

ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА: ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКАЯ

42.03.01 Реклама и связи с общественностью,

направленность (профиль): «Современные коммуникации и реклама»

Уровень бакалавриата

Квалификация выпускника

Бакалавр

1. Указание вида практики, способа (при наличии) и формы (форм) ее проведения

Производственная практика (профессионально-творческая практика), может проводиться в профильных организациях, структурном подразделении Института.

Практика проводится дискретно.

Практика для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов проводится с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

Для руководства практикой назначается руководитель практики от организации из числа лиц, относящихся к профессорско-преподавательскому составу Института, который:

- составляет рабочий график (план) проведения практики;
- разрабатывает индивидуальные задания для обучающихся, выполняемые в период практики;
- участвует в распределении обучающихся по рабочим местам и видам работ в организации;
- осуществляет контроль за соблюдением сроков проведения практики и соответствием ее содержания требованиям, установленным ОПОП ВО;
- оказывает методическую помощь обучающимся при выполнении ими индивидуальных заданий;
- оценивает результаты прохождения практики обучающимися.

Для руководства практикой, проводимой в профильной организации, назначаются руководитель (руководители) практики из числа лиц, относящихся к профессорско-преподавательскому составу Института, и руководитель (руководители) практики из числа работников профильной организации.

Руководитель практики от профильной организации:

–согласовывает индивидуальные задания, содержание и планируемые результаты практики;

- предоставляет рабочие места обучающимся;
- обеспечивает безопасные условия прохождения практики обучающимся, отвечающие санитарным правилам и требованиям охраны труда;

– проводит инструктаж обучающихся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка.

Обучающиеся, совмещающие обучение с трудовой деятельностью, вправе проходить производственную практику по месту трудовой деятельности в случаях, если профессиональная деятельность, осуществляемая ими, соответствует требованиям к содержанию практики.

Обучающиеся в период прохождения практики:

- выполняют индивидуальные задания, предусмотренные программой практики;
- соблюдают правила внутреннего трудового распорядка;
- соблюдают требования охраны труда и пожарной безопасности.

2. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

Производственная практика (профессионально-творческая) направлена на формирование у обучающихся следующих компетенций: УК-3; УК-9; УК-10; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПКО-1; ПКО-2; ПКО-3; ПК-1; ПК-2 в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП Института на данном этапе практики. Компетенции формируются частично.

Код компет енции	Содержание компетенции	Индикаторы достижения компетенций
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.2. Формулирует и учитывает в своей деятельности особенности поведения групп людей, выделенных в зависимости от поставленной цели; УК-3.3. Анализирует возможные последствия личных действий и планирует свои действия для достижения заданного результата
УК-9.	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9.1. Знает понятийный аппарат экономической науки, базовые принципы функционирования экономики, цели и механизмы основных видов социальной экономической политики УК-9.2. Умеет использовать методы экономического и финансового планирования для достижения поставленной цели УК-9.3. Владеет навыками применения экономических инструментов для управления финансами, с учетом экономических и 10

		финансовых рисков в различных областях жизнедеятельности
УК-10.	Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности	<p>УК-10.1. Знает основные термины и понятия Гражданского права, используемые в Антикоррупционном законодательстве, Действующее антикоррупционное законодательство и практику его применения</p> <p>УК-10.2. Умеет правильно толковать гражданско-правовые термины, Используемые в антикоррупционном законодательстве; давать оценку коррупционному поведению и применять на практике антикоррупционное законодательство</p> <p>УК-10.3. Владеет навыками правильного толкования гражданско-правовых терминов, используемых в антикоррупционном законодательстве, а так же навыками применения на практике антикоррупционного законодательства, правовой квалификацией коррупционного поведения и его пресечения</p>
ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	<p>ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ</p> <p>ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p>
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или)	<p>ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития</p> <p>ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей</p>

	коммуникационных продуктах	с общественностью и/или коммуникационных продуктов.
ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса ОПК-3.2. Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
ОПК-6	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение ОПК-6.2. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение

		<p>на всех этапах</p> <p>создания текстов рекламы и</p> <p>связей с общественностью и (или) иных</p> <p>коммуникационных продуктов</p>
ОПК-7	<p>Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности</p>	<p>ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности</p> <p>ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом</p>
ПКО-1	<p>Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p>	<p>ПКО-1.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью</p> <p>ПКО-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии</p> <p>ПКО-1.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p>
ПКО-2	<p>Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта</p>	<p>ПКО-2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта</p> <p>ПКО-2.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта</p> <p>ПКО-2.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании</p> <p>ПКО-2.4. Применяет инструменты трансляции</p>

		миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде
ПКО-3	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	<p>ПКО-3.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта</p> <p>ПКО-3.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта</p> <p>ПКО-3.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами</p>
ПК-1	Способен организовать продвижение продукции СМИ	<p>ПК-1.1. Осуществляет организацию маркетинговых исследований в области СМИ</p> <p>ПК-1.2. Осуществляет разработку маркетинговой стратегии для продукции СМИ</p> <p>ПК-1.3. Осуществляет организацию мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ</p> <p>ПК-1.4. Осуществляет контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ</p>
ПК-2	Способен осуществлять управление (менеджмент) информационными ресурсами	<p>ПК-2.1. Организует работу по созданию и редактированию контента</p> <p>ПК-2.2. Осуществляет управление информацией из различных источников</p>

3. Указание объема и места практики в структуре ОПОП ВО

Производственная практика является элементом части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 2 образовательной программы. Организация практики на всех этапах направлена на овладение студентами профессиональной деятельностью в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата) к уровню подготовки выпускника.

№ этапов	Наименование разделов и тем	Количество часов (очная, очно-заочная,
----------	-----------------------------	--

		заочная форма)
4 семестр		
1	Подготовительный этап	4
	Инструктаж по этапам прохождения практики и оценки компетенций.	1
	Инструктаж прохождения практики обучающимся, отвечающие санитарным правилам и требованиям охраны труда	1
	инструктаж обучающихся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка	2
2	Содержательный этап	310
	Знакомство с организацией	70
	Нормативно-правовое обеспечение деятельности организации	70
	Изучение маркетинговой среды организации	70
	Работа в качестве помощника специалиста рекламного отдела или отдела связей с общественностью	100
3	Результативно-аналитический этап	6
4	Контроль (зачет с оценкой 4 семестр)	4
Итого:		324 (9 ЗЕ)
6 семестр		
1	Подготовительный этап	4
	Инструктаж по этапам прохождения практики и оценки компетенций.	1
	Инструктаж прохождения практики обучающимся, отвечающие санитарным правилам и требованиям охраны труда	1
	инструктаж обучающихся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка	2
2	Содержательный этап	310
	Изучение рекламной деятельности организации	70
	Изучение деятельности в области связей с общественностью организации	70
	Информационные технологии для решения коммуникационных задач	70
	Освоение исследовательской и аналитической деятельности специалиста рекламного отдела или отдела связей с общественностью	100

3	Результативно-аналитический этап	6
4	Контроль (зачет с оценкой 6 семестр)	4
Итого:		324 (9 ЗЕ)

4. Указание форм отчетности по практике

1. Дневник производственной практики
2. Индивидуальное задание на производственную практику
3. Оценочный лист прохождения практики