



ДОНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
УПРАВЛЕНИЕ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ И ПОВЫШЕНИЯ
КВАЛИФИКАЦИИ

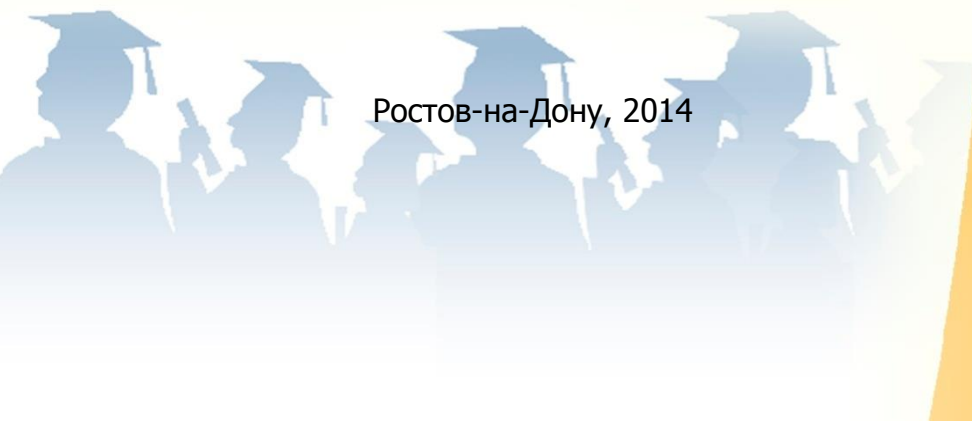
Кафедра «Связи с общественностью»

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), выравнивание 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- новов 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 мене- джеров. | М.: ЭКМОС | 2001 | 70 | | |
| 9.2.2 | Богданов Е.Н., Зазыкин В.Г. | Психологи- ческие ос- новы «Паб- лик 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 обществен- ностью | М.: Акаде- миче- ский проект | 2005 | 5 | | |
| 9.2.5 | Емельянов С.М. | Теория и практика связей с обществен- ностью. | СПб: Питер | 2005 | 20 | | |
| 9.2.6 | Королько В.А. | Основы паблик рилейшнз. | М: Рефл- бук | 2000 | 16 | | |
| 9.2.7 | Луман Н. | Медиа ком- муникации | 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 про- фессиона- лов | Киев: Рефл- бук: Ваклер | 2001 | 3 | | |
| 9.2.11 | Федько В. П. | Маркетинг | Ростов- н/Д: Феникс | 2002 | 3 | | |



Преддипломная практика

| № | Автор | Название | Изда- тельств о | Год изда- ния | Кол-во в биб- лиотеке | Ссылка на электронный ресурс | Режим доступа |
|----------------------------|------------------------------------|-------------------------------------|-----------------------|---------------------|-----------------------------|------------------------------------|---------------------|
| 9.2.12 | Филипс Д. | PR в Интер- нете | М.: ФАИР- ПРЕСС | 2004 | 2 | | |
| 9.2.13 | Чумиков А.Н. | Связи с обществен- ностью. | М.: Дело | 2006 | 1 | | |
| 9.3. Периодические издания | | | | | | | |
| 9.3.1 | журнал | PR в России | | | | | |
| 9.3.2 | журнал | Лаборато- рия рекла- мы | | | | | |
| 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 | Инфор- маци- онный портал | sovetnik.ru | | | | | Свободный доступ |
| 9.4.2 | Инфор- маци- онный портал | me- diaguide.ru | | | | | Свободный доступ |
| 9.4.3 | Инфор- маци- онный портал | pr-files.ru | | | | | Свободный доступ |
| 9.4.4 | Инфор- маци- онный портал | market- ing.web- standart.net | | | | | Свободный доступ |
| 9.4.5 | Инфор- маци- онный портал | advi.ru | | | | | Свободный доступ |
| 9.4.6 | Инфор- маци- онный 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 | cossa.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 |