

Учреждение образования

«Брестский государственный университет имени А.С.Пушкина»

УЧЕБНЫЕ И ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ ПРАКТИКИ

Методические рекомендации
для студентов 1–4 курсов филологического факультета
специальностей 6-05-0321-02 «Информация и коммуникация»
1-23 01 07 «Информация и коммуникация»

Брест, 2025

УДК 378.147(075.8)
ББК 74.480.276.4я73
К51
С42

*Рекомендовано редакционно-издательским советом учреждения образования
«Брестский государственный университет имени А.С.Пушкина»*

Авторы-составители:
С.С.Клундук, Л.В.Скибицкая

Рецензенты:
заведующий кафедрой английской филологии УО «Брестский государственный университет имени А.С.Пушкина», кандидат филологических наук, доцент
Е.Г.Сальникова

доцент кафедры белорусского и русского языкознания УО «Брестский государственный университет имени А.С.Пушкина»,
кандидат филологических наук, доцент
Л.А.Годуйко

Клундук, С.С., Скибицкая, Л.В.

Учебные и производственные практики : метод. реком. для студ. фил. фак. / автор-сост. С.С.Клундук, Л.В.Скибицкая; Брестск. гос. ун-т имени А.С.Пушкина, каф. белор. и русс. литературоведения и журналистики. – Брест : Изд-во БрГУ, 2025.

В методических рекомендациях раскрываются цели, задачи, содержание и методика организации учебных и производственных практик студентов 1–4 курсов специальностей 6-05-0321-02 «Информация и коммуникация», 1-23 01 07 «Информация и коммуникация» филологического факультета.

Адресуется преподавателям и студентам специальностей 6-05-0321-02 «Информация и коммуникация», 1-23 01 07 «Информация и коммуникация».

Разработано в формате pdf.

УДК 378.147(075.8)
ББК 74.480.276.4я73

Текстовое учебное электронное издание
Системные требования: тип браузера и версия любые; скорость подключения к информационно-телекоммуникационным сетям любая; дополнительные надстройки к браузеру не требуются.

© УО «Брестский государственный университет имени А.С.Пушкина», 2025

[К содержанию](#)

СОДЕРЖАНИЕ

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА	4
ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ. ВИДЫ ПРАКТИК	5
ОРГАНИЗАЦИЯ ПРАКТИК	7
Руководство практикой	7
Обязанности руководителей практики	9
Обязанности и права практиканта	11
Требования к содержанию и оформлению отчета практики	133
Подведение итогов практики.....	166
Критерии оценки практики.....	177
СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИК	2020
УЧЕБНЫЕ ПРАКТИКИ	20
Учебная ознакомительная практика	200
Учебная информационная практика	266
ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ ПРАКТИКИ	333
Информационно-коммуникационная практика.....	333
СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	4040
ПРИЛОЖЕНИЯ	455
Приложение 1. Образец оформления титульного листа отчета	455
Приложение 2. Образец оформления титульного листа дневника.....	466
Приложение 3. Образец оформления дневника.....	477
Приложение 4. Примерный список базовых организаций для прохождения практик.....	488

[К содержанию](#)

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Данное издание представляет собой электронные учебно-методические рекомендации по организации практик на специальностях 6-05-0321-02 «Информация и коммуникация», 1-23 01 07 «Информация и коммуникация» дневной формы получения высшего образования.

Электронные учебно-методические рекомендации по организации практик составлены в соответствии с требованиями образовательного стандарта высшего образования и учебных программ «Учебная ознакомительная практика», «Учебная информационная практика», «Производственная информационно-коммуникационная практика» по специальности 6-05-0321-02 «Информация и коммуникация» и специальности 1-23 01 07 «Информация и коммуникация».

Цель издания – методическое обеспечение организации и проведения учебных и производственных практик, ориентированных на формирование у студентов системного представления о содержании и условиях их будущей профессиональной деятельности, умений, навыков и компетенций, связанных с эффективным использованием системы знаний об информационно-коммуникационной деятельности, а также формирования гражданственности, патриотизма и национального самосознания обучающихся на основе государственной идеологии, бережного отношения к культурным и духовным традициям белорусского народа.

Данные методические рекомендации включают общие положения, организационные основы практик, требования к студентам-практикантам, примерную программу деятельности студентов (по курсам) с определением конкретных задач, перечень отчетной документации, а также список рекомендуемой литературы. В издании имеются приложения, в которых представлены образцы оформления титульного листа практики, дневника практики и др. В последующем данные рекомендации будут уточняться в связи с изменениями в учебных планах.

Предлагаемое издание может быть использовано преподавателями и студентами специальности 6-05-0321-02 «Информация и коммуникация» и специальности 1-23 01 07 «Информация и коммуникация».

Электронные учебно-методические рекомендации по организации практик созданы в формате PDF, состоят из ряда блоков, связанных между собой. Для использования издания достаточно иметь компьютер с базовыми настройками операционной системы.

[К содержанию](#)

ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ. ВИДЫ ПРАКТИК

Практика студентов специальности «Информация и коммуникация» – важнейшая часть подготовки будущих специалистов по информации и коммуникации. Она проводится в соответствии с «Положением о производственной практике студентов высших учебных заведений Республики Беларусь». Практика представляет собой планомерную и целенаправленную деятельность студентов по освоению избранной специальности, углубленному закреплению теоретических знаний, приобретению профессиональных и творческих навыков.

Практика является составной частью учебного плана, профессиональные дисциплины которого складываются из двух циклов – теоретического и прикладного.

Студенты специальности «Информация и коммуникация» проходят практику в печатных и аудиовизуальных средствах массовой информации, интернет-изданиях, рекламных, информационных и PR-агентствах, пресс-центрах и пресс-службах государственных и негосударственных организаций.

Учебным планом специальности предусматриваются следующие виды учебной и производственной практик:

1. Учебные практики:

– *ознакомительная практика* (1 курс, 2 семестр, 4 недели), цель которой – создание условий для формирования у студентов практических профессиональных умений и навыков, необходимых для информационно-коммуникационной деятельности, работы в области связей с общественностью, рекламы, корпоративной коммуникации;

– *информационная практика* (2 курс, 4 семестр, 4 недели), цель которой состоит в создании условий для развития у студентов практических профессиональных умений и навыков, необходимых для информационно-коммуникационной деятельности, работы в области связей с общественностью, рекламы, корпоративной коммуникации.

2. Производственные практики:

– *информационно-коммуникационная практика* (3 курс 6 семестр 4 недели), ее цель состоит в том, чтобы приобретенные студентами практические профессиональные умения и навыки были эффективно применены ими в ходе работы в области связей с общественностью, рекламы, корпоративной коммуникации;

– *специализированная практика* (4 курс 8 семестр 5 недель), цель которой – формирование навыков разработки, организации и проведения рекламных и PR-акций, рекламных и PR-кампаний, развитие креативных способностей студентов, расширение представлений о перспективах профессиональной самореализации в выбранной сфере информационно-коммуникационной деятельности;

– *преддипломная* практика (4 курс 8 семестр 5 недель), цель которой – создание условий для апробирования студентами авторских проектов в выбранной сфере информационно-коммуникационной деятельности.

Все виды практик взаимосвязаны и дают возможность поэтапного усвоения знаний, приобретенных во время теоретического и практического изучения дисциплин, позволяют развивать умения и навыки обучающихся, полученные в ходе предыдущей практики. Преддипломная практика является логическим завершением изучения всех дисциплин на специальности «Информация и коммуникация». Каждый вид практик выступает базой для формирования гражданственности, патриотизма и национального самосознания обучающихся на основе государственной идеологии; бережного отношения к культурным и духовным традициям белорусского народа.

Прохождение учебных практик предусматривается преимущественно в редакциях районных, городских, областных и республиканских СМИ, а также на базе организаций. Прохождение производственных практик предусматривается преимущественно на базе разных организаций.

Сроки и содержание практик определяются образовательным стандартом, учебными планами и программами. Все виды практики носят обязательный характер. Практика не может быть завершена ранее определенного срока.

[К содержанию](#)

ОРГАНИЗАЦИЯ ПРАКТИК

Руководство практикой

Распределение на практику студентов специальности «Информация и коммуникация», а также учебно-методическое руководство ею осуществляет кафедра белорусского и русского литературоведения и журналистики.

Для прохождения практики студенты закрепляются за редакциями печатных, аудиовизуальных, сетевых СМИ, рекламными агентствами, отделами по связям с общественностью, пресс-центрами, пресс-службами и др. В конце учебного года (в апреле-мае) студент выбирает место прохождения практики и подает заявление на имя декана факультета. Кафедра обеспечивает устную и письменную договоренность с организациями о возможности прохождения студентами практики.

Кафедра постоянно обновляет сведения об организациях, в которых планируется прохождение практики.

Студенты могут избрать иное место прохождения практики, не указанное в списке базовых организаций (см. Приложение 4). Для этого необходимо представить соответствующее письмо-ходатайство из данного учреждения (оно должно быть оформлено на официальном бланке, заверено подписью и печатью руководителя). В отдельных случаях по согласованию с представителями баз практик места прохождения практики могут быть изменены.

Место прохождения практики утверждается на заседании кафедры после рассмотрения заявления студента. При этом учитывается место жительства студента, обеспеченность его жильем.

Перед началом практики студентам выдаются индивидуальные направления, адресованные руководителю организации. В направлении указывается фамилия, имя студента, специальность (специализация), а также место и сроки прохождения практики. Руководителем практики от факультета проводится инструктаж по охране труда в соответствии с инструкцией «О проведении инструктажей для обучающихся, убывающих на практику». Информация о сроках и содержании инструктажа фиксируется в соответствующем протоколе.

Форма промежуточной аттестации по всем практикам – дифференцированные зачеты, которые студенты сдают в соответствии с распоряжением по факультету в течение первых двух недель нового учебного года – для учебных практик и производственной информационно-коммуникационной; в течение двух недель после окончания практики – для производственных информационно-коммуникационной и преддипломной.

