

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ВОЗДУШНОГО ТРАНСПОРТА
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО
ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ»**

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по УМРиК
_____ В.В. Криницин
_____ 2009 г.

**Рабочая программа производственной практики
«Производственная практика»**

Специальность: 030602 «Связи с общественностью»
Факультет менеджмента и общественных коммуникаций (ФМОК)
Кафедра связей с общественностью
Форма обучения – дневная (очная)
Курс: III
Продолжительность: 3 недели
Форма контроля: дифференцированный зачет – 6 семестр

Москва - 2009

Рабочая программа составлена в соответствии с Государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования и учебным планом по специальности 030602 подготовки специалиста по связям с общественностью.

Рабочую программу составила:

Пименова Жанна Викторовна, к.ф.н., доцент _____

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры СО, протокол № 11 от «23» июня 2008г.

Зав. кафедрой СО к.ф.н., доцент Пименова Ж.В. _____

Рабочая программа одобрена Методическим советом специальности 030602 протокол № 4 от «13» мая 2008г. _____

Председатель Методического совета специальности 030602

Пименова Ж.В., к.ф.н., доцент _____

Рабочая программа согласована с УМУ

Начальник УМУ – Логачев В.П., к.т.н., доцент _____

I. Цели и задачи производственной практики

1.1 Цели производственной практики:

- закрепить и углубить в ходе практической деятельности знания и навыки, полученные в процессе обучения по специальности «Связи с общественностью» в рамках общепрофессиональных и специальных дисциплин;
- приобрести опыт самостоятельной работы по избранной специальности.

1.2. Задачи практики:

- систематизация и расширение теоретических знаний для решения конкретных задач;
- развитие практических навыков профессиональной деятельности;
- овладение навыками организации и управления PR - подразделениями;
- участие в организации и проведении специальных мероприятий и PR – акций;
- развитие креативного потенциала, способности самостоятельно формировать цели, идеи и разрабатывать приемы PR – работы.

II. Требования к уровню освоения содержания производственной практики

В результате прохождения производственной практики студенты **должны**:

2.1. Иметь представление о:

- характере функционирования подразделений МГТУ ГА, осуществляющих рекламно - агитационную деятельность;
- механизме подачи информации на сайте МГТУ ГА, работе пресс – службы Университета;
- приемной комиссии Университета, осуществляющей работу по приему абитуриентов в МГТУ ГА;
- российских и PR – агентствах, реализующих связи с адресными целевыми аудиториями.

2.2. Знать:

- практические способы и методы работы PR – специалистов;
- основные технологические приемы и направления PR – работы в конкретной сфере;
- специфические особенности PR – акций в рамках выставочной деятельности;
- назначение и содержание функционирования PR – подразделений (PR – агентство, рекламное агентство, PR - отдел);
- должностные обязанности специалистов по СО;

- Положение о пресс- службе, должностной регламент руководителя пресс – службы;
- российские и зарубежные авиакомпании, реализующие информационную политику в рамках PR – деятельности по установлению связей с целевой общественностью;
- направленность антикризисных действий в сфере ГА.

2.3. Уметь:

- использовать полученные теоретические знания в практической деятельности;
- применять приемы профессиональной коммуникации;
- проводить рекламно – агитационную работу с посетителями стенда МГТУ ГА в рамках международной выставки «Образование и карьера»;
- проявлять организаторские способности в процессе проведения «Дня открытых дверей МГТУ ГА»;
- работать с информационными источниками и материалами;
- осуществлять квалифицированный анализ и обработку информационных материалов.

III. Объем практики и виды ее проведения

Виды занятий	Всего часов	семестр
Общая трудоемкость	108	6
Аудиторные занятия	4	6
Практические работы	100	6
Вид итогового контроля: дифференцированный зачет	4	6

IV. Содержание практики

Содержание производственной практики направлено на обеспечение непрерывности и последовательности овладения студентом профессиональной деятельностью в соответствии с требованиями к уровню подготовки выпускника.

4.1. Разделы практики

Прохождение практики предусматривает частичное участие студентов в проведении мероприятий МГТУ ГА в весеннем семестре (рекламно – агитационная работа в рамках выставочной деятельности на базе Отдела марке-

тинга и рекламы, День открытых дверей, помощь в проведении «Дня встречи выпускников МГТУ ГА»).

Сроки проведения практики устанавливаются в соответствии с учебным планом и годовым календарным учебным графиком.

Время проведения производственной практики – летний период, сроки – 3 недели.

4.2. Содержание разделов практики

В течении весеннего семестра, в объеме 4 часов, предусматривается проведение со студентами аудиторных занятий (собрания), в процессе которых разрабатываются индивидуальные задания совместно с руководителем практик от Университета (МГТУ ГА).

