



ДОНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
УПРАВЛЕНИЕ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ И ПОВЫШЕНИЯ
КВАЛИФИКАЦИИ

Кафедра «Связи с общественностью»

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

к прохождению преддипломной
практики

Автор
Левицкий С. С.

Ростов-на-Дону, 2014





Аннотация

Методические указания предназначены для студентов специальности 030602 очной формы обучения.

Автор



Старший преподаватель
Левицкий С.С.





Оглавление

Общие положения	4
Требования к оформлению и планированию практики	7
Задание для студентов на период прохождения преддипломной практики.....	10
Контрольные вопросы к защите отчета по практике.....	11
Литература, интернет-источники	12
<u>Пример отчета о прохождении преддипломной практики</u>	



ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Специфика подготовки по специальности 030602 Связи с общественностью предполагает владение обширными знаниями и практическим опытом в области организации деловых коммуникаций, работы отделов по связям с общественностью, пресс-служб коммерческих фирм, органов государственного управления, политических партий и движений, работы информационно-рекламных агентств, в сфере средств массовой информации. Исходя из этого, строится программа преддипломной практики.

Преддипломная практика является обязательным компонентом учебного плана специальности 030602 Связи с общественностью. Она направлена на закрепление теоретических знаний, полученных студентами из изучения общепрофессиональных и специальных дисциплин, а также приобретение практических навыков разработки, планирования и программирования коммуникационной деятельности, применения PR-технологий, средств и инструментов связей с общественностью в деятельности субъекта PR, оценка их эффективности и сбор данных для написания выпускной квалификационной работы.

К целям преддипломной практики относятся:

- приобретение практических навыков самостоятельной работы в основных структурно-функциональных подразделениях предприятий;
- подготовка практической части выпускной квалификационной работы на основе комплексного анализа информационно-коммуникационной деятельности предприятия или организации.

Основные задачи практики:

- осуществить анализ деятельности конкретной организации по следующим направлениям: история возникновения, основные этапы развития, цели, задачи, миссия, видение организации, виды деятельности, положение на рынке или в отрасли, анализ конкурентной среды, SWOT-анализ и STEP-анализ;
- выявить целевые группы общественности, дать их характеристику.
- охарактеризовать структуру организации: анализ схемы организационной структуры компании и функций отделов, служб



Преддипломная практика

и сотрудников организации; анализ структуры отдела по связям с общественностью, рекламе (или другого структурного подразделения, выполняющего данные функции) в рамках общей структуры организации, анализ функций и обязанностей топ-менеджеров, менеджеров по связям с общественностью, маркетингу и рекламе, пресс-секретарей, на примере конкретной организации.

- описать и проанализировать основные направления, содержания и форм информационно-коммуникационной работы с внешней и внутренней общественностью в данной организации.

- проанализировать особенностей процесса управления коммуникациями в данной организации.

- разработать предложения по улучшению информационно-коммуникационной деятельности данной организации на примере конкретных мероприятий и целостной коммуникационной политики.

Преддипломная практика организовывается на основе договоров с предприятиями. Договоры заключаются за три месяца до начала преддипломной практики. Не менее чем за месяц до начала практики издается приказ по университету, по которому студенты направляются на предприятия и в организации, с которыми заключены договоры. В соответствии с этим же приказом утверждаются руководители практики.

Изменение места прохождения практики после издания приказа допускается в исключительных случаях по решению заведующего кафедрой с оформлением соответствующего изменения приказом.

Общее руководство подготовкой, организацией и проведением преддипломной практикой осуществляет заведующий кафедрой «Связи с общественностью». Методическое руководство и контроль за прохождением практики студентами от кафедры «Связи с общественностью» осуществляют назначенные руководители, а от базы практики – специалисты, закрепленные в качестве руководителя организации.

В обязанности студента входит:

- изучить и строго соблюдать правила охраны труда, техники безопасности, корпоративного регламента и производственной санитарии;

- подчиняться действующим в организации правилам внутреннего распорядка, соблюдать нормы делового этикета и служебной этики;



Преддипломная практика

- выполнять практические задания, предусмотренные руководителем практики,
- выполнять задания, предусмотренные программой практики;
- вести дневник практики;
- собрать практический материал для написания отчета по практике;
- получить отзыв у руководителя практики в организации.