Непосредственное руководство практикой студентов осуществляется:

- *руководителем практики от факультета,*
- *руководителем практики от кафедры* из числа профессорско-преподавательского состава кафедры,
- *руководителем практики от организации* – сотрудником организации, назначенным руководителем базы практики.

[К содержанию](#)

Обязанности руководителей практики

Руководство практикой студентов предусматривает систематическое наблюдение и контроль за работой студента, оказание ему методической помощи в выполнении программы практики, в оформлении отчетной документации.

Руководитель практики от факультета

Руководитель практики от факультета, назначаемый заведующим кафедрой, отвечает за проведение всех организационных мероприятий:

- создает список баз практик;
- готовит приказ по практике;
- перед выездом студентов связывается с редакциями и организациями;
- готовит и выдает направления на практику;
- проводит инструктаж по охране труда в соответствии с инструкцией «О проведении инструктажей для обучающихся, убывающих на практику»;
- содействует закреплению студентов за опытными специалистами;
- систематически наблюдает и контролирует работу студента;
- осуществляют контроль за соблюдением сроков практики и ее содержанием;
- оказывает студенту методическую помощь в выполнении программы практики, в оформлении отчетной документации;
- обсуждает с каждым студентом хода выполнения программы практики;
- высказывает замечания руководству организации, вместе с ним решает, как устранить недостатки;
- оценивает результаты выполнения студентами требований программы;
- составляет отчет о практике студентов.

Руководитель практики от кафедры

Руководитель практики от кафедры курирует студента-практиканта в течение всего периода прохождения практики. Руководитель практики от кафедры обязан:

до начала практики:

- изучить Положение о практике студентов, приказ ректора о направлении студентов на практику;
- подготовить индивидуальные задания для практикантов в соответствии с программой практики;
- дать методические указания по выполнению программы практики и образцы документов по практике;
- разъяснить специфику практики;

в период практики:

- осуществлять контроль выполнения студентами программы практики и индивидуальных заданий;
- оказывать студентам методическую и организационную помощь в выполнении программы практики, написании отчетов и выполнении индивидуальных заданий;

в конце практики:

- получить от руководителей баз практики отзывы о работе студентов;
- организовать и провести принятие дифференцированного зачета у студентов с оформлением экзаменационных ведомостей;
- проанализировать выполнение программ практики;
- составить отчет о практике студентов.

Руководитель практики от организации

Общее руководство практикой в организации возлагается на руководителя организации или иного уполномоченного им работника организации, которые осуществляют проведение практики в соответствии с договором, заключенным с УО «БрГУ имени А.С.Пушкина», и программой практики. Руководство практикой студентов в структурном подразделении организации осуществляет опытный работник организации, который назначается приказом руководителя организации.

Руководитель практики от организации:

- обеспечивает создание студентам необходимых условий для прохождения практики и выполнения ее программы;
- знакомит студента с организацией и планированием работы творческого подразделения;
- дает рекомендации по составлению индивидуального плана;
- оказывает помощь в совершенствовании навыков сбора информации и методике подготовки материалов;
- дает творческие задания;
- осуществляет помощь в редактировании материалов.
- по окончании практики выдает студенту отзыв о результатах прохождения практики студентом, в котором оценивает его работу, выставляет оценку, сообщает о выполнении программы практики и индивидуальных заданий;
- выставляет отметку за практику.

[К содержанию](#)

Обязанности и права практиканта

Перед началом практики студент должен получить направление, ознакомиться с программой практики, методическими указаниями по ее организации и прохождению. Подготовка к практике должна начаться до выезда на место ее прохождения. Студенту рекомендуется внимательно ознакомиться с деятельностью организации, в которой ему предстоит стажироваться, изучить соответствующую справочную литературу. Прибыв на практику, студент становится членом коллектива организации. Руководитель организации направляет практиканта в отдел для работы в соответствии с избранной им специализацией. Руководитель организации назначает студенту руководителя практики от организации. Совместно с руководителем практики от организации составляется индивидуальный план работы.

Практикант во время работы в организации должен:

- участвовать в курсовых собраниях по организационно-методическим вопросам практики;
- соблюдать правила внутреннего трудового распорядка принимающей организации;
- выполнять распоряжения администрации предприятия, учреждения, организации и непосредственного руководителя практики, связанные с выполнением программы практики;
- ознакомиться с законодательной и нормативной базой деятельности служб (организаций, специалистов) по рекламе и связям с общественностью;
- полностью и в установленные сроки выполнять задания, предусмотренные программой практики;
- оказывать помощь специалистам баз практик в их работе;
- самостоятельно выполнять некоторые виды рекламной работы;
- узнать практические приемы и методы работы журналистов, PR-специалистов; основы деловой коммуникации работников рекламы; этические нормы журналистской, рекламной и PR-деятельности; основные правовые нормы, регулирующие журналистскую, рекламную и PR-деятельность;
- научиться использовать полученные теоретические знания в практической деятельности; общим приемам профессиональной коммуникации; работать с информационными источниками и материалами; работать с использованием оргтехники; первичным навыкам организации и проведения специальных мероприятий, презентаций, PR-акций, контактов со СМИ; составлять отчеты о проделанной работе;
- нести ответственность за выполненную работу наравне со штатными сотрудниками.

Практикант имеет право одновременно сотрудничать с несколькими редакциями, агентствами или службами в соответствии со своей специализацией; получать гонорар за свои публикации; работать внештатным сотрудником с получением соответствующего удостоверения.

Студенты, проходящие практику в редакциях средств массовой информации, работают в качестве корреспондентов, редакторов, дублеров дежурного по номеру, дублеров выпускающего, дублеров ответственного секретаря и др.

[К содержанию](#)

Требования к содержанию и оформлению отчета практики

После окончания практики студент обязан в течение недели представить руководителю практики от факультета отчетную документацию в виде папки. Вся документация должна быть подшита в папку с оформленным титульным листом (образец титульного листа в Приложении 1.) и описью находящихся документов. Отчет составляется на бумаге размером А4, поля – 3–1, 2–2 см., шрифт Times New Roman, размер шрифта (кегель) – 14, абзацный отступ – 1,25 см, междустрочный интервал – одинарный (1,0), выравнивание – по ширине, переносы – автоматические.

Отчетная документация по учебной ознакомительной практике включает:

1) *направление на практику*, подписанное руководителем базы практики и заверенное печатью;

2) *отзыв о результатах прохождения практики* студентом с выставленной отметкой. В отзыве руководитель организации или другое ответственное лицо оценивает работу студента, его сильные и слабые стороны, теоретическую подготовку, способности, профессиональные качества, отношение к своим обязанностям, дисциплинированность, работоспособность, заинтересованность в получении знаний и навыков. Выделяются наиболее интересные материалы студента. Высказываются замечания и пожелания относительно самостоятельной работы над развитием тех или иных профессиональных качеств. Отзыв должен содержать оценку практики по десятибалльной системе. Он оформляется на фирменном бланке. Отзыв подписывается руководителем базы практики и заверяется печатью базы практики;

3) *аналитический отчет о практике*, который пишется в произвольной форме, однако в нем указываются:

– место и время прохождения практики (название, учредитель, местонахождение, фамилия руководителя);

– краткий анализ организации;

– кто руководил практикой от организации (фамилия, имя, отчество и должность);

– аспекты совместной работы с руководителем практики от базы практики;

– в каком отделе и кем работал практикант;

– какие материалы организованы и подготовлены (по заданию руководителя и по собственной инициативе);

– в каких организационно-массовых мероприятиях организации участвовал;

– в какие командировки выезжал по заданию организации;

- какие методы сбора информации использованы при подготовке своих материалов;
- особенности работы практиканта с аудиторией;
- участие в общественной жизни организации;
- профессиональные навыки, приобретенные за время практики, конкретные виды помощи, которые оказывали работники организации;
- затруднения, которые встретились при прохождении практики;
- как выполнены план и программа практики (отметить, что не выполнено и почему);

- подведение итогов и предложения относительно организации очередной практики (анализ позитивных и негативных сторон работы базы практики, размышления о собственных творческих находках и просчетах, замечания и пожелания по организации практики);

4) *дневник практики*. В дневнике студент-практикант ежедневно кратко отражает ход выполнения программы учебной ознакомительной практики: участие в курсовом собрании по организационно-методическим вопросам, знакомство (в том числе виртуальное) с организацией, выполнение работ в организации, участие в мероприятиях и т.д. По окончании периода практики студент подает дневник на подпись руководителю практики от организации (в соответствующей графе) и обращается за проставлением печати. Также дневник подписывается руководителем практики от кафедры. Образцы оформления титульного листа дневника и краткого описания выполненной работы даны в Приложениях 2, 3;

5) *список публикаций* (оформляется в соответствии с требованиями ВАК; в конце выходных данных указывается жанр материала). Если материал не опубликован, но принят в печать, то в конце выходных данных указываем «принят в печать»;

б) *опубликованные материалы* (в случае существенной правки – оригиналы работ, что позволит судить о степени обработки материала в редакции). Творческие работы, подготовленные студентом во время практики, предоставляются руководителю практики от кафедры в форме творческого портфолио и являются неотъемлемой частью отчета по практике. Печатные материалы должны быть вырезаны из газет (журналов) или отсканированы и вложены в папку. Если материалы опубликованы под псевдонимом, это должно быть указано в отчете. Все материалы студентов, представленные в виде скриншотов и распечаток, должны иметь заверительную подпись о подтверждении авторства («Авторство Попова И.И. подтверждаю»), а также дату, подпись уполномоченного лица и печать организации. Все публикации должны свидетельствовать о творческом поиске студента, а не о формальном выполнении соответствующих требований программы.