Руководитель практики от Университета:

- устанавливает (по согласованию с заведующей кафедрой СО) связь с руководителями практики от организаций;
- разрабатывает тематику индивидуальных заданий;
- информирует студентов о сроках и местах практики;
- принимает участие в распределении студентов по рабочим местам;
- осуществляет контроль за соблюдением сроков практики и ее содержанием;
- оценивает результаты выполнения практикантами заданий практики;
- контролирует сдачу студентами отчетов, дневников на кафедру СО и участвует в приеме дифференцированного зачета по согласованию с заведующей данной кафедры;
- сдает отчет о проделанной работе со студентами - практикантами.

Содержание производственной практики в зависимости от мест прохождения ее студентами предусматривает выполнение ими следующих заданий:

1. Соблюдение инструктажа по технике безопасности по месту прохождения практики студентами;
2. Знакомство со структурой организации (PR – отдел, пресс-служба, рекламное или PR – агентство, Департамент по СО, Отдел маркетинга и рекламы МГТУ ГА, пресс – центр или пресс - служба);
3. Изучение функций, должностных обязанностей сотрудников PR – подразделений;
4. Изучение целевой аудитории, на которую направлены рекламные и PR – технологии;
5. Ознакомление с организацией на основе существующих Положений, Устава, инструкций и т.д. (на примере Департамента по СО, пресс – службы МАШ «Шереметьево» и др.)
6. Составление пресс – релизов с учетом характера целевой аудитории;

7. Выработка навыков и умений при планировании и проведении рекламной и PR – кампании;
8. Выработка навыков и умений при реализации PR – технологий в разных сферах, в том числе сфере ГА;
9. Знакомство с характером выставочной деятельности в области ГА, предметом и задачами рекламно – агитационной работы (можно на примере МАКС, реализации выставочных технологий Отделом маркетинга и рекламы совместно с деканатом ФОИГ МГТУ ГА в направлении работы по международным связям);
10. Участие в работе по реализации мероприятий Университета во внутрикорпоративных связях с общественностью (в частности, сбор анкетных данных и регистрация прибывших выпускников на «Дне встречи выпускников МИИГА – МГТУ ГА»).
11. Участие в работе по реализации мероприятий Университета во внутрикорпоративных связях с общественностью;
12. Подготовка отчета студентами о планировании, участии и проведении PR – мероприятий.

V. Учебно – методическое обеспечение практики

5.1. Рекомендуемая литература:

1. Горкина М.Б., Мамонтов А.А., Манн И.Б. PR на 100 %: Как стать хорошим менеджером по PR. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005.
2. Горкина М.Б. Пять шагов от менеджера до PR – директора. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007.
3. Гундарин М.В. Книга руководителя отдела PR. – СПб.: Питер, 2006.
4. Данилина В.В., Луканина М.В., Минаева Л.В., Салиева Л.К. Связи с общественностью. Составление документов: Теория и практика. / Под ред. Л.В. Минаевой. – М.: Аспект – Пресс, 2006.
5. Кошелюк М. Эффективное PR – мышление: мастер- класс для начинающих и профессионалов. – М.: Альпина Бизнес, 2008.
6. Мамонтов А.А. Практический PR. Как стать хорошим PR – менеджером. – М.: Вершина, 2008.
7. Маслова В.М. Связи с общественностью в управлении персоналом. Уч. пос. / Под ред. проф. П.Э. Шлендера. – М.: Вузовский учебник, 2008.
8. Мейтленд Я. Рабочая книга PR – менеджера. – СПб.: Питер, 2005.
9. Петелин В.Г. Менеджер предприятия по рекламе и выставкам. Уч. пос. – М.: Изд-во «Ось - 89», 2001.
10. Основы выставочно – ярмарочной деятельности. Уч. пос. / Под ред. Л.Е. Стровского. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2005.
11. Толкачев А.Н. Организуя PR своего бизнеса. – М.: Эксмо, 2008.
12. Добробабенко Е.В., Добробабенко Н.С. Выставка «под ключ». Готовые маркетинговые решения. – Спб.: Питер, 2007.

13. Карпушин Д., Чикарова С. Пресс- релиз: правила составления. – СПб.: Питер, 2007.
14. Ворошилов В.В. Современная пресс – служба. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2005.
15. Кочеткова А.В. Современная пресс – служба (настольная книга специалиста). – М.: Эксмо, 2009.

VI. Организация и места проведения практики

6.1. Организация практики

Организация практики осуществляется как Университетом (кафедрой СО, отделом практики), так и самостоятельно студентом (в последнем случае по согласованию с руководителем практики от Университета, заведующей кафедрой СО).