Ликвидация академически задолженностей за семестр не освобождает студента от установленного регламента организации и прохождения практики.

Условно вся работа студента делится на следующие части: учебно-консультационную, организационную и научно-исследовательскую.

В рамках учебно-консультационной части студент осуществляет знакомство с организацией, условиями работы, направления деятельности, организационной структурой, текущей документацией организации, необходимой для написания отчета.

В рамках организационной части практикант принимает участие в разработке и проведении коммуникационной политики организации.

В рамках научно-исследовательской части студент может провести исследование, соответствующее теме дипломной работы и согласованное с руководителем.

Для профессионального выполнения этих элементов работы студент должен выполнить ряд заданий по индивидуальному плану, согласованному с руководителями.

Результаты проведенной работы должны быть отражены в отчете по практике.



ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ И ПЛАНИРОВАНИЮ ПРАКТИКИ

Каждый студент составляет индивидуальный план проведения преддипломной практики. План согласуется с руководителем от кафедры и от базы. При этом календарная сетка составляется на весь период практики, а содержание работы может уточняться по ходу ее прохождения.

Индивидуальный план

Дни / даты	Содержание работы	Отметка руководителя от кафедры

В столбце «Содержание работы» указываются все виды заданий, которые студент обязан выполнить и документально оформить их результаты.

В течение всего периода преддипломной практики обучающийся заполняет «Дневник практики». В него вносятся краткие записи по поводу работы в соответствии с календарным графиком практики.

Дневник практики

Дата выполнения работы	Рабочее место	Краткое содержание мероприятий	Отметка руководителя от базы

По окончании практики обучающийся готовит отчет о прохождении преддипломной практики.

Отчет о прохождении практики должен содержать следующие разделы:

- анализ деятельности организации по следующим направлениям: история возникновения, основные этапы развития, цели, задачи, миссия, видение организации, виды деятельности, положение на рынке или в отрасли, анализ конкурентной среды, SWOT-анализ и STEP-анализ,
- целевые группы общественности, их характеристика,
- характеристика структуры организации: анализ схемы организационной структуры компании и функций отделов, служб и сотрудников организации,
- анализ структуры отдела по связям с общественностью, рекламе (или другого структурного подразделения,



Преддипломная практика

выполняющего данные функции) в рамках общей структуры организации,

- анализ функций и обязанностей топ-менеджеров, менеджеров по связям с общественностью, маркетингу и рекламе, пресс-секретарей, на примере конкретной организации,

- анализ проведения социологических, маркетинговых и медиаисследований,

- описание и анализ основных направлений, содержания и форм информационно-коммуникационной работы с внешней и внутренней общественностью в данной организации,

- анализ особенностей процесса управления коммуникациями в организации,

- разработка предложений по улучшению информационно-коммуникационной деятельности организации на примере конкретных мероприятий и целостной коммуникационной политики.

На титульном листе отчета по практике указывается специальность, номер группы, фамилия, имя и отчество студента. На второй странице должно быть представлено содержание, в котором формулируются названия частей или глав работы и параграфы с указанием страниц. Введение, заключение, список литературы и приложение (если они предусмотрены) в содержании не нумеруются. Главы и параграфы нумеруются. Все материалы, автором которых является студент, оформляются в приложении. Отчет должен быть написан грамотно, четко, разборчиво (предпочтительно отпечатана на компьютере или пишущей машинке), с выделением абзацев, страницы пронумерованы внизу по центру. Ширина левого поля – 3 см, остальные по два сантиметра. В конце работы нужно указать список литературы (в алфавитном порядке), в том числе и электронной, использованной студентом для написания отчета, при этом следует использовать преимущественно литературу последних лет издания, не менее трех наименований. Минимальный объем отчета по практике – 14 страниц. Необходимо использовать Times New Roman, 14 шрифт (кегель), полуторный интервал (интервал перед и после 0 пт), равнение по ширине.

