключаются в следующем:

- иметь целостное представление о процессах и явлениях, происходящих в современном мире, быть осведомлённым в принципиальных проблемах современного естествознания, развития науки, техники, понимать их социально-экономические и политические последствия;
- знать важнейшие проблемы внутренней и внешней политики России, современных международных отношений, положения важнейших международно-правовых документов ООН, ЮНЕСКО, ОБСЕ и других международных организаций, регламентирующих деятельность в области международной информации, гуманитарного и культурного сотрудничества;
- знать историю и современную практику массовой коммуникации и различные её виды и формы;
- знать историю возникновения и становления связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности;
- уметь устанавливать и постоянно поддерживать необходимые связи со средствами массовой информации, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами, структурам по связям с общественностью, издательствами, заинтересованными фирмами, государственными и общественными структурами, партиями и движениями;
- владеть навыками организации и управления пресс-центром, пресс-службой, отделом печати, отделом по связям с общественностью, центром общественных связей;
- уметь устанавливать связи с людьми и организациями, располагающими важными сведениями, источниками информации;
- знать основы конфликтологии и социальной психологии и владеть навыками работы в кризисных ситуациях;
- постоянно изучать аудиторию, учитывать её настроение;
- уметь планировать и организовывать рекламные, пропагандистские, информационные кампании, владеть навыками социального и политического маркетинга, уметь организовать и вести протокольно-деловые мероприятия;
- уметь использовать методику и технику проведения опросов

- общественного мнения;
- свободно владеть риторикой, приёмами и методами публичного выступления (знать правила речи, её виды, правила речевого этикета и ведения диалога, законы композиции и стиля, приёмы убеждения и т.д.), владеть навыками литературного редактирования, уметь создать собственное публицистическое произведение, пресс-релиз;
 - квалифицированно пользоваться техническими, телевизионными, радио и электронными средствами массовой информации, уметь фотографировать, владеть видео-, аудио- и компьютерной техникой;
 - должен быть знаком с основными учениями в области политических, правовых и социально-экономических наук, научно анализировать социально значимые проблемы и процессы, уметь использовать научные методы в различных видах профессиональной и социальной деятельности;
 - знать Конституцию Российской Федерации, этические и правовые нормы, регулирующие взаимоотношения в обществе и между обществом и природной средой, учитывать их в профессиональной деятельности;
 - знать основные проблемы массовой коммуникации и современных СМИ, механизмы и закономерности их формирования и развития, основные теории и концепции, относящиеся к сфере информации, коммуникации и формирования общественного мнения, уметь применять их выводы, методы и приёмы исследования для анализа проблем, возникающих в ходе профессиональной деятельности;
 - разбираться в основных проблемах информационной политики, национальной безопасности Российской Федерации, владеть методами и приёмами их анализа;
 - быть способным к самообучению по завершению учебной программы, к расширению своих знаний на основе информационных и образовательных технологий;
 - уметь на научной основе организовать свой труд, владеть приёмами и методами сбора, хранения и обработки информации, в том числе с использованием электронно-вычислительной техники, иметь навыки пользования компьютерными программами;
 - быть способным приобретать новые знания, методически и психологически уметь изменять направление и характер своей профессиональной деятельности;
 - владеть иностранным языком (языками), выполнять функции

- переводчика, переводчика-референта и продолжать совершенствовать профессиональную деятельность;
- развивать и совершенствовать культуру мышления и мастерство публичного выступления, уметь логично и грамотно оформить свои мысли в устной и письменной форме, уметь участвовать в дискуссиях по профессиональным проблемам;
 - владеть основами научного анализа и прогнозирования различных явлений и процессов, уметь осуществлять их качественный и количественный анализ, определять цели специальных исследований и использовать для их осуществления методы изучения наук, быть готовым к работе по междисциплинарным и международным проектам;
 - быть готовым к работе в коллективе, изучить методы управления, находить и принимать управленческие решения, знать основы педагогической деятельности.

1.6. Организация практики

Срок прохождения практики устанавливается учебным отделом отделения Рекламы и связей с общественностью и заблаговременно сообщается студентам. Защита отчётов проходит в рабочем порядке на основании предоставленных документов по практике. Практика проводится в структурных подразделениях и предприятиях города и области.

Для руководства практикой и оказания помощи при сборе материалов в организации назначается руководитель.