Студенты могут проходить практику группами, состоящими из нескольких человек или индивидуально.

Выбор предприятий – объектов практики, назначение руководителей, распределение студентов по местам практики, а также учебно – методическое руководство практикой осуществляет выпускающая кафедра (кафедра СО).

Свои пожелания или свои предложения о месте прохождения практики студенты должны представлять на кафедру СО не позднее, чем за 2 месяца до ее начала.

Разрешается прохождение отдельными студентами практики по месту жительства. В каждом случае необходимо письмо от руководителя предприятия (организации, фирмы) с гарантиями обеспечения мест прохождения практики в соответствии с утвержденной программой.

Договора с предприятиями, где проводится практика в летний период, заключаются в установленном порядке Учебно – методическим управлением (УМУ) Университета (МГТУ ГА) не позже, чем за месяц до начала практики.

Перед началом проведения производственной практики в летний период не позже, чем за 2 недели издается приказ о проведении данной практики, в котором устанавливаются места практики и назначаются руководители практики из числа преподавателей кафедры СО.

Индивидуальное задание по производственной практике составляется руководителем практики и утверждается заведующей выпускающей кафедрой (СО).

Студент при прохождении практики обязан:

- выполнять задание, предусмотренное программой практики;
- подчиняться действующим на предприятии (учреждении, организации, фирмы) правилам внутреннего распорядка;
- изучить и строго соблюдать правила охраны труда, техники безопасности.

Перед направлением на практику (летний период) руководитель практики от Университета (выпускающей кафедры СО) проводит со студентами организационное собрание, на котором разъясняются задачи практики, организация и порядок ее прохождения.

По итогам практики студент обязан представить к защите отзыв руководителя практики от организации по установленной форме объемом до 5 страниц (формат А - 4) о результатах своей работы. К отчету прилагается дневник практики, в котором должны быть зафиксированы ежедневные данные о проделанной в течение дня работе, заверенные подписью руководителя практики от предприятия.

Зачет по производственной практике принимается при обязательном представлении студентом:

- отчета по практике;
- отзыва руководителя практики от предприятия.

Отзыв должен быть оформлен на фирменном бланке предприятия (или скреплен печатью) и содержать краткую характеристику деятельности студента на предприятии и оценку знаний и умений, которые проявил студент.

Во время зачета студент защищает отчет по практике.

В отчете отражаются (соответственно разделы отчета):

I. Введение:

- цель, место и время прохождения практики;
- краткое изложение содержания и выполнения программы и индивидуального задания;
- последовательность прохождения практики, перечень работ, выполненных в ходе практики.

II. Основная часть:

- описание практических задач, решаемых студентом за время прохождения производственной практики;
- анализ наиболее сложных и характерных случаев, изученных студентом;
- указания на затруднения, которые возникли при прохождении практики.

III. Выводы:

- описание навыков, приобретенных за время практики;
- какую практическую помощь во время практики студента оказало ему предприятие, на базе которого эта практика осуществлялась.

Возможна поэтапная фиксация отчета по практике:

- а) за период прохождения практики в весеннем семестре;
- б) за период прохождения практики в летний период (3 недели).

В целом данный отчет сдается на кафедру СО, руководителю практики в течении первой недели занятий нового учебного года. Отчет по мере надобности может иллюстрироваться рисунками, схемами, фотографиями.

Студент, имеющий положительную характеристику с места практики и успешно защитивший отчет, получает позитивную оценку (дифференцированный зачет) по практике.

Итоги практики (ее защита, оценка) подводятся на кафедре (СО) в установленный ею день в течении первых 2 – ух недель нового учебного года.

Итоги аттестации студентов проставляются в экзаменационной ведомости и зачетной книжке студента.

Студент, не выполнивший программу производственной практики и получивший отрицательный отзыв о работе, повторно направляется на практику в период каникул, либо может быть отчислен из Университета как имеющий академическую задолженность.

6.2. Предполагаемые места проведения производственной практики:

Департамент по общественным связям а/к «Аэрофлот - РА», «МАШ» («Шереметьево»), пресс- службы российских а/ компаний, Школа эффективного управления «Восток - Запад», отделы по СО, PR – агентства, рекламные агентства, приемная комиссия, Отдел маркетинга и рекламы, кафедра СО МГТУ ГА и др.

VII. Материально техническое обеспечение производственной практики

Студенты при прохождении производственной практики могут пользоваться услугами Учебного Медиа – центра, компьютерными классами, библиотеки Университета, учебно – методическими материалами.