После завершения практики дневник вместе с отчетом просматривается руководителем, на основе чего составляется отзыв, который затем подписывается и заверяется печатью организации или структурного подразделения.

Итоговые документы, представляемые на защиту:

- отчет о прохождении преддипломной практики,



Преддипломная практика

- материалы, автором которых является практикант (если есть),
- благодарственные письма (если есть),
- индивидуальный план,
- дневник преддипломной практики,
- отзыв руководителя практики от организации.

Если документы не соответствуют изложенным выше требованиям, то они не засчитываются. Обучающийся обязан переработать их полностью или отдельные разделы в соответствии с полученными замечаниями. Сроки представление отчета при этом не изменяются.



ЗАДАНИЕ ДЛЯ СТУДЕНТОВ НА ПЕРИОД ПРОХОЖДЕНИЯ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

1. Осуществить анализ деятельности конкретной организации по следующим направлениям: история возникновения, основные этапы развития, цели, задачи, миссия, видение организации, виды деятельности, положение на рынке или в отрасли, анализ конкурентной среды, SWOT-анализ и STEP-анализ.
 2. Охарактеризовать целевые группы.
 3. Дать характеристику структуры данной организации.
 4. Проанализировать основные направления деятельности отдела по связям с общественностью (или отдела, выполняющего данные функции).
 5. Проанализировать обязанности специалиста по связям с общественностью (или специалиста, выполняющего данные функции).
 6. Провести анализ процесса управления коммуникациями.
 7. Описать и проанализировать основные направления информационно-коммуникационной работы.
 8. Описать и проанализировать основные формы информационно-коммуникационной работы.
- Разработать предложения по улучшению информационно-коммуникационной деятельности данной организации на примере конкретных мероприятий и целостной коммуникационной политики.



КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ К ЗАЩИТЕ ОТЧЕТА ПО ПРАКТИКЕ

1. Дайте общую характеристику предприятия или организации, основные направления деятельности, положение на рынке.
2. Назовите основные классификации структур организаций.
3. Назовите целевые группы и основные формы информирования целевых групп в коммерческой структуре.
4. Назовите целевые группы и основные формы информирования целевых групп в государственном органе.
5. Назовите целевые группы и основные формы информирования целевых групп в средствах массовой информации.
6. Назовите основные направления деятельности отдела по связям с общественностью (или отдела, выполняющего данные функции) в коммерческой структуре.
7. Назовите основные направления деятельности отдела по связям с общественностью (или отдела, выполняющего данные функции) в государственном органе.
8. Назовите основные направления деятельности отдела по связям с общественностью (или отдела, выполняющего данные функции) в средствах массовой информации.
9. Назовите обязанности специалиста по связям с общественностью (или специалиста, выполняющего данные функции) в коммерческой структуре.
10. Назовите обязанности специалиста по связям с общественностью (или специалиста, выполняющего данные функции) в государственном органе.
11. Назовите обязанности специалиста по связям с общественностью (или специалиста, выполняющего данные функции) в средствах массовой информации.



ЛИТЕРАТУРА, ИНТЕРНЕТ-ИСТОЧНИКИ

№	Автор	Название	Изда- тельств о	Год изда- ния	Кол-во в биб- лиотеке	Ссылка на электронный ресурс	Режим доступа
9.1 Основная литература							
9.1.1	Вылег- жанин Д.А.	Теория и практика паблик рилейшнз: учеб. посо- бие-2-е изд., испр.	М.: Флинта: Изд-во МПСИ	2008	25		
9.1.2	Ильин А.С.	Теория и практика связей с обществен- ностью	М.: КНОРУС	2009	11		
9.1.3	Криво- носов А.Д.	Основы теории связей с обществен- ностью	СПб.: Питер	2010	2		
9.1.4	Назар- чук А.В.	Теория коммуника- ции в со- временной философии: учебник	М.: Про- гресс- Тради- ция	2009		http://www.biblio-club.ru/book/97878/	С любой точ- ки доступа для автори- зованного пользователя
9.1.5	Роман- цов А.Н.	Event- маркетинг: сущность и особенно- сти органи- зации	М.: Дашков и К	2010	5		
9.1.7	Улья- новский А.	Маркетин- говые ком- муникации: 28 инстру- ментов мил- лениума с учетом новейших тенденций, диктуемых современ- ным рынком	М.: Эксмо	2008	15		
9.1.8	Шарков Ф.И.	Интегриро- ванные PR- коммуника- ции	М.: ИТК «Даш- ков и К»	2011	12		