Методическое руководство осуществляется преподавателями ФПУ. Они оказывают помощь в организации прохождения практики, проводят консультации, контролируют ход выполнения программы и проверяют отчёты.

В период прохождения практики студенты подчиняются правилам внутреннего распорядка предприятия или организации.

Студент, обучающийся по специальности «Связи с общественностью» в соответствии с общей профессиональной и специальной подготовкой на практике способен осуществлять такие виды деятельности, как:

- информационно-творческая;
- социально-психологическая;
- информационно-коммуникационная;
- информационно-управленческая;
- рекламно-информационная;
- информационно-аналитическая;
- информационно-референтская;

- культурно-просветительская;
- организационно-рекламная;
- информационно-социологическая;
- научно-исследовательская.

2. Подготовка отчётной документации

Отчёт о практике является основным документом студента, отражающим выполненную им работу, полученные знания и практические навыки.

Материалы отчёта в дальнейшем студент может использовать в своей научной работе по выполнению курсовых работ и выпускной квалификационной работы.

В отчёте должны быть подробно и полно освещены вопросы методики выполнения заданий, проведения встреч, организации мероприятий и представлены источники информации (документы, фото, бланки и т.д.).

По каждому заданию должны быть сделаны выводы, предложены рекомендации.

Отчёт о практике студент готовит самостоятельно и представляет его для проверки и оценки руководителю практики от предприятия в последний день работы.

Практикант обязан вести:

2.1. Дневник практиканта (заполняется каждый день практики, кратко по пунктам, см. приложения)

2.2 Приложение к дневнику, в котором содержится:
разработка творческих мероприятий;
графики социометрических исследований;

2.3 Отчёт о практике должен содержать следующие разделы:

1. Задания на практику
2. Содержание деятельности
3. Введение
4. Основная часть:
 - а) общая характеристика объекта практики;
 - б) специальное исследование в соответствии с полученным заданием на практику.
5. Заключение
6. Список использованной литературы
7. Приложения

Отчёт о практике (ознакомительной, производственной, преддипломной) осуществляется на факультетской конференции по итогам стажёрской деятельности.

2.4. Преддипломная практика проходит в установленные сроки в течение 8 недель. По окончании составляется отчёт. Требования даны выше. Преддипломная практика используется на защите дипломного проекта. На преддипломную практику студентам выдаются индивидуальные задания в зависимости от специфики предприятия и тематики выпускной работы.

3. Требования по оформлению документации

3.1. Дневник практиканта:

- а) титульный лист
 - Ф.И.О.
 - Курс, группа
 - Практика проводилась с по
 - Факультетский руководитель (Ф.И.О., должность, звание)
 - Руководитель на месте (Ф.И.О., должность, звание);
- б) программа практики
 - цель практики
 - задачи практики
 - ежедневные задания
 - итоги каждого дня практики;
- в) содержание работы (по каждому дню практики), её анализ
- г) результаты практики;
- д) аналитический отчёт о практике;
- е) подпись студента-практиканта, руководителя, дата.

3.2. Паспорт учреждения:

- а) полное наименование учреждения;
- б) вышестоящая организация;
- в) дата создания;
- г) дата и место регистрации;
- д) учредители;
- е) территория действия (по уставу);
- ж) характеристика микрорайона, социального окружения;
- з) полный адрес;
- и) цели деятельности (по уставу);
- к) принципы деятельности;
- л) направления деятельности;
- м) источники финансирования;
- н) число сотрудников.

3.3. Учётная карточка студента ФИО

По (ознакомительной, производственной, преддипломной) практике студента государственного педагогического университета должна быть заполнена следующим образом:

- Факультет
- Курс, группа
- Основная специальность
- Специальность дополнительная
- Проходил практику с ____ по ____
- Под руководством
- Заключение по практике
- Оценка
- Факультетский руководитель, дата, подпись.

3.4. Оформление титульного листа отчёта следующие:

Министерство образования российской федерации
Томский государственный педагогический университет
Институт заочного и дистанционного обучения

ОТЧЁТ о прохождении

практики на

Руководитель практики от
предприятия

Ф.И.О., подпись

Печать предприятия

Руководитель практики от
ИЗиДО ТГПУ

Ф.И.О., подпись

Выполнил
студент группы __ курса __

Ф.И.О.