7) *копии принятых к печати*, но не опубликованных пока материалов, заверенные печатью базы практики и подписью уполномоченного лица.

Представленные материалы должны быть датированы числами, входящими в промежуток времени, отведенный на прохождение практики. Разрешается прилагать материалы, которые будут опубликованы немного позже или раньше установленного срока. При наличии орфографических, пунктуационных, грамматических, стилистических ошибок отчет возвращается на доработку с соответствующим снижением оценки.

[К содержанию](#)

Подведение итогов практики

Подведение итогов и защита практики проходит на заседаниях круглого стола с участием преподавателей факультета, журналистов, студентов. Практикант выступает с отчетом перед студентами своей группы. Организуется обсуждение практики. Акцентируется внимание на специфике деятельности соответствующего отдела той или иной организации, а также проблемах, возникших при прохождении практики. Преподаватель анализирует итоги предыдущих практик студента, чтобы проследить динамику профессионального роста.

По усмотрению преподавателя практика может быть рассмотрена в порядке индивидуальных бесед. После разбора практики в группах проводится заседание кафедры, на котором подводятся итоги.

Каждый студент ведет *творческое досье (портфолио)*, к которому приобщается все опубликованные им материалы. После окончания обучения в университете творческое досье представляется в государственную экзаменационную комиссию. Итоги практики подводятся на государственном экзамене, во время которого проходит защита творческого досье.

Содержание творческого досье (портфолио) студента включает:

- сводный отчет по результатам профессиональной деятельности, а также ежегодные отчеты о прохождении практики;
- подборку материалов, подготовленных студентом в течение обучения;
- отзывы из организаций, в которых студент проходил практику.

На государственном экзамене комиссия выносит итоговую оценку результатов практики студента.

К содержанию

Критерии оценки практики

Практика студента оценивается:

- за количество и качество (профессиональный и литературный уровень) написанных авторских материалов, их жанровую принадлежность, тематику, полноту раскрытия тем и др.;
- за активность участия в работе организации;
- с учетом оценки работы студента в творческом отзыве от базы практики;
- за оформление папки с документами после прохождения практики (правильность заполнения дневника, написания отчета и др.);
- за общее выполнение программы практики.

Практика оценивается по десятибалльной системе.

Балл 10 (десять) выставляется практиканту при условии добросовестного и своевременного выполнения всех методических рекомендаций в соответствии с предложенной программой практики; за творческий и самостоятельный подход в ведении дневника практики; за качественно выполненную и своевременно представленную руководителю практики требуемую документацию; за высокий уровень профессиональной культуры и поведения на практике.

Балл 9 (девять) выставляется практиканту при условии добросовестного и своевременного выполнения всех методических рекомендаций в соответствии с предложенной программой практики; за творческий и самостоятельный подход в ведении дневника практики; за качественно выполненную и своевременно представленную руководителю практики требуемую документацию; за высокий уровень профессиональной культуры и поведения на практике. Допускается не более 1–2 замечаний по качеству вышеуказанных позиций.

Балл 8 (восемь) выставляется практиканту при условии добросовестного и своевременного выполнения всех методических рекомендаций для обеспечения самостоятельной работы студентов в соответствии с предложенной программой практики; за творческий и самостоятельный подход в ведении дневника практики; за качественно выполненную и своевременно представленную руководителю практики требуемую документацию; за высокий уровень профессиональной культуры и поведения на практике. Допускается не более 3–4 замечаний по качеству вышеуказанных позиций.

Балл 7 (семь) выставляется практиканту при условии добросовестного и своевременного выполнения всех методических рекомендаций для обеспечения самостоятельной работы студентов в соответствии с предложенной программой практики; за творческий и самостоятельный подход в ведении дневника практики; за качественно выполненную и своевременно представленную руководителю практики

требуемую документацию; за высокий уровень профессиональной культуры и поведения на практике. Допускается не более 4–5 замечаний по качеству вышеуказанных позиций.

Балл 6 (шесть) выставляется практиканту при условии добросовестного и своевременного выполнения всех методических рекомендаций для обеспечения самостоятельной работы студентов в соответствии с предложенной программой практики; за творческий и самостоятельный подход в ведении дневника практики; за качественно выполненную и своевременно представленную руководителю практики требуемую документацию; за высокий уровень профессиональной культуры и поведения на практике. Допускается не более 5–6 замечаний по качеству вышеуказанных позиций.

Балл 5 (пять) выставляется практиканту при условии добросовестного и своевременного выполнения всех методических рекомендаций для обеспечения самостоятельной работы студентов в соответствии с предложенной программой практики; за творческий и самостоятельный подход в ведении дневника практики; за качественно выполненную и своевременно представленную руководителю практики требуемую документацию; за высокий уровень профессиональной культуры и поведения на практике. Допускается не более 6–7 замечаний по качеству вышеуказанных позиций.

Балл 4 (четыре) выставляется практиканту при условии добросовестного и своевременного выполнения всех методических рекомендаций для обеспечения самостоятельной работы студентов в соответствии с предложенной программой практики; за творческий и самостоятельный подход в ведении дневника практики; за качественно выполненную и своевременно представленную руководителю практики требуемую документацию; за высокий уровень профессиональной культуры и поведения на практике. Допускается не более 8 замечаний по качеству вышеуказанных позиций.

Балл 3 (три) выставляется практиканту, если студент нарушал трудовую дисциплину: к обязанностям практиканта относился формально; не выполнил в полном объеме программу практики; несвоевременно и не в полном объеме предоставил отчетную документацию.

Балл 2 (два) выставляется практиканту, если студент к обязанностям практиканта относился формально; не выполнил в полном объеме программу практики; несвоевременно и не в полном объеме предоставил отчетную документацию.

Балл 1 (один) выставляется практиканту, если студент нарушал трудовую дисциплину, не соблюдал этические нормы поведения, не выполнил программу практики, несвоевременно и не в полном объеме предоставил отчетную документацию.

Студенты, не выполнившие программу практики по уважительной причине (подтвержденной документально), получившие отрицательный отзыв руководителя практики от организации, неудовлетворительную отметку при сдаче дифференцированного зачета руководителю практики от кафедры, направляются на практику повторно в свободное от учебы время, но не более одного раза. Получение неудовлетворительной оценки влечет за собой те же последствия (в отношении перевода на следующий курс, права на получение стипендии и т. д.), что и неудовлетворительная оценка по одной из теоретических дисциплин учебного плана.

[К содержанию](#)

СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИК

УЧЕБНЫЕ ПРАКТИКИ

УЧЕБНАЯ ОЗНАКОМИТЕЛЬНАЯ ПРАКТИКА

Программа учебной ознакомительной практики составлена в соответствии с ОСВО по специальности 6-05-0321-02 Информация и коммуникация, учебным планом учреждения образования по специальности 6-05-0321-02 Информация и коммуникация, рег. № Фил-62-003-23/уч., утв. 23.02.2023.

Учебная ознакомительная практика представляет собой планомерную и целенаправленную деятельность по усвоению обучающимися первичных практических навыков по избранной специальности, углубленному закреплению теоретических знаний, развитию профессиональных компетенций студентов, приобретению ими творческих навыков.

Практика дает возможность студентам уже во время учебы активно включиться в деятельность институтов массмедиа, закрепить в производственных условиях знания и умения, полученные во время занятий по учебным дисциплинам «Основы информационно-коммуникационной деятельности», «Основы журналистики», «Брендинговые коммуникации», «История и теория коммуникации», «Язык и стиль средств массовой коммуникации», заложить основы профессиональной деятельности.

Цель и задачи учебной ознакомительной практики

Цель учебной ознакомительной практики – создание условий для формирования у студентов практических профессиональных умений и навыков, необходимых для информационно-коммуникационной деятельности, работы в области связей с общественностью, рекламы, корпоративной коммуникации, а также формирование гражданской ответственности, патриотизма и национального самосознания обучающихся на основе государственной идеологии; бережного отношения к культурным и духовным традициям белорусского народа.

В процессе прохождения практики решаются следующие **задачи**:

- создать условия для закрепления обучающимися полученных знаний в сфере информации и коммуникации и их мотивированного использования в реальной деятельности компаний;
- углубить и расширить полученные знания студентов по информационно-коммуникационной деятельности;
- способствовать приобретению и совершенствованию профессиональных навыков будущих специалистов;

- содействовать развитию творческих способностей студентов;
- посредством приобщения студентов к сфере информационно-коммуникационной деятельности содействовать формированию нравственного и гражданского облика будущих специалистов и воспитания в них эстетического вкуса.

Продолжительность учебной ознакомительной практики

На проведение учебной ознакомительной практики учебный план предусматривает 216 часов (4 недели). Практика проводится по завершении 2-го семестра.

Требования к содержанию учебной ознакомительной практики

В результате прохождения учебной ознакомительной практики студент должен

знать:

- организацию работы информационно-коммуникационных структур и отделов компании;
- основные направления работы компании;
- концепцию и тематическое содержание издания, проблематику, особенности оформления и др.

уметь:

- готовить авторские материалы (заметка, отчет, репортаж и др.);
- писать и редактировать тексты и заголовки для сайта, социальных сетей компании, а также печатных изданий, телерадиопрограмм;
- закреплять теоретические знания в области функционирования медиа;
- перенимать опыт лучших специалистов организации;

владеть:

- технологиями подготовки публикаций для интернет-ресурсов организации;
- приемами и навыками редактирования материалов;
- навыками общения с партнерами и целевой аудиторией организации.

Требования к организации учебной ознакомительной практики в соответствии с образовательным стандартом

Подготовка и проведение практики требует согласованности действий студентов, руководителей практики от редакций и от кафедры. Каждый из них выполняет определенные обязанности на том или ином этапе практики.

Прохождение учебной ознакомительной практики предусматривается преимущественно в редакциях корпоративных, районных, городских, областных и республиканских СМИ.