Преддипломная практика

№	Автор	Название	Изда- тельств о	Год изда- ния	Кол-во в биб- лиотеке	Ссылка на электронный ресурс	Режим доступа
9.2. Дополнительная литература							
9.2.1	Алешина И.В	Паблик рилейшнз для менеджеров.	М.: ЭКМОС	2001	70		
9.2.2	Богданов Е.Н., Зазыкин В.Г.	Психологические основы «Паблик Рилейшнз»	СПб.: Питер	2004	15		
9.2.3	Демин Ю.М.	Бизнес PR	М.: Бера-тор-Пресс	2003	7		
9.2.4	Кондратьев Э.В., Абрамов Р.Н.	Связи с общественностью	М.: Академический проект	2005	5		
9.2.5	Емельянов С.М.	Теория и практика связей с общественностью.	СПб: Питер	2005	20		
9.2.6	Королько В.А.	Основы паблик рилейшнз.	М: Рефл-бук	2000	16		
9.2.7	Луман Н.	Медиа коммуникации	Логос	2005			
9.2.8	Мокшанцев Р. И.	Психология рекламы	Инфра - М	2002			
9.2.9	Пашенцев Е.Н.	Паблик рилейшнз от политики до бизнеса.	М.: Фин-пресс	2000	6		
9.2.10	Почепцов Г.Г..	Паблик рилейшнз для профессионалов	Киев: Рефл-бук; Ваклер	2001	3		
9.2.11	Федько В. П.	Маркетинг	Ростов-н/Д: Феникс	2002	3		



Преддипломная практика

№	Автор	Название	Издательство	Год издания	Кол-во в библиотеке	Ссылка на электронный ресурс	Режим доступа
9.2.12	Филипп Д.	PR в Интернете	М.: ФАИР-ПРЕСС	2004	2		
9.2.13	Чумиков А.Н.	Связи с общественностью.	М.: Дело	2006	1		
9.3. Периодические издания							
9.3.1	журнал	PR в России					
9.3.2	журнал	Лаборатория рекламы					
9.3.3	журнал	Рекламные Идеи					
9.3.4	журнал	Рекламные технологии					
9.3.5	журнал	Пресс-служба					
9.3.6	журнал	Советник					
9.4. Интернет-ресурсы							
9.4.1	Информационный портал	sovetnik.ru					Свободный доступ
9.4.2	Информационный портал	mediaguide.ru					Свободный доступ
9.4.3	Информационный портал	pr-files.ru					Свободный доступ
9.4.4	Информационный портал	marketing.webstandart.net					Свободный доступ
9.4.5	Информационный портал	advi.ru					Свободный доступ
9.4.6	Информационный портал	media-online.ru					Свободный доступ



Преддипломная практика

№	Автор	Название	Изда- тельств о	Год изда- ния	Кол-во в биб- лиотеке	Ссылка на электронный ресурс	Режим доступа
9.4.7	Информационный портал	pronline.ru					Свободный доступ
9.4.8	Информационный портал	sostav.ru					Свободный доступ
9.4.9	Информационный портал	rwr.ru					Свободный доступ
9.4.10	Информационный портал	adlife.spb.ru					Свободный доступ
9.4.11	Информационный портал	cozza.ru					Свободный доступ
9.4.12	Информационный портал	propel.ru					Свободный доступ
9.4.13	Информационный портал	nikkolom.ru					Свободный доступ
9.4.14	Информационный портал	popsop.ru					Свободный доступ
9.4.15	Информационный портал	eventum-premo.ru					Свободный доступ
9.4.16	Информационный портал	raso.ru					Свободный доступ
9.4.17	Информационный портал	advertology.ru					Свободный доступ