Отчёт защищён с оценкой _____ дата, подпись преподавателя

Томск 2003

Министерство образования РФ
(место практики)

ТЕМА ПРОЕКТА
(НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА)

Площадка

Адрес:

Телефон:

Руководитель:

Авторы:

Структура заявки

1. Сведения об авторе (юридическое лицо, адрес, телефон, руководитель, авторы заявки).
2. Постановка проблемы (актуальность)
3. Цели и задачи проекта.
4. Предполагаемые результаты.
5. Этапы реализации.
6. Имеющиеся ресурсы для решения поставленных задач.
7. Бюджетная схема реализации проекта.

Оформление заявки:

1. Постановка проблемы (актуальность).
При оформлении проекта обязательно необходимо уточнить актуальность (важность) решения данной конкретной задачи в современной ситуации в стране и в данном учреждении.
2. Паспорт учреждения.
3. Проблемный анализ (СВОД-анализ) существующей системы организации.
4. Миссия организации (видение на начало проекта).
5. Цели и задачи проекта.
6. Предполагаемые результаты:
 - педагогические;
 - социокультурные;
 - научно-методические.

Этапы реализации проекта:

- Ресурсное обеспечение:
- материально-техническое;
 - финансовое обеспечение;
 - человеческие ресурсы;
 - научно-методические источники.

Экспериментальные линии Томского района.

Бюджетная схема реализации проекта

Расходы	Сумма в год
Административные	
Канцтовары, орграсходы	
Связь	
Приобретение литературы	
Издание материалов	
Командировки	
Командировки	
Транспортные услуги	
Индивидуальная финансовая поддержка	

Продолжение таблицы

Руководитель площадки	
Координатор площадки	
Главный бухгалтер площадки	
Группа технического обеспечения	
Оплата экспертов	
Оплата научным руководителю и консультантам, исполнителям, соисполнителям	
Всего в год	
Итого стоимость проекта на 5 лет	

Программа практики по специальностям 350700 «Реклама» в системе высшего образования

1. Требования к организации практик

Требования к организации и проведению практик, предусмотренных государственным образовательным стандартом, раскрываются в данном пособии, которое утверждено редакционно-издательским Томского государственного педагогического университета.

1.1. Цели и задачи практики

Цель практики – закрепление и углубление полученных теоретических знаний, приобретение практических навыков работы в области организации и планирования профессиональной деятельности по названной специальности.

Задачи:

- ознакомление с организацией производственного процесса на предприятии;
- изучение организационной структуры управления предприятием;
- анализ и оценка работы предприятия и его структурных подразделений на основе выполненных исследований;
- создание рекламных проектов для улучшения деятельности организации.

1.2. Задания:

- подготовка краткой характеристики предприятия, организации, структурного подразделения, сбор исторических материалов, определение этапов развития организации и реорганизации;
- изучение специализации предприятия;
- анализ деятельности предприятия, его конкурентных особенностей и перспектив;
- изучение основных потребителей, рынков сбыта, сервисного обслуживания;
- информация о конкурентах;
- информация о составе рекламного отдела или подразделения, должностных обязанностях сотрудников.

1.3. Учебно-ознакомительная практика

Учебно-ознакомительная практика проходит в течении двух недель в установленные сроки. На основании задания студентами составляется отчет. В деканат предоставляется справка о прохождении практики и отчет в объеме до 10 страниц.

1.4. Производственная практика

Производственная практика предполагает не только изучение рекламной деятельности предприятия, но и собственно-практическую деятельность.

1.5. Преддипломная практика

Преддипломная практика подразумевает сбор материалов для дипломного проекта (квалификационной работы) с элементами практической деятельности в структуре организации практики.

1.6. Требования к профессиональной подготовленности выпускника по специальности 350700 -- «Реклама» и задания практик заключаются в следующем:

- освоить гуманитарные, социально-экономические, математические и естественнонаучные дисциплины для решения профессиональных, социальных, научных и профессиональных задач;
- знать законодательные и нормативные акты, регламентирующие предпринимательскую, коммерческую и рекламную деятельность, систему налогообложения;
- усвоить основы рыночной экономики, предпринимательства и ведения бизнеса, основы делового администрирования;
- быть знакомым с теорией и практикой менеджмента, структурой управления фирмой, предприятием, учреждением и организацией, механизмом инновационной и инвестиционной деятельности, основами организации делопроизводства, мотивацией труда, основами законодательства о труде, правилами и нормами охраны труда;
- знать теорию и практику маркетинга, конъюнктуру рынка, порядок ценообразования, системы управления качеством товара и сбытом;
- освоить основы социологии, общую и специальную психологию, этику делового общения;
- быть знакомым с современными средствами сбора и обработки информации, средствами электронно-вычислительной техники, коммуникаций и связи;
- знать организацию рекламного дела, средства и носители

