

**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
«Преддипломная практика»**

Специальность: 030602 «Связи с общественностью»
Факультет менеджмента и общественных коммуникаций (ФМОК)
Кафедра связей с общественностью
Форма обучения – дневная (очная)
Курс: V
Продолжительность: 9 недель
Форма контроля: дифференцированный зачет – 10 семестр

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 преддипломной практики

1.1. Цель преддипломной практики:

Преддипломная практика студентов выпускного курса является первым этапом дипломного проектирования, в ходе которого происходит процесс сбора необходимого материала для успешного выполнения выпускной квалификационной работы (ВКР). Цель преддипломной практики состоит в формировании и закреплении умений и навыков применения теоретических знаний, полученных в процессе обучения для решения практических и прикладных задач. Основным результатом преддипломной практики должны стать систематизация и обобщение материалов, необходимых для написания, и в последствии, защиты ВКР.

1.2. Задачи преддипломной практики:

- изучение структуры, функций и задач организаций (подразделения) по СО (PR - подразделения);
- участие (или самостоятельная организация) в организации и проведении конкретного PR - мероприятия;
- подготовка описания конкретного PR - мероприятия (PR - объекта), анализ достоинств и недостатков его организации и проведения;
- формулировка рекомендаций, предложений для более совершенного и эффективного проведения PR - действий;
- сбор теоретического и эмпирического материала, необходимого для написания ВКР.

II. Требования к уровню освоения содержания преддипломной практики

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

2.1. Знать:

- специфику работы конкретного подразделения по связям с общественностью;
- технологию подготовки и проведения PR – мероприятия в конкретной сфере;
- методику сбора и обработки материала, необходимого для подготовки ВКР.

2.2. Уметь:

- использовать накопленные теоретические знания при реализации конкретных PR - проектов;

- формулировать и обосновывать предложения по оптимизации и повышению эффективности PR – приемов с целью решения поставленных PR - задач;
- организовывать деловую коммуникацию с адресной целевой общественностью;
- планировать и осуществлять рекламные, информационные и PR - кампании;
- выстраивать PR – коммуникации.

III. Содержание преддипломной практики

3.1. Разделы практики

№ п\п	Разделы практики	Часы (недели)
1	Сбор и анализ данных о функционировании объекта, реализующего PR – деятельность	3 недели
2	Систематизация и анализ теоретических разработок по теме выпускной квалификационной работы (ВКР)	3 недели
3	Уточнение задания на дипломное проектирование	1 неделя
4	Сбор дополнительной информации для выполнения ВКР	2 недели

3.2. Содержание разделов практики

3.2.1. Сбор и анализ данных о функционировании объекта, реализующего PR - деятельность

Данный раздел предполагает углубленное знакомство с PR – профессией, с организацией, осуществляющей PR – деятельность и направлен на анализ конкретных PR – задач, способов их решений и оценку ожидаемых результатов. Данный раздел также нацеливает студентов (в зависимости от тематики ВКР) на использование различных методов анализа информации в сфере

профессиональной деятельности, закрепление навыков работы со СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми и PR – агентствами.

Объект, предмет и глубина анализа определяются спецификой темы ВКР. Сбор данных также зависит от названия, содержания ВКР.

3.2.2. Систематизация и анализ теоретических разработок по теме ВКР

На данном этапе студент **должен**:

- проявить способности в формировании системных представлений о реальных PR – структурах;
- проанализировать состояние проблемы (характеристика объекта, предмета исследования, статистических данных и другой информации);
- изучить методическую, учебную литературу по теме ВКР, провести содержательный анализ публикаций по выбранной теме;
- дать первоначальный вариант теоретического обоснования решения проблемы (обработка и систематизация данных, выбор и обоснование методов и технологий решения поставленных задач).

3.2.3. Уточнение задания на дипломное проектирование

По результатам предыдущих этапов уточняется план дипломной работы, направленность и специфика темы ВКР.

3.2.4. Сбор дополнительной информации для выполнения ВКР

На данном этапе должно быть проведено дополнительное исследование и сбор информации по проблематике ВКР.

Полнота и степень детализации задач преддипломной практики, следование разделам содержания этой практики регламентируется в индивидуальном задании студента применительно к особенностям и возможностям конкретного места практики, а также с учетом интересов будущего трудоустройства студентов.