Подготовительный этап (июнь)

Подготовительный этап включает в себя определение руководителем практики от факультета баз практики и руководителей практики от баз практики, предварительное заключение договоров о проведении практики, подготовку проекта приказа по университету о проведении практики, а также официальных направлений и индивидуальных заданий, выдаваемых студентам.

Организационный этап (июнь)

В конце семестра, предшествующего практике, проводится курсовое собрание по организационно-методическим вопросам.

В начале курсового собрания руководитель практики от факультета:

- сообщает сроки начала и окончания практики, знакомит студентов с ее целями и задачами, основным содержанием и особенностями;

- зачитывает приказ о распределении студентов по базам практики, представляет руководителей практики от кафедры и руководителей от базы практики;

- знакомит студентов с их правами и обязанностями на период практики, с ее программой, формой отчета и сроками ее предоставления руководителям практики для проверки, сроками и порядком подведения итогов практики.

Во второй половине собрания руководители практики от кафедры конкретизируют программу практики для каждого студента.

Основной этап (июль)

Данный этап включает непосредственную работу студентов по выполнению заданий, в том числе и индивидуальных, предусмотренных программой практики, под руководством руководителей практики от баз практики. На этом этапе руководители практики от кафедры поддерживают связь с базами практики и при необходимости дают консультации практикантам.

Заключительный этап (конец июля)

Не позднее 3-х дней после окончания срока практики студенты сдают для проверки руководителю от кафедры отчетную документацию.

Форма промежуточной аттестации – дифференцированный зачет (в течение первых 2-х недель после окончания практики в соответствии с распоряжением по факультету).

Содержание учебной ознакомительной практики

Для эффективного прохождения учебной ознакомительной практики студенты используют знания, умения, навыки, сформированные в процессе изучения дисциплин «Основы информационно-коммуникационной деятельности», «История и теория коммуникации», «Брендинговые коммуникации», «Основы журналистики», др.

Учебная ознакомительная практика является логическим завершением изучения данных дисциплин.

Направления деятельности обучающихся во время прохождения учебной ознакомительной практики, обеспечивающие закрепление теоретических знаний

- определение исторических аспектов закономерностей развития общества и сопряженной с ним эволюции коммуникационных профессий и наук;
- применение основных понятий общей теории коммуникации, их мотивированное использование применительно к осваиваемым видам будущих профессий;
- использование системы знаний об особенностях направлений работы основных подразделений организаций;
- использование нормативной базы компании и инструментов брендинга для создания стратегии продвижения организации;
- участие в деятельности технических и вспомогательных служб организации.

Направления деятельности обучающихся во время прохождения учебной ознакомительной практики, обеспечивающие овладение практическими умениями и навыками

- использование возможностей современных информационных технологий в организации коммуникационных процессов компании;
- установление контактов со специалистами организации и представителями средств массовой информации;
- участие в разработке концепции позиционирования организации;
- владение принципами, технологиями и инструментами моделирования имиджа компании;
- использование методов разработки и проведения рекламных и PR-кампаний по продвижению организации;
- участие в разработке, подготовке и выпуске корпоративных медиа компаний;
- применение методов прогнозирования результатов информационно-коммуникационной деятельности организации

и участие в оценке результатов информационно-коммуникационной деятельности.

Направления деятельности обучающихся во время прохождения учебной ознакомительной практики, обеспечивающие подготовку к самостоятельной профессиональной деятельности

- усвоение основных принципов работы организации со средствами массовой информации и внешней аудиторией;
- планирование и реализация комплексных кампаний по продвижению организации;
- накопление опыта и получение навыков журналистской, рекламной и PR-деятельности;
- подготовка медиатекстов для печатных изданий, онлайн-ресурсов, социальных сетей компании и выпуск корпоративных медиа;
- овладение принципами актуализации воспитательного потенциала информационно-коммуникационной деятельности и формирование осмысленного понимания ценностных ориентиров, способствующих духовно-нравственному становлению гражданина и патриота и бережному отношению к культурным и духовным традициям белорусского народа.

Требования к содержанию и оформлению индивидуального задания

За время практики студенты должны:

- изучить структуру и основные направления работы всех отделов и служб организации (базы практики);
- устанавливать контакты с представителями средств массовой информации;
- подготовить для онлайн-ресурсов / печатных изданий / телерадиопрограмм базы практики минимум 3 материала информационных жанров (заметка, интервью, отчет, репортаж и др.);
- принимать участие в редактировании информационных текстов;
- принимать участие в редакционных планерках, летучках и других мероприятиях базы практики;
- познакомиться с творческой лабораторией лучших журналистов, специалистов базы практики;
- принимать участие в разработке стратегий продвижения организации в социальных сетях, в продвижении сообществ в социальных сетях, в создании контента для социальных сетей и СМИ;
- соблюдать правила внутреннего трудового распорядка базы практики и требования законодательства в области охраны труда;
- каждому студенту необходимо вести творческое досье (портфолио), к которому постоянно прилагать материалы, опубликованные (подготовленные) им за весь период обучения.

**Календарно-тематический план прохождения учебной
ознакомительной практики**

Этапы практики	Основное содержание работы	Сроки исполнения
I. Подготовительный	Подбор баз практики, руководителей практики от баз практик, заключение договоров, подготовка необходимой документации.	Июнь
II. Организационный	Проведение курсового собрания по организационно-методическим вопросам.	Конец июня
II. Основной	1. Знакомство с руководителями и сотрудниками базы практики, с планами организации по различным направлениям работы и правилами внутреннего распорядка в организации. 2. Выполнение заданий, предусмотренных программой практики. Участие в планерках и «летучках», массовой работе базы практики, знакомство с работой различных отделов и с творческой лабораторией ведущих специалистов базы практики. 3. Обобщение накопленного за время практики эмпирического материала, подготовка отчетной документации.	1. 1-й день практики (конец июня) 2. 2-й– предпоследний день практики (июль) 3. Последний день практики и следующие 2 дня (июль)
III. Заключительный	1. Сдача отчетной документации студентами. 2. Проверка отчетов руководителями практики от кафедры 3. Проведение дифференцированного зачета	1. Не позднее 3 дней от дня окончания срока практики. 2. 3–9 день от окончания срока практики. 3. В течение первых 2-х недель после окончания практики после проверки отчетной документации

[К содержанию](#)

УЧЕБНАЯ ИНФОРМАЦИОННАЯ ПРАКТИКА

Программа учебной информационной практики составлена в соответствии с ОСВО по специальности 6-05-0321-02 Информация и коммуникация и учебным планом учреждения образования по специальности 6-05-0321-02 Информация и коммуникация, рег. № Фил-6-003-23/уч., утв. 23.02.2023.

Учебная информационная практика представляет собой планомерную и целенаправленную деятельность по усвоению обучающимися первичных практических навыков по избранной специальности, углубленному закреплению теоретических знаний, развитию профессиональных компетенций студентов, приобретению ими творческих навыков. Практика дает возможность студентам уже во время учебы активно включиться в деятельность институтов массмедиа, закрепить в производственных условиях знания и умения, полученные во время занятий по учебным дисциплинам «Основы информационно-коммуникационной деятельности», «Копирайтинг», «Теория связей с общественностью», «Технологии создания медиатекстов» заложить основы профессиональной деятельности.

Цель и задачи учебной информационной практики

Цель учебной информационной практики – создание условий для формирования у студентов практических профессиональных умений и навыков, необходимых для информационно-коммуникационной деятельности, работы в области связей с общественностью, рекламы, корпоративной коммуникации, а также формирование гражданской ответственности, патриотизма и национального самосознания обучающихся на основе государственной идеологии; бережного отношения к культурным и духовным традициям белорусского народа.

В процессе прохождения практики решаются следующие *задачи*:

– создать условия для закрепления обучающимися полученных знаний в сфере информации и коммуникации и их мотивированного использования в реальной деятельности медиакомпаний;

– углубить и расширить полученные знания студентов по информационно-коммуникационной деятельности;

– способствовать приобретению и совершенствованию профессиональных навыков будущих специалистов;

– содействовать развитию творческих способностей студентов;

– посредством приобщения студентов к сфере информационно-коммуникационной деятельности содействовать формированию нравственного и гражданского облика будущих специалистов и воспитания в них эстетического вкуса.

Продолжительность учебной информационной практики

На проведение учебной информационной практики учебный план предусматривает 216 часов (4 недели). Практика проводится по завершении 4-го семестра.

Требования к содержанию учебной информационной практики

В результате прохождения учебной информационной практики студент должен

знать:

- организацию работы информационно-коммуникационных структур (рекламных и PR-отделов, служб, агентств) и отделов редакции;
- основные направления работы редакции, рекламных и PR-отделов, служб, агентств;
- концепцию и тематическое содержание издания, проблематику, особенности оформления и др.

уметь:

- готовить авторские материалы (заметка, отчет, репортаж, пресс-релиз и другие рекламные тексты);
- писать и редактировать тексты и заголовки для сайта издания (в том числе рекламного содержания), социальных сетей;
- составлять план работы рекламного отдела или службы;
- организовывать мероприятия PR для представителей СМИ;
- контактировать с рекламными агентствами, вести поиск рекламодателей;
- перенимать опыт лучших специалистов организации;

владеть:

- технологиями подготовки публикаций для интернет-ресурсов редакции;
- приемами и навыками редактирования материалов;
- навыками общения с целевой аудиторией организации.

Требования к организации учебной информационной практики

Подготовка и проведение практики требует согласованности действий студентов, руководителей практики от редакций и от кафедры. Каждый из них выполняет определенные обязанности на том или ином этапе практики.

Учебную информационную практику студенты проходят в информационных, рекламных и PR-агентствах, отделах по связям с общественностью, рекламе и маркетингу, пресс-службах, пресс-центрах, в корпоративных изданиях. Возможно прохождение практики в аудиовизуальных СМИ, в республиканских, областных и районных

печатных изданиях.