рекламы, формы и методы разработки и ведения рекламных кампаний, порядок разработки договоров и контрактов по организации и проведению рекламных кампаний, основы технологии производства рекламы, формы и методы работы с персоналом и клиентами, передовой опыт ведения рекламного дела.

Практикант должен научиться:

- организовать работу по рекламированию производимой продукции или выполняемых услуг с целью их продвижения на рынках сбыта, информируя потребителей о качестве и отличительных свойствах рекламируемых товаров и услуг;
- осуществлять руководство, планирование и координацию по проведению рекламных кампаний, разрабатывать планы рекламных мероприятий по одному виду или группе товаров (услуг) и определять затраты на их проведение, составлять медиаплан;
- формировать рекламные стратегии с учётом изменений предпринимательской среды и мотиваций потребителей, а также перспективных направлений дальнейшего организационного развития, инновационной и инвестиционной деятельности фирмы;
- осуществлять выбор форм и методов рекламы в средствах массовой информации, их текстового, цветового и музыкального оформления, определять конкретные носители рекламы и их оптимальное сочетание;
- осуществлять маркетинговые исследования, изучать рынок сбыта, покупательский спрос и покупательские предпочтения с целью определения оптимального времени и места размещения рекламы, масштабов и сроков проведения рекламных кампаний, круга лиц (целевые аудитории), на которые должна быть направлена реклама, ориентируя её на целевые группы-сегменты по покупательской способности, профессии, возрасту, полу и т.д.;
- анализировать мотивации спроса на соответствующие товары и услуги, организовать изучение потребностей и предпочтений потребителей и покупателей, определять основные направления проведения рекламных мероприятий;
- организовать разработку рекламных текстов, плакатов, проспектов, каталогов, буклетов, контролировать их качество, обеспечивать наглядность, доступность и адресность рекламы,

соблюдение норм общественной морали и этики, не нарушая правил конкурентной борьбы;

- осуществлять контроль за разработкой и реализацией договоров и контрактов по рекламированию товаров и услуг;
- организовать связи с деловыми партнёрами, систему сбора необходимой информации, расширение внешних контактов в целях совершенствования рекламной деятельности;
- поддерживать необходимые связи с другими структурными подразделениями фирмы, предприятия, учреждения или организации в процессе разработки и проведения рекламных мероприятий, привлекать к решению поставленных задач консультантов и экспертов;
- руководить сотрудниками рекламных служб, определять задачи их деятельности и должностные обязанности.

Студент, обучающийся по специальности «Реклама» в соответствии с общей профессиональной и специальной подготовкой, способен с помощью руководителей практики осуществлять такие виды деятельности, как:

- организация рекламной кампании;
- организационно-методические рекомендации по маркетинговым исследованиям для подготовки рекламного задания;
- анализ и обобщение зарубежных и отечественных теорий и практики рыночного хозяйствования для формирования и развития рекламной деятельности;
- определение концептуальных основ развития рекламной деятельности на предприятии;
- оптимизация технологий рекламного дела;
- информационно-компьютерное обеспечение рекламной деятельности фирмы;
- разработка рекламных коммуникационных систем;
- разработка рекламного продукта;
- разработка и анализ технологий производства рекламы;
- реклама и маркетинг;
- реклама и маркетинговые коммуникации.