IV. Учебно – методическое обеспечение практики

4.1. Рекомендуемая литература:

1. Алиева Л.И. Рекламная кампания своими силами. Готовые маркетинговые решения. – СПб.: Питер, 2008.
2. Гундарин М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа – рилейшнз. Уч. пос. – М.: ФОРУМ : ИНФРА – М, 2007.
3. Игнатъев Д., Бекетов А. Настольная энциклопедия PR. – М.: Альпина Паблишер, 2002.
4. Ильин А.С. Теория и практика СО. Курс лекций. – М.: КНОРУС, 2009.
5. Касьянов Ю.В. PR – кампания своими силами. Готовые маркетинговые

- решения. - СПб.: Питер, 2008.
6. Медиапланирование своими силами. Готовые маркетинговые решения. – СПб.: Питер, 2007.
 7. Кондратьев Э.В. Связи с общественностью. Уч. пос. – М.: Академический Проект, 2007.
 8. Кондратьев Э.В. Связи с общественностью. Практикум. – М.: Академический проект, 2008.
 9. Лидовская О.П. Оценка эффективности маркетинга и рекламы. Готовые маркетинговые решения. – СПб.: Питер, 2008.
 10. Мандель Б.Р. PR: методы работы со СМИ. Уч. пос. – М.: Вузовский учебник, 2009.
 11. Музыкант В.Л. Формирование бренда средствами PR и рекламы. Уч. пос. – М.: Экономистъ, 2006.
 12. Пименова Ж.В. Связи с общественностью: методические указания по выполнению выпускной квалификационной работы. – М.: МГТУ ГА, 2006.
 13. PR сегодня: новые подходы, исследования, международная практика. – М.: «Имидж - контакт», 2002.
 14. Самые успешные PR – кампании в мировой практике. – М.: «ИМИДЖ - Контакт», 2002.
 15. Шарков Ф.И. Интегрированные бренд – коммуникации . – М.: «РИП - Холдинг», 2004.
 16. Шарков Ф.И. Интегрированные PR – коммуникации . – М.: «РИП – Холдинг», 2004.
 17. Шарков Ф.И., Родионов А.А. Реклама и связи с общественностью: коммуникативная и интегративная сущность кампаний. – М.: Академический Проект, 2007.
 18. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Связи с общественностью: теория и практика. Уч.пос. – М.: Дело, 2006.
 19. Аш У., Кэмерон Г. Самое главное в PR. – СПб.: Питер, 2004.
 20. Катлип С., Сентер А. Паблик рилейшнз. Теория и практика. – М.: Издатель. дом «Вильямс», 2005.
 21. Фрейзер П. Сайтэл. Современные паблик рилейшнз. – М.: «ИМИДЖ – Контакт», 2002.

V. Организация и места проведения преддипломной практики

5.1. 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, заключаются в установленном порядке Учебно – методическим управлением (УМУ) Университета (МГТУ ГА) не позже, чем за месяц до начала практики.

Перед началом проведения преддипломной практики 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.

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

Индивидуальное задание по преддипломной практике составляется студентом при согласовании с руководителем практики от Университета.

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.

Преддипломная практика проходит в течение 9 недель (согласно календарному графику учебного процесса) после зимних каникул в весеннем (10) семестре.

Зачет по преддипломной практике проводится в установленный кафедрой СО день (весенний семестр) руководителем практики от выпускающей кафедры СО.

Зачет по данной практике принимается при обязательном представлении студентом:

- письменного отчета по практике;
- отзыва руководителя практики с места ее прохождения о проделанной студентом работе, ее результатах и оценке.

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.

Руководитель практики от университета (выпускающей кафедры СО): разрабатывает тематику индивидуальных заданий, контролирует сдачу студентами отчетов, отзывов на кафедру СО, принимает дифференцированный зачет по согласованию с заведующей каф. СО, сдает отчет о проделанной работе со студентами – дипломниками.

5.2. Предполагаемые места проведения преддипломной практики:

Кафедры СО, менеджмента, Отдел маркетинга и рекламы, ИВЦ Университета, внешние PR – подразделения, PR – агентства, рекламные агентства, PR – отделы а/компаний и др.

VI. Материально - техническое обеспечение преддипломной практики

Студенты - дипломники могут пользоваться услугами Учебного Медиа – центра, библиотеки, учебно – методическими материалами кафедр МГТУ ГА.