Для обеспечения практики необходимы следующие документы:

- договор с организацией на проведение практики, заключенный не позднее, чем за месяц до начала практики;
- приказ ректора о направлении студентов на практику;
- дневник практики студента; направление на практику; программа практики и индивидуальные задания.

Результаты практики представляются студентом в форме отчета и оцениваются по десятибалльной системе в зависимости от выполнения предусмотренного программой объема практики.

Подготовительный этап (июнь)

Подготовительный этап включает определение руководителем практики баз практики и руководителей практики от баз практики, предварительное заключение договоров о проведении практики, подготовку проекта приказа по университету о проведении практики, а также официальных направлений и заданий, выдаваемых студентам.

Организационный этап (июнь)

В конце семестра, предшествующего практике, проводится курсовое собрание по организационно-методическим вопросам.

В начале курсового собрания руководитель практики от факультета:

- сообщает сроки начала и окончания практики, знакомит студентов с ее целями и задачами, основным содержанием и особенностями;
- зачитывает приказ о распределении студентов по базам практики, представляет руководителей от кафедры и руководителей от базы практики;
- проводит инструктаж по охране труда;
- знакомит студентов с их правами и обязанностями на период практики, с ее программой, формой отчета и сроками ее предоставления руководителям практики для проверки, сроками и порядком подведения итогов практики.

Во второй половине собрания руководители практики от кафедры конкретизируют программу практики для каждого студента.

Основной этап (июль)

Включает непосредственную работу студентов по выполнению заданий, в том числе и индивидуальных, предусмотренных программой практики, под руководством руководителей практики от баз практики. На этом этапе руководители практики от кафедры поддерживают связь с базами практики и при необходимости дают консультации практикантам.

Заключительный этап (конец июля)

Не позднее 3-х дней после окончания срока практики студенты сдают для проверки руководителю от кафедры отчетную документацию. В течение первых 2-х недель после окончания практики, после проверки отчетной документации, проводится дифференцированный зачет.

Содержание учебной информационной практики

Для эффективного прохождения учебной информационной практики студенты используют знания, умения, навыки, сформированные в процессе изучения дисциплин «Язык и стиль средств массовой коммуникации», «Технологии создания медиатекстов», «Копирайтинг», «Теория связей с общественностью», «Теория рекламы», др.

Учебная информационная практика является логическим завершением изучения данных дисциплин и продолжает развивать умения и навыки обучающихся, полученные в ходе учебной ознакомительной практики.

Направления деятельности обучающихся во время прохождения учебной информационной практики, обеспечивающие закрепление теоретических знаний

– использование усвоенных теоретических знаний при анализе, комплексном планировании и оценке информационно-коммуникационной деятельности организации, которая является базой практики;

– владение основами исследовательской деятельности, осуществление поиска, анализ и синтез информации;

– осуществление коммуникации для решения задач межличностного взаимодействия.

Направления деятельности обучающихся во время прохождения учебной информационной практики, обеспечивающие овладение практическими умениями

и навыками

– сбор и обработка данных, необходимых для разработки коммуникационных проектов в соответствии с запросами целевой аудитории;

– планирование, разработка и реализация стратегии, кампании и мероприятия по продвижению, позиционированию и репозиционированию имиджа товаров, услуг, идей, организаций, средств массовой информации;

– создание востребованных медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов.

Направления деятельности обучающихся во время прохождения учебной информационной практики, подготовку к самостоятельной профессиональной деятельности

- выработка навыков по установлению эффективной коммуникации с различными целевыми аудиториями и компетенций по комплексному сопровождению мероприятий;
- выработка навыков по сбору, обработке, анализу и распространению информации в области корпоративной коммуникации, рекламы и связей с общественностью с использованием современных цифровых технологий;
- выработка навыков с использованием знаний особенностей инноваций и созданию креативных рекламных обращений к потребителям товаров и услуг.

Требования к содержанию и оформлению индивидуального задания

За время практики студенты должны:

- познакомиться со структурой и основными направлениями работы всех отделов и служб организации;
- разработать план работы отдела рекламы / PR-службы, использовать количественные и качественные методы исследования, заниматься анализом полученных данных, определять, разрабатывать и реализовывать стратегию рекламной кампании / PR-кампании, эффективности рекламных / PR-кампаний;
- подготовить пресс-релизы, тексты выступлений, рекламные материалы (в том числе слайды, фильмы) для онлайн-ресурсов базы практики, материалы для пресс-конференций (5 публикаций (материалов));
- принимать участие в редактировании информационных или рекламных текстов заказчика, подборе заголовков, построении образа;
- участвовать в подготовке и организации пресс-конференций, вести мониторинг СМИ, составлять базы данных; готовить информационные и аналитические статьи; устанавливать контакты с представителями СМИ, организовывать мероприятия для представителей СМИ;
- изучать публикации о предприятии, его товарах и услугах в средствах массовой информации, готовить обзоры прессы;
- вести поиск рекламодателей, контактировать с рекламными агентствами;
- проектировать, создавать, редактировать информацию для корпоративных медиа;

– осваивать методы и средства организации собственной информационной деятельности организации и планирования ее результатов;

– знакомиться с опытом работы лучших сотрудников пресс-служб, отделов рекламы, рекламных и PR-агентств, журналистов редакции;

– каждому студенту необходимо вести творческое досье (портфолио), к которому постоянно прилагать материалы, опубликованные (подготовленные) им за весь период обучения.

Календарно-тематический план прохождения учебной информационной практики

Этапы практики	Основное содержание работы	Сроки исполнения
I. Подготовительный	Подбор баз практики, руководителей практики от организаций, заключение договоров, подготовка необходимой документации.	Июнь
II. Организационный	Проведение курсового собрания по организационно-методическим вопросам.	Конец июня
III. Основной	1. Знакомство с руководителями и сотрудниками организации, с планами редакции по различным направлениям работы и правилами внутреннего распорядка в организации. 2. Выполнение заданий, предусмотренных программой практики. Участие в редакционных планерках и «летучках», массовой работе редакции, знакомство с работой различных отделов и с творческой лабораторией ведущих сотрудников. 3. Обобщение накопленного за время практики эмпирического материала, подготовка отчетной документации.	1. 1-й день практики (конец июня) 2. 2-й – предпоследний день практики (июль) 3. Последний день практики и следующие 2 дня (июль).
IV. Заключительный	1. Сдача отчетной документации студентами. 2. Проверка отчетов руководителями	1. Не позднее 3 дней от дня окончания срока практики. 2. 3–9 день от

	от кафедры 3. Проведение дифференцированного зачета	окончания срока практики. 3. В течение первых 2-х недель после окончания практики после проверки отчетной документации
--	--	---

[К содержанию](#)

ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ ПРАКТИКИ

ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННАЯ ПРАКТИКА

Программа производственной информационно-коммуникационной практики составлена на основе образовательного стандарта высшего образования по специальности 1-23 01 07 Информация и коммуникация, учебного плана учреждения образования по специальности 1-23 01 07 Информация и коммуникация, рег. № Фил-62-22/уч., утв. 01.06.2022.

Производственная информационно-коммуникационная практика представляет собой планомерную и целенаправленную деятельность по дальнейшему освоению обучающимися практических навыков по избранной специальности, углубленному закреплению теоретических знаний, развитию профессиональных компетенций студентов, приобретению и развитию ими творческих навыков.

Цель и задачи производственной информационно-коммуникационной практики

Цель производственной информационно-коммуникационной практики – создание условий для развития у студентов практических профессиональных умений и навыков, необходимых для информационно-коммуникационной деятельности, работы в области связей с общественностью, рекламы, корпоративной коммуникации, а также формирование гражданской ответственности, патриотизма и национального самосознания обучающихся на основе государственной идеологии; бережного отношения к культурным и духовным традициям белорусского народа.

В процессе прохождения практики решаются следующие **задачи**:

- создать условия для закрепления обучающимися полученных знаний в сфере информации и коммуникации и их мотивированного использования в реальной деятельности организаций;
- углубить и расширить полученные знания студентов по информационно-коммуникационной деятельности;
- способствовать совершенствованию профессиональных навыков будущих специалистов;
- содействовать развитию творческих способностей студентов;
- посредством приобщения студентов к сфере информационно-коммуникационной деятельности содействовать формированию нравственного и гражданского облика будущих специалистов и воспитания в них эстетического вкуса.

Продолжительность производственной информационно-коммуникационной практики

На проведение производственной информационно-коммуникационной практики учебный план предусматривает 216 часов (4 недели). Практика проводится по завершении 6-го семестра.

Требования к содержанию производственной информационно-коммуникационной практики

В результате прохождения производственной информационно-коммуникационной практики студент должен

знать:

- структуру и основные направления работы всех отделов и служб организации;
- основные направления работы рекламных и PR-отделов, пресс-служб и пресс-центров, редакций, в том числе корпоративных;

уметь:

- применять навыки информационно-коммуникационной деятельности в рамках выбранной специализации;
 - проявлять способности к самостоятельной деятельности в сфере рекламы, связей с общественностью;
 - готовить авторские материалы (отчет, репортаж, база данных, рассылка, информационный материал и др.);
 - составлять медиакит для пресс-конференций;
 - проектировать, создавать, редактировать информацию для корпоративных медиа;
 - принимать участие в редактировании информационных или рекламных текстов заказчика, подборе заголовков, построении образа;
 - обновлять сайт;
 - готовить пресс-релизы, тексты выступлений, материалы (в том числе слайды, фильмы) для пресс-конференций;
 - участвовать в подготовке и организации пресс-конференций и встреч;
 - вести мониторинг СМИ, составлять базы данных;
 - готовить информационные и аналитические статьи;
 - устанавливать контакты с представителями СМИ, организовывать мероприятия для представителей СМИ;
 - изучать публикации об организации, ее товарах и услугах в средствах массовой информации, готовить обзоры прессы;
 - знакомиться с опытом работы лучших сотрудников пресс-служб, отделов рекламы, рекламных и PR-агентств;
- #### ***владеть:***
- опытом разработки стратегий продвижения в социальных сетях, СМИ и офлайн;

- навыками создания контента для социальных сетей;
- навыками анализа эффективности работы в социальных сетях;
- опытом подготовки и выпуска корпоративных медиа;
- приемами PR- и рекламной деятельности;
- навыками работы в различных компьютерных программах;
- приемами подбора и адаптации текстов, графики, работы с онлайн-площадками.