Студент-практикант должен:

- знать важнейшие проблемы внутренней и внешней политики России, современных международных отношений, положения важнейших международно-правовых документов ООН, ЮНЕСКО, ОБСЕ и других международных организаций, регламентирующих деятельность в области международной информации, гуманитарного и культурного сотрудничества;

- знать историю и современную практику массовой коммуникации и различные её виды и формы;
- знать историю возникновения и становления связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности;
- уметь устанавливать и постоянно поддерживать необходимые связи со средствами массовой информации, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами, структурами по связям с общественностью, издательствами, заинтересованными фирмами, государственными и общественными структурами, партиями и движениями;
- владеть навыками организации и управления пресс-центром, пресс-службой, отделом печати, отделом по связям с общественностью, центром общественных связей;
- уметь устанавливать связи с людьми и организациями, располагающими важными сведениями, источниками информации;
- знать основы конфликтологии и социальной психологии и владеть навыками работы в кризисных ситуациях;
- постоянно изучать аудиторию, учитывать её настроение;
- уметь планировать и организовывать рекламные, пропагандистские, информационные кампании, владеть навыками социального и политического маркетинга, уметь организовать и вести протольно-деловые мероприятия;
- уметь использовать методику и технику проведения опросов общественного мнения;
- свободно владеть риторикой, приёмами и методами публичного выступления (знать правила речи, её виды, правила речевого этикета и ведения диалога, законы композиции и стиля, приёмы убеждения и т.д.), владеть навыками литературного редактирования, уметь создать собственное публицистическое произведение, пресс-релиз;
- квалифицированно пользоваться техническими, телевизионными, радио- и электронными средствами массовой информации, уметь фотографировать, владеть видео-, аудио- и компьютерной техникой;
- быть знакомым с основными учениями в области политических, правовых и социально-экономических наук, анализировать социально значимые проблемы и процессы, уметь использовать научные методы в различных видах профессиональной и социальной деятельности общества;
- учитывать проблемы и конфликты между обществом

- и природной -средой, использовать их в профессиональной деятельности;
- знать основные проблемы массовой коммуникации и современных СМИ, механизмы и закономерности их формирования и развития, основные теории и концепции, относящиеся к сфере информации, коммуникации и формирования общественного мнения, уметь применять их выводы, методы и приёмы исследования для анализа проблем, возникающих в ходе профессиональной деятельности;
 - разбираться в основных проблемах информационной политики, национальной безопасности Российской Федерации, владеть методами и приёмами их анализа;
 - быть способным к самообучению по завершении учебной программы, к расширению своих знаний на основе информационных и образовательных технологий;
 - уметь на научной основе организовать свой труд, владеть приёмами и методами сбора, хранения и обработки информации, в том числе с использованием электронно-вычислительной техники, иметь навыки пользования компьютерными программами;
 - быть способным приобретать новые знания, методически и психологически уметь изменять направление и характер своей профессиональной деятельности;
 - владеть иностранным языком (языками), выполнять функции переводчика, переводчика-референта и продолжать совершенствовать профессиональную деятельность;
 - развивать и совершенствовать культуру мышления и мастерство публичного выступления, уметь логично и грамотно оформить свои мысли в устной и письменной форме, уметь участвовать в дискуссиях по профессиональным проблемам;
 - владеть основами научного анализа и прогнозирования различных явлений и процессов, уметь осуществлять их качественный и количественный анализ, определять цели специальных исследований и использовать для их осуществления методы изучения наук, быть готовым к работе по междисциплинарным и международным проектам;
 - быть готовым к работе в коллективе, изучить методы управления, находить и принимать управленческие решения, знать основы педагогической деятельности.

1.7. Организация практики

Срок прохождения практики устанавливается учебным отделом деканата и заблаговременно сообщается студентам. Защита отчётов

проходит в рабочем порядке на основании представленных документов о практике. Практика проходит в структурных подразделениях и предприятиях города и области. Для руководства практикой и оказания помощи в сборе материалов в организации назначается руководитель. Методическое руководство осуществляется преподавателями ФПУ. Они оказывают помощь в организации прохождения практики, проводят консультации, контролируют ход выполнения программы и проверяют отчёт.

В период прохождения практики студенты подчиняются правилам внутреннего распорядка предприятия или организации.

2. Подготовка отчётной документации

Отчёт о практике является основным документом студента, отражающим выполненную им работу, полученные знания и практические навыки.

Материалы отчёта в дальнейшем студент может использовать в своей научной работе по выполнению курсовых работ и выпускной квалификационной работы.

В отчёте должны быть подробно и полно освещены вопросы методики выполнения заданий, проведения встреч, организации рекламных мероприятий и представлены источники информации (документы, фото, бланки и т.д.).

По каждому заданию должны быть сделаны выводы, предложены рекомендации.

Отчёт о практике студент готовит самостоятельно и представляет его для проверки и оценки руководителю практики от предприятия в последний день работы.

2.1. Дневник практиканта (заполняется каждый день практики, кратко по пунктам)

2.2. Приложение к дневнику, в котором содержится:

- разработка творческих мероприятий;
- графики социометрических исследований;

2.3. Отчёт о практике (ознакомительной, производственной) осуществляется на факультетской конференции по итогам стажёрской деятельности. Преддипломная практика освещается на защите дипломного проекта.

2.4. Преддипломная практика проходит в установленные сроки в течение 8 недель. По окончании составляется отчёт. Требования даны выше. Преддипломная практика используется на защите дипломного проекта (квалификационной работы). На преддипломную практику

студентам выдаются индивидуальные задания в зависимости от специфики предприятия и тематики выпускной работы.

3. Требования по оформлению документации

3.1. Дневник практиканта.

- а) титульный лист
 - Ф.И.О.
 - Курс, группа
 - Практика проводилась с по
 - Факультетский руководитель (Ф.И.О., должность, звание)
 - Руководитель на месте (Ф.И.О., должность, звание);
- б) программа практики:
 - цель практики
 - задачи практики
 - ежедневные задания
 - итоги каждого дня практики;
- в) содержание работы (по каждому дню практики), её анализ
- г) результаты практики;
- д) аналитический отчёт по практике;
- е) Подпись студента-практиканта, руководителя, дата.

3.2. Паспорт учреждения:

- а) полное наименование учреждения;
- б) вышестоящая организация;
- в) дата создания;
- г) дата и место регистрации;
- д) учредители;
- е) территория действия (по уставу);
- ж) характеристика микрорайона, социального окружения;
- з) полный адрес;
- и) цели деятельности (по уставу);
- к) принципы деятельности;
- л) направления деятельности;
- м) источники финансирования;
- н) число сотрудников.

3.3. Учётная карточка студента Ф.И.О.

По (ознакомительной, производственной, преддипломной) практике студента государственного педагогического университета должна быть заполнена следующим образом:

- Факультет
- Курс, группа
- Основная специальность
- Специальность дополнительная
- Проходил практику с _____ по _____
- Под руководством
- Заключение по практике
- Оценка
- Факультетский руководитель, дата, подпись.

3.4. Оформление титульного листа отчёта следующее:

Министерство образования российской федерации
Томский государственный педагогический университет
Институт заочного и дистанционного обучения

ОТЧЁТ о прохождении

практики на

Руководитель практики
от предприятия

Ф.И.О., подпись

Печать предприятия

Руководитель практики
от ФПУ ТГПУ

Ф.И.О., подпись

Выполнил
студент группы __ курса __

Отчёт защищён с оценкой _____ дата, подпись

Томск 2003

Министерство образования РФ
(место практики)

ТЕМА ПРОЕКТА
(НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА)

Площадка

Адрес:

Телефон:

Руководитель:

Авторы:

Структура заявки

1. Сведения об авторе (юридическое лицо, адрес, телефон, руководитель, авторы заявки).
2. Постановка проблемы (актуальность).
3. Цели и задачи проекта.
4. Предполагаемые результаты.
5. Этапы реализации.
6. Имеющиеся ресурсы для решения поставленных задач.
7. Бюджетная схема реализации проекта.

Оформление заявки

1. Постановка проблемы (актуальность).
При оформлении проекта обязательно необходимо уточнить актуальность (важность) решения данной конкретной задачи в современной ситуации в стране и в данном учреждении.
2. Паспорт учреждения.
3. Проблемный анализ (СВОД-анализ) существующей системы организации.
4. Миссия организации (видение на начало проекта).
5. Цели и задачи проекта.
6. Предполагаемые результаты:
 - педагогические;
 - социокультурные;
 - научно-методические.

Этапы реализации проекта

- Ресурсное обеспечение:
- материально-техническое;
 - финансовое обеспечение;
 - человеческие ресурсы;
 - научно-методические источники.