Требования к организации производственной информационно-коммуникационной практики в соответствии с образовательным стандартом

Студенты проходят практику в пресс-центрах, пресс-службах, отделах по связям с общественностью государственных и негосударственных организаций, интернет-изданиях, в средствах массовой информации, на площадке «Службы медиакоммуникаций» учреждения образования «Брестский государственный университет имени А.С.Пушкина».

Подготовительный этап включает определение баз практики и руководителей практики от баз практики, предварительное заключение договоров о проведении практики, подготовку проекта приказа по университету о проведении практики, а также официальных направлений и заданий, выдаваемых студентам. В конце семестра, предшествующего практике, проводится курсовое собрание по организационно-методическим вопросам.

В начале курсового собрания руководитель практики от факультета:

- сообщает сроки начала и окончания практики, знакомит студентов с ее целями и задачами, основным содержанием и особенностями;
- зачитывает приказ о распределении студентов по базам практики, представляет руководителей от кафедры и руководителей от базы практики;
- знакомит студентов с их правами и обязанностями на период практики, с ее программой, формой отчета и сроками его предоставления руководителям практики для проверки, сроками и порядком подведения итогов практики.

Инструктаж по охране труда проводится руководителем практики от факультета в соответствии с инструкцией «О проведении инструктажей для обучающихся, убывающих на практику». Информация о сроках и содержании инструктажа фиксируется в соответствующем протоколе.

Во второй половине собрания руководители от кафедры конкретизируют программу практики для каждого студента.

Основной этап включает непосредственную работу студентов по выполнению заданий, в том числе и индивидуальных, предусмотренных программой практики, под руководством руководителей практики от баз практики. У студентов формируется навык выстраивания эффективной коммуникации в новых условиях, адаптации к правилам нового коллектива. Студенты учатся взаимодействовать со специалистами разного уровня и иерархии, получает опыт субординации в трудовом коллективе. Студенты получают навыки, связанные с использованием технических устройств, управлением информацией и работой с компьютером, сбора, анализа и распространения информации в соответствии с запросами целевой аудитории; получают опыт организации мероприятий, опыт аналитической работы в отношении результатов собственной деятельности и трудового коллектива; учатся оценивать полученные в ходе практики результаты. На этом этапе руководители практики от кафедры поддерживают связь с базами практики и при необходимости дают консультации практикантам.

Заключительный этап. Важным умением студентов на заключительном этапе работы является оформление отчетной документации в соответствии с требованиями программы практики.

Не позднее 3-х дней после окончания срока практики студенты сдают для проверки руководителю от кафедры отчетную документацию.

Форма промежуточной аттестации – дифференцированный зачет (в течение первых 2-х недель после окончания практики в соответствии с распоряжением по факультету).

Содержание производственной информационно-коммуникационной практики

Для эффективного прохождения производственной информационно-коммуникационной практики студенты используют знания, умения, навыки, сформированные в процессе изучения дисциплин «Теория и практика связей с общественностью», «Теория коммуникации», «Коммуникации общественных организаций», «Организация работы в коммуникационном агентстве», «Внутриорганизационная коммуникация», «Теория и практика рекламы» и др.

Производственная информационно-коммуникационная практика является логическим завершением изучения данных дисциплин и продолжает развивать умения и навыки обучающихся, полученные в ходе учебной ознакомительной и учебной информационной практик.

Направления деятельности обучающихся во время прохождения производственной информационно-коммуникационной практики, обеспечивающие закрепление теоретических знаний

– использование усвоенных теоретических знаний при анализе, комплексному планированию и оценке информационно-коммуникационной деятельности организации, которая является базой практики;

– определение закономерностей, прогнозирование тенденций в развитии коммуникационной деятельности организации; основных принципов взаимовлияния структуры организации и ее коммуникационных потоков, взаимодействие формальной и неформальной коммуникации в организации;

– использование социологических методов при анализе деятельности организации, стратегического и текущего планирования деятельности организации; методов комплексного анализа и оценки основных составляющих деятельности организации;

– организация разных видов информационно-коммуникационной деятельности и применение методов оценки эффективности коммуникационных проектов, применяемых в организации.

**Направления деятельности обучающихся во время прохождения
производственной информационно-коммуникационной практики,
обеспечивающие овладение практическими умениями
и навыками**

– сбор и обработка данных, необходимых для разработки коммуникационных проектов в соответствии с запросами целевой аудитории;

– комплексная оценка результатов информационно-коммуникационной деятельности организации;

– выстраивание эффективной коммуникации в новых условиях, адаптации к правилам нового коллектива;

– использование основных методов качественных и количественных исследований в области связей с общественностью;

– разработка комплексного PR-обеспечения субъекта общественных связей;

– участие в подготовке и проведении рекламных и PR-кампаний;

– составление плана работы рекламного отдела или PR-службы;

– подготовка информационных материалов о деятельности организации; участие в выставках, презентациях.

– проведение мониторинга, диагностики и выработка рекомендаций по оптимизации коммуникационной политики организации;

– установление контактов с представителями средств массовой информации, участие в организации мероприятий PR для представителей СМИ.

**Направления деятельности обучающихся во время прохождения
производственной информационно-коммуникационной практики,
обеспечивающие подготовку к самостоятельной
профессиональной деятельности**

- выработка навыков по установлению эффективной коммуникации с различными целевыми аудиториями и компетенций по комплексному сопровождению мероприятий;
- планирование деятельности организации по разным направлениям и исследование возможностей данного планирования;
- составление, анализ и интерпретация информации, необходимой для обоснования планов и принятия управленческих решений;
- получение опыта антикризисных коммуникаций, конфликтологической экспертизы; предложение пути и средств решения проблем в социально-коммуникативной сфере;
- использование инструментария информационной поддержки социально значимых специальных событий и мероприятий для формирования имиджа организации;
- формирование осмысленного понимания ценностных ориентиров, отражаемых и конструируемых PR- и рекламной коммуникацией и способствующих духовно-нравственному становлению гражданина и патриота.

Требования к содержанию и оформлению индивидуального задания

С целью дальнейшего знакомства с основными направлениями работы рекламных и PR-отделов, приобретения опыта в подготовке и проведении рекламных и PR-кампаний, усвоения приемов PR-деятельности и овладения навыками в области рекламного дела при прохождении информационно-коммуникационной практики студент должен:

- изучить структуру и основные направления работы всех отделов и служб организации (базы практики);
- самостоятельно разрабатывать план организации рекламной кампании, PR-кампании, план исследования эффективности рекламы;
- готовить тексты выступлений, материалы (в том числе слайды, фильмы) для пресс-конференций, пресс-релизы и т. д. (не менее 5);
- принимать участие в редактировании информационных или рекламных текстов заказчика, подборе заголовков, построении образа;
- участвовать в подготовке и организации пресс-конференций и встреч;
- вести мониторинг СМИ, составлять базы данных;

- устанавливать контакты с представителями средств массовой информации, организовывать мероприятия PR для представителей средств массовой информации;
- изучать публикации о предприятии, его товарах и услугах в средствах массовой информации, готовить обзоры прессы;
- подготовить не менее 7 авторских текстов информационного или рекламного содержания (заметка, интервью, отчет, репортаж, база данных, рассылка, информационные, рекламные материалы и др.);
- соблюдать правила внутреннего трудового распорядка базы практики и требования законодательства в области охраны труда;
- вести творческое досье (портфолио), к которому постоянно прилагать материалы, опубликованные (подготовленные) им за весь период обучения.

**Календарно-тематический план
прохождения производственной информационно-коммуникационной практики**

Этапы практики	Основное содержание работы	Сроки исполнения
Подготовительный	Подбор баз практики, руководителей практики от организаций, заключение договоров, подготовка необходимой документации.	Июнь
	Проведение курсового собрания по организационно-методическим вопросам.	Конец июня
Основной	Знакомство с базой практики, особенностями ее работы, планированием, спецификой взаимодействия отделов.	1-я неделя
	Знакомство с нормативной документацией организации	1-я неделя
	Выполнение индивидуального задания в соответствии с программой практики	1-4 недели
	Сбор и обработка материала в соответствии с содержанием программы практики	1-4 недели
Заключительный	Анализ собственной практической работы в организации	4-я неделя
	Обработка и систематизация результатов, полученных в рамках практики	4-я неделя
	Подготовка отчетной документации (в соответствии с перечнем).	4-я неделя

[К содержанию](#)