Экспериментальные линии Томского района. Бюджетная схема реализации проект

Расходы	Сумма в год
Административные	
Канцтовары, орграсходы	
Связь	
Приобретение литературы	
Издание материалов	
Командировки	
Командировки	
Транспортные услуги	

Продолжение таблицы

Индивидуальная финансовая поддержка	
Руководитель площадки	
Координатор площадки	
Главный бухгалтер площадки	
Группа технического обеспечения	
Оплата экспертов	
Оплата научным руководителю и консультантам, исполнителям, соисполнителям	
Всего в год	
Итого стоимость проекта на 5 лет	

Библиография

1. Андриенко Е.В. Социальная психология. М.: Издательский центр «Академия», 2000. 264 с.
2. Авдеев В.В. Психотехнология решения проблемных ситуаций. М.: Феликс, 1992.
3. Алёшина И.В. Паблик рилейшнз для менеджеров. М.: ИКФ «ЭКМОС», 2002. 480 с.
4. Анцупов А.Я., Шипилов А.И. Конфликтология. М.: ЮНИТИ, 2000. 551 с.
5. Адлер Г. НЛП: современные психотехнологии. СПб.: Питер, 2001. 160 с.
6. Бауман З. Мыслить социологически. М.: Аспект Пресс, 1996. 255 с.
7. Бакиров А. НЛП: роли, которые играют люди. СПб.: Питер, 2002. 160 с.
8. Бехтерев В. Внушение и его роль в общественной жизни. СПб.: Питер, 2001. 256 с.
9. Блонский П.П. Память и мышление. СПб.: Питер, 2001. 288 с.
10. Джефкинс Ф. Реклама. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. 543 с.
11. Дейан А. Реклама. СПб.: Нева, 2003. 128 с.
12. Конецкая В.П. Социология коммуникации. М.: Международный университет бизнеса и управления, 1997. – 304 с.
13. Кравченко А.И. Социология менеджмента. М.: ЮНИТИ, 1999. 366 с.
14. Марков С. PR в России больше чем PR. Технологии и версии. М.: ООО «Издательство АСТ»: ООО «Издательство Астрель», 2001. 288 с.
15. Меерович М.И., Шрагина Л.И. Технология творческого мышления: практическое пособие. Мн.: Харвест, -М АСТ, 2000. 432 с.
16. Мокшанцев Р.И. Психология рекламы. М.: ИНФРА-М, Новосибирск, 2000. 230 с.
17. Моисеев В.А. Теория и практика паблик рилейшнз. Киев: ВИРА-Р, 1999. 376 с.
18. Миллс Ч.Р. Социологическое воображение. М.: NOTA VENE, 2001. 264 с.
19. Мокшанцев Р.И. Психология рекламы. М.: ИНТРА-М, Новосибирск: Сибирское соглашение, 2000. 230 с.
20. Ольшанский Д.В. Психология масс. СПб.: Питер. 2001. 367 с.
21. Платонов Д.И. Социология в схемах. М.: ПРИОР, 1999. 112 с.
22. Смирнов Э.А. Основы теории организации. М.: ЮНИТИ, 2000. 375 с.
23. Субботина Л.Ю. Психологические защиты. Ярославль: Академия развития: академия Холдинг, 2000. 112 с.
24. Тульчинский Г.Л. PR фирмы: технология и эффективность. СПб.: Алетейя, 2001. 294 с.
25. Ухтомский А. Доминанта. СПб.: Питер, 2002. 448 с.
26. Цветков Э. Тайные пружины человеческой психики. СПб.: Питер, 2002. 192 с.
27. Чумиков А.Н. Связи с общественностью. М.: Дело, 2001. 296 с.
28. Шейнов В.П. Скрытое управление человеком. М.: ООО «Издательство АСТ» Мн.: Харвест, 2002. 848 с.
29. Юнг К. Г. Проблемы души нашего времени. СПб.: Питер, 2002. 352 с.

Учебное издание

**Брюханцева Наталья Васильевна,
Гладущенко Юлия Валерьевна,
Кубарев Евгений Николаевич**

**Программы практик
по специальностям 350400
«Связи с общественностью»
и 350700 «Реклама»
в системе высшего образования**

Ответственный за выпуск: Домбраускайте Л.В.
Технический редактор: Хисамутдинова М.Ф.

Подписано в печать: 22.04.03

Тираж: 100 экз.

Печать: трафаретная

Бумага: офсетная

Сдано в печать: 28.04.03

Формат: 60×84/16

Уч. изд.. л. 1,03

Усл-печ. л. 1,75

Центр учебно-методической литературы ТГПУ
Отпечатано в типографии ТГПУ,
г. Томск, ул. Герцена, 49. Тел. (3822) 52-12-93