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Арсентьева, Г. Л. Теория и практика радиожурналистики : учеб.-метод. пособ. / Г. Л. Арсентьева. – Казань : Казан. ун-т, 2016. – 71 с. – URL: https://kpfu.ru/staff_files/F1976246515/ARSENTEVA_Teoriya_i_praktika_radiozhurnalistiki.pdf (дата обращения: 05.06.2025).
2. Бердышев, С. Н. Рекламный текст: Методика составления и оформления / С. Н. Бердышев // Рекламный текст: Методика составления и оформления // Веселка. – URL: <http://www.e-reading.club/book.php?book=102994> (дата обращения: 05.06.2025).
3. Березин, В. М. Фотожурналистика : учеб. для академического бакалавриата / В. М. Березин. – М. : Издательство Юрайт, 2016. – 226 с. – URL: <https://static.my-shop.ru/product/pdf/207/2069843.pdf> (дата обращения: 05.06.2025).
4. Вайцехович, Н. Ю. Теория информации и коммуникации : учеб.-метод. пособие / Н. Ю. Вайцехович. – Минск : БГУКИ, 2018. – 326 с. – URL: <https://e.lanbook.com/book/176062> (дата обращения: 12.06.2025).
5. Гохберг, Г. С. Информационные технологии : учеб. / Г. С. Гохберг, А. В. Зафиевский, А. А. Короткин. – 9-е изд., перераб. и доп. – М. : Издательский центр «Академия», 2014. – 240 с. – URL: https://kki.tuva.muzkult.ru/media/2020/11/15/1242224592/Goxberg_G.S._Informacionny_e_tehnologii.pdf (дата обращения: 05.06.2025).
6. Градюшко, А. А. Принципы создания новостных текстов в интернет-журналистике / А. А. Градюшко. – URL: <http://docplayer.ru/45198773-Principyu-sozdaniya-novostnyh-tekstov-v-inter-net-zhurnalistike.html> (дата обращения: 05.06.2025).
7. Дворников, Д. В. Спичрайтинг. Практические советы по написанию текстов публичных выступлений / Д. В. Дворников. – М. : «Издательство «Этерна», 2021. – URL: https://bookz.ru/authors/denis-dvornikov/spi4rait_397/1-spi4rait_397.html (дата обращения: 05.06.2025).
8. Добросклонская, Т. Г. Медиалингвистика: теория, методы, направления / Т. Г. Добросклонская. – М. : Флинта, 2020. – 180 с. – URL: http://medialing.spbu.ru/upload/files/file_1600671409_8213.pdf (дата обращения: 05.06.2025).
9. Дурович, А. П. Менеджер по рекламе и продвижению товаров : производственно-практическое издание / А. П. Дурович, Н. И. Гришко. – Минск : Современная школа, 2010. – 288 с.
10. Душкина, М. Р. Технологии рекламы и связей с общественностью в маркетинге : учеб. для вузов / М. Р. Душкина. – М. : Издательство Юрайт, 2020. – 462 с. – URL: <https://avidreaders.ru/book/teh-nologii-reklamy-i-svyazey-s-obschestvenno-styu.-html> (дата обращения: 05.06.2025).

11. Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью : учеб. пособ. для вузов / С. М. Емельянов. – 3-е изд., перераб и доп. – М. : Юрайт, 2024. – 218 с.

12. Жильцова, О. Н. Связи с общественностью : учеб. пособ. для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. – М. : Издательство Юрайт, 2019. – 337 с. – URL: <https://avidreaders.ru/book/svyazi-s-obschestvennostyu-uchebnoe-posobie-dlya.html> (дата обращения: 05.06.2025).

13. Калачева, И. И. Социальная реклама (с электронным приложением) : учеб. пособие для вузов по спец. «Социальные коммуникации» / И. И. Калачева ; Белорусский государственный университет. – Минск : БГУ, 2017. – 135 с.

14. Кафтан, В. В. Теория коммуникации : учебник для направлений бакалавриата и магистратуры «Политология», «Реклама и связи с общественностью» / В. В. Кафтан. – М. : КноРус, 2025. – 432 с.

15. Клундук, С. С. Брендинговые коммуникации : электронный учеб.-метод. комплекс / Брест. гос. ун-т им. А. С. Пушкина ; сост. С. С. Клундук. – Брест : БрГУ, 2024. – URL: <https://rep.brsu.by/handle/123456789/10297> (дата обращения: 30.06.2025).

16. Клундук, С. С. Корпоративный медиабрендинг : электрон. учеб.-метод. комплекс / С. С. Клундук ; Брест. гос. ун-т им. А. С. Пушкина. – Брест : БрГУ, 2024. – URL: <https://rep.brsu.by/handle/123456789/10296> (дата обращения: 30.06.2025).

17. Клундук, С. С. Основы информационно-коммуникационной деятельности : электронный учеб.-метод. комплекс / автор-сост. С. С. Клундук ; Брестск. гос. ун-т имени А. С. Пушкина, каф. белор. и русс. литературоведения и журналистики. – Брест : Изд-во БрГУ, 2025. – URL: <https://rep.brsu.by/handle/123456789/10304> (дата обращения: 30.06.2025).

18. Клундук, С. С. Публіцыстычны дыскурс сучасных СМІ : вучэб.-метаад. комплекс / аўтар-склад. С. С. Клундук ; Брэсцк. дзярж. ун-т імя А. С. Пушкіна, каф. рускай літаратуры і журналістыкі. – Брэст : Выд-ва БрДУ, 2020. – 101 с.

19. Клундук, С. С. Современные технологии медиа : электронный учеб.-метод. комплекс / автор-сост. С. С. Клундук ; Брестск. гос. ун-т имени А. С. Пушкина, каф. белорусского и русского литературоведения и журналистики. – Брест : Изд-во БрГУ, 2024. – URL: <https://rep.brsu.by/bitstream/handle/123456789/10298> (дата обращения: 30.06.2025).

20. Клундук, С. С. Технологии создания медиатекстов : электронный учеб.-метод. комплекс / автор-сост. С.С. Клундук ; Брестск. гос. ун-т имени А. С. Пушкина, каф. белор. и русс. литературоведения и журналистики. – Брест : Изд-во БрГУ, 2025. – URL:

<https://rep.brsu.by/handle/123456789/10309?show=full> (дата обращения: 30.06.2025).

21. Клундук, С. С. Часопісная перыёдыка Беларусі : вучэбна-метадычны комплекс для студэнтаў спецыяльнасці 1-23 01 08-01 «Журналістыка (друкаваныя СМІ)» / С. С. Клундук / Установа адукацыі «Брэсцкі дзяржаўны ўніверсітэт ім. А. С. Пушкіна». – Брэст : БрДУ, 2019. – 106 с.

22. Клундук, С. С. Язык и стиль средств массовой коммуникации : электронный учеб.-метод. комплекс / автор-сост. С. С. Клундук ; Брестск. гос. ун-т имени А. С. Пушкина, каф. белор. и русс. литературоведения и журналистики. – Брест : Изд-во БрГУ, 2025. – URL: <https://rep.brsu.by/handle/123456789/10314> (дата обращения: 30.06.2025).

23. Колесниченко, А. В. Основы журналистской деятельности : учеб. пособ. для вузов / А. В. Колесниченко. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2018. – 341 с. – URL: <https://static.my-shop.ru/product/pdf/296/2957025.pdf> (дата обращения: 05.06.2025).

24. Колик, А. В. Брендинговые корпоративные коммуникации : электронный учеб.-метод. комплекс для специальности: 1-23 81 08 «Медиакоммуникации» / А. В. Колик ; БГУ, Фак. журналистики. – Минск : БГУ, 2018. – 40 с. – URL: <https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/215016/1/Брендинговые%20корпоративные%20коммуникации.pdf> (дата обращения: 05.06.2025).

25. Коноваленко, В. А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность : учеб. для бакалавров / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. – М. : Издательство Юрайт, 2020. – 383 с. – URL: <https://avidreaders.ru/book/reklama-i-svyazi-s-obschestvennostyu-vvedenie.html> (дата обращения: 05.06.2025).

26. Коноваленко, М. Ю. Теория коммуникации : учеб. для вузов / М. Ю. Коноваленко, В. А. Коноваленко. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Юрайт, 2024. – 415 с.

27. Кривоносов, А. Д. Основы теории связей с общественностью / А. Д. Кривоносов, О. Г. Филатова, М. А. Шишкина. – М. : Питерпрогресс книга, 2018. – 286 с. – URL: <https://studfile.net/preview/7122469/> (дата обращения: 05.06.2025).

28. Кузнецов, П. А. Public Relations. Связи с общественностью для бизнеса / Кузнецов П. А. – М. : Дашков и К, 2019. – 294 с. – URL: <http://www.studmedlib.ru/kk/book/-ISBN9785394031502.html> (дата обращения: 05.06.2025).

29. Мандель, Б. Р. PR: методы работы со средствами массовой информации : учеб. пособ. / Б. Р. Мандель. – М. : Вузовский учебник, 2012. – 206 с.

30. Некоммерческие организации : учеб. пособ. для вузов / В. В. Кулаков [и др.] ; под ред. В. В. Кулакова. – М. : Юрайт, 2024. – 223 с.

31. Нікановіч, Д. А. Журналісцкае майстэрства : вучэб.-метад. комплекс / Д. А. Нікановіч [і інш.] ; пад агул. рэд. В. М. Самусевіч, Д. А. Нікановіча. – Мінск : БДУ, 2020. – URL: <https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/248068/1/Nikanovich.pdf> (дата абрацэння: 05.06.2025).

32. Нікановіч, Д. А. Тэорыя і практыка менеджменту кантэнту беларускіх СМІ / Д. А. Нікановіч ; навук. рэд. В. М. Самусевіч. Мінск : БДУ, 2018. – 187 с. – URL: <https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/196625/1/nikanovich.pdf> (дата абрацэння: 05.06.2025).

33. Основы журналистской деятельности : учебник для гуманитарных специальностей вузов : рекомендовано УМО РФ / С. Г. Корконосенко, Л. Е. Кройчик, В. Д. Мансурова, В. А. Сидоров ; ред. С. Г. Корконосенко. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Юрайт, 2024. – 332 с.

34. Петрова, Н. Е. Язык современных СМИ: средства речевой агрессии : учеб. пособие для вузов / Н. Е. Петрова, Л. В. Рацибурская. – 2-е изд. – М. : Флинта ; Наука, 2016. – 160 с. – URL: <https://bylib.org/book/2911492/daf9f0?id=2911492&secret=daf9f0> (дата абрацэння: 05.06.2025).

35. Подобед, Д. А. Пресс-служба. Связи с общественностью в органах власти : учеб. пособ. / Д. А. Подобед, А. О. Катькало, Д. А. Боброва. – Ростов н/Д, 2016. – 139 с. – URL: http://www.rgups.ru/site/as-sets/files/50320/podobed_posobie.pdf (дата абрацэння: 05.06.2025).

36. Сидорская, И. В. Теория коммуникаций : учебно-методический комплекс для студентов факультета журналистики, обучающихся по специальности 1-23 01 07-01 «Информация и коммуникация (технологии коммуникации)» / И. В. Сидорская. – Минск : БГУ, 2008. – 163 с.

37. Скибицкая, Л. В. История коммуникации : электрон. учеб. пособие / Л. В. Скибицкая ; Брест. гос. ун-т им. А. С. Пушкина. – Брест : БрГУ, 2025. – URL: <http://rep.brsu.by:80/handle/123456789/10292> (дата абрацэння: 08.06.2025).

38. Скибицкая, Л. В. Коммуникация общественных организаций : электрон. учеб. пособие / Л. В. Скибицкая ; Брест. гос. ун-т им. А. С. Пушкина. – Брест : БрГУ, 2025. – URL: <http://rep.brsu.by/handle/123456789/10192> (дата абрацэння: 08.06.2025).

39. Скибицкая, Л. В. Коммуникация общественных организаций : электрон. учеб. пособие / Л. В. Скибицкая ; Брест. гос. ун-т им. А. С. Пушкина. – Брест : БрГУ, 2025. – URL: <http://rep.brsu.by/handle/123456789/10192> (дата абрацэння: 08.06.2025).

40. Скибицкая, Л. В. Теория и практика рекламы : электрон. учеб. пособие / Л. В. Скибицкая ; Брест. гос. ун-т им. А. С. Пушкина. – Брест : БрГУ, 2025. – URL: <http://rep.brsu.by/handle/123456789/10294> (дата обращения: 08.06.2025).

41. Скибицкая, Л. В. Теория рекламы : электрон. учеб. пособие / Л. В. Скибицкая ; Брест. гос. ун-т им. А. С. Пушкина. – Брест : БрГУ, 2025. – URL: <http://rep.brsu.by:80/handle/123456789/10300> (дата обращения: 08.06.2025).

42. Скибицкая, Л. В. Теория связей с общественностью : электрон. учеб. пособие / Л. В. Скибицкая ; Брест. гос. ун-т им. А. С. Пушкина. – Брест : БрГУ, 2025. – URL: <http://rep.brsu.by/handle/123456789/10303> (дата обращения: 08.06.2025).

43. Смаль, В. Н. Основы журналистики : электронный учеб.-метод. комплекс / автор-сост. В. Н. Смаль ; Брест. гос. ун-т им. А. С. Пушкина. – Брест : Изд-во БрГУ, 2025. – URL: <https://rep.brsu.by/handle-/123456789/10365> (дата обращения: 30.06.2025).

44. Современный медиатекст : учеб. пособие [для студентов, аспирантов и преподавателей вузов, слушателей ИПК] : допущено УМО РФ / ред. Н. А. Кузьмина ; рец.: Н. И. Клушина, Е. А. Баженова. – 5-е изд., стер. – М. : Флинта, 2024. – 410 с.

45. Стратегические коммуникации. Теория и практика : учеб. пособие / под редакцией В. А. Евстафьева, Т. Э. Гринберг. – М. : Аспект Пресс, 2023. – 262 с. – URL: <https://e.lanbook.com/book/324449> (дата обращения: 12.06.2025).

46. Толоконникова, А. В. Журналистика и медиа : учеб. пособие / А. В. Толоконниковой // Под ред. А. В. Толоконниковой. – М., 2022. – 153 с. – URL: https://profil.mos.ru/media/images/documents/uch_pos/Zhurnalists-tika_i_media.pdf (дата обращения: 12.06.2025).

47. Федотова, Л. Н. Реклама: теория и практика : учеб. для гуманитарных направлений и спец. вузов : рекомендовано УМО РФ / Л. Н. Федотова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮРАЙТ, 2024. – 449 с.

[К содержанию](#)

ПРИЛОЖЕНИЯ

ПРИЛОЖЕНИЕ 1.

Образец оформления титульного листа отчета

УТВЕРЖДАЮ

Руководитель

_____ (название базы практики)

_____ (подпись) (Фамилия И.О.)

« _____ » _____ 20 г.

Учреждение образования

«Брестский государственный университет имени А.С.Пушкина»

факультет филологический

кафедра белорусского и русского литературоведения и

журналистики

ОТЧЕТ

о прохождении учебной информационной практики

(название практики)

_____ (Фамилия И.О. студента)

студента _____ курса _____ группы

специальности 6-05-0321-02 Информация и коммуникация

Место прохождения практики

Руководитель практики от базы практики

_____ (должность, Фамилия И.О.)

Отчет проверен:

руководитель практики от базы практики

_____ (дата, подпись)

Отчет защищен с отметкой

_____ (дата, подпись)

Руководитель практики от кафедры _____

_____ (дата, подпись)

Брест 20

К содержанию

ПРИЛОЖЕНИЕ 2.

Образец оформления титульного листа дневника

Учреждение образования
«Брестский государственный университет имени А.С.Пушкина»

ДНЕВНИК УЧЕБНОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПРАКТИКИ

Иванова Петра Сергеевича,
студента I курса филологического факультета
специальности «Информация и коммуникация»

Календарные сроки практики:

начало « ____ » _____ 20__ г.

окончание « ____ » _____ 20__ г.

Название организации

(полное название базы практики)

Руководитель практики от организации

(Ф. И. О., должность)

Руководитель практики от кафедры

(Ф. И. О., должность, ученое звание, ученая степень)

Брест, 20__

К содержанию

ПРИЛОЖЕНИЕ 3.

Образец оформления дневника

Краткое описание выполненной работы

Дата	Содержание работы

К содержанию

ПРИЛОЖЕНИЕ 4.

Примерный список базовых организаций для прохождения практик

1. Администрация Московского района г. Бреста
2. Брестская городская организация Общественного объединения «Белорусский республиканский союз молодежи»
3. Главное управление идеологической работы и по делам молодежи Брестского облисполкома
4. Государственное природоохранное учреждение «Национальный парк “Беловежская пуща”»
5. Государственное учреждение “Заслуженный коллектив Республики Беларусь «Брестский театр кукол”».
6. Государственное учреждение «Редакция газеты “Брестский вестник”»
7. Государственное учреждение «Редакция газеты “Единство”»
8. Государственное учреждение «Хоккейный клуб “Брест”»
9. Государственное учреждение культуры «Брестская районная централизованная клубная система»
10. Государственное учреждение культуры «Историко-мемориальный музей “Усадьба Немцевичей”»
11. Государственный комитет судебных экспертиз Республики Беларусь
12. Закрытое акционерное общество «Второй национальный телеканал»
13. Издательское учреждение «Редакция Ивановской районной газеты “Янаўскі край”»
14. Иностранное предприятие «ИНКО-ФУД» Общество с ограниченной ответственностью
15. Коммунальное унитарное информационное предприятие «Редакция Березовской районной газеты “Маяк”»
16. Коммунальное унитарное информационное предприятие «Редакция Брестской областной газеты “Заря”»
17. Коммунальное унитарное информационное предприятие «Редакция Брестской областной газеты “Заря”» (отдел «Редакция газеты “Голас часу”»)
18. Коммунальное унитарное информационное предприятие «Редакция Брестской областной газеты “Заря”» (отдел «Редакция газеты “Сельская праўда”»)
19. Коммунальное унитарное информационное предприятие «Редакция газеты “Пінскі веснік”»
20. Общество с дополнительной ответственностью «Панда»
21. Общество с ограниченной ответственностью «БелСоккер»
22. Общество с ограниченной ответственностью «Буг-ТВ»

23. Общество с ограниченной ответственностью «ДП Интерпрайзис»
24. Общество с ограниченной ответственностью «Модная лавка»
25. Общество с ограниченной ответственностью «Папилиопродакшн»
26. Общество с ограниченной ответственностью «Санта Импэкс»
27. Открытое акционерное общество «Брестский радиотехнический завод»
28. Открытое акционерное общество «Жабинковский комбикормовый завод»
29. Открытое акционерное общество «Кобринский маслодельно-сыродельный завод»
30. Открытое акционерное общество «Малоритский консервноовощесушильный комбинат»
31. Производственное республиканское унитарное предприятие «Брестоблгаз»
32. Редакция газеты «Вечерний Брест» Общество с ограниченной ответственностью
33. Республиканское унитарное предприятие «Брестэнерго»
34. Республиканское унитарное предприятие радиотелецентр «Телерадиокомпания “Брест”»
35. Совместное общество с ограниченной ответственностью «ПП Полесье»
36. Совместное предприятие открытое акционерное общество «Спартак»
37. Совместное предприятие «Санта Бремор» Общество с ограниченной ответственностью
38. Унитарное предприятие по оказанию услуг «Санта Рест»
39. Учреждение «Каменецкая районная редакция газеты “Навіны Камянеччыны”»
40. Учреждение «Редакция газеты «Драгічынскі веснік»
41. Учреждение «Редакция районной газеты “Кобринский вестник”»
42. Учреждение Администрации Президента Республики Беларусь «Издательский дом “Беларусь сегодня”»
43. Учреждение образования «Брестский государственный областной центр молодёжного творчества»
44. Учреждение образования «Брестский государственный университет имени А.С. Пушкина», служба медиакommunikаций
45. Частное телевизионное унитарное предприятие «Интерактивное телевидение» (телеканал «Лагуна ТВ»)

[К содержанию](#)

Учебное издание

УЧЕБНЫЕ И ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ ПРАКТИКИ

Методические рекомендации

[К содержанию](#)