



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

Н.И. Архипова

2018 г.

**Аннотации практик образовательной программы по направлению
42.03.01. «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»
Направленность «Современные коммуникации и реклама»**

Блок II	ПРАКТИКИ
Б2.У.1	<p>Учебная практика - Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности</p> <p>Учебная практика является обязательной частью образовательного процесса по направлению подготовки бакалавров 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью». Учебная практика реализуется на факультете управления кафедрой маркетинга и рекламы.</p> <p>Цель практики: ознакомление студентов с будущей профессией, получение первичных профессиональных навыков по избранной специальности, закрепление студентами полученных за период обучения знаний и подготовка к углубленному изучению дисциплин в области рекламы и PR .</p> <p>Задачи:</p> <ol style="list-style-type: none">1. закрепление и реализация теоретических знаний студентов, обучающихся по направлению «Реклама и связи с общественностью»;2. ознакомление с основными направлениями работы в рекламной и PR-деятельности. <p>Учебная практика - практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности направлена на формирование следующих компетенций</p> <p>способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);</p> <p>способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);</p> <p>готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-9)</p> <p>способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1).</p> <p>В результате освоения программы практики обучающийся должен знать:</p>

	<p>систему современного русского и иностранного языков; нормы словоупотребления; пути и средства профессионального карьерного роста, самообразования и самосовершенствования, закономерности профессионально-творческого и культурно-нравственного развития, а так же инструменты самоорганизации; способы коммуникации решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия ; функции в области рекламы и связей общественностью; правила техники безопасности</p> <p>уметь:</p> <p>критически оценивать свои достоинства и недостатки, наметить пути и выбрать средства развития достоинств и устранения недостатков;</p> <p>осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах</p> <p>владеть:</p> <p>различными формами, видами устной и письменной коммуникации в учебной и профессиональной деятельности; технологиями самостоятельной подготовки текстов различной жанрово-стилистической принадлежности, культурой речи; иностранным языком на уровне устного и письменного взаимодействия с носителем языка, с целью достижения взаимопонимания в профессиональной области; навыками организации самообразования, технологиями приобретения, использования и обновления функциональных, когнитивных, личных и этических компетенций</p> <p>Рабочей программой практики предусмотрены следующие виды контроля: текущая аттестация в форме предоставления отчета по практике, дневника практики, характеристики с места практики, промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой</p> <p>Общая трудоемкость освоения учебной практики составляет 3 зачетные единицы.</p>
<p>Б2.П</p> <p>Б2.П.1</p>	<p>Производственная практика - практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности;</p> <p>Производственная практика является обязательной частью образовательного процесса по направлению подготовки бакалавров 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью».</p> <p>Цель: является подготовка студентов к выполнению выпускной работы и к будущей деятельности: организация работы по рекламированию производимой продукции (услуг), участие в проведении маркетинговых и медиа-исследованиях, разработка рекомендаций по ATL и BTL, участие в планировании и проведении рекламных кампаний и оценке их экономической, коммуникационной эффективности в соответствии с целью и задачами выпускной работы, выбранной темой, на основе применения теоретических знаний, полученных в период обучения в университете, и практических навыков, приобретенных за время прохождения предыдущих видов практики.</p> <p>Задачи:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. применение теоретических знаний и ранее полученных навыков в решении конкретных практических задач в сфере рекламы и PR; 2. развитие умения проводить научно-обоснованный анализ организационной структуры компании с помощью современных методов исследований для их всестороннего изучения и описания; 3. развитие умения разрабатывать комплекс коммуникационных решений, привязанных к маркетинговым; 4. сопоставление коммуникационных показателей, достигнутых в ходе реализации медийной кампании с показателями данной кампании, поиск

зависимостей;

5. участие в творческом процессе в рекламном агентстве, создании креативных материалов;

6. сбор, обобщение и систематизация материалов.

Программа практики направлена на формирование следующих компетенций:

способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4);

способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);

способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);

готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-9).

способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);

владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2);

обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);

умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);

умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5);

способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6).

способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);

владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);

владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);

владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);

способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5);

способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);

способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);

способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных

средств рекламы (ПК-8);
способностью проводить маркетинговые исследования (ПК-9);
способностью организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10);
способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11);

В результате освоения программы практики обучающийся должен
Знать:

социальную значимость своей будущей профессии, обладает высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности; права и обязанности как гражданина своей страны, действующее законодательство Российской Федерации, правовые документы в своей деятельности; основы менеджмента и маркетинга; правила создания текстов, копирайтинг, этапы организации коммуникационных кампаний, методы оценки эффективности кампаний.

Уметь

использовать нормативные правовые документы в своей деятельности; работать с информацией в глобальных компьютерных сетях ; осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта; работать в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах (ПК-планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия; обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы; проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий.

владеть:

методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, правилами речевого этикета и ведения диалога, базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, владеет навыками литературного редактирования, копирайтинга, навыками брендинга, медиапланирования, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами; навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве; навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации; способностью к участию в проектировании в области рекламы и связей с общественностью фирмы, организации, обеспечению средств и методов по реализации проектов, участию в организации работы проектных команд; навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт); способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; участвовать в

Б2.П.2	<p>формировании и поддержании корпоративной культуры, навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов.</p> <p>Рабочей программой практики предусмотрены следующие виды контроля: текущая аттестация в форме предоставления отчета по практике, дневника практики, характеристики с места практики, промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой.</p> <p>Общая трудоемкость освоения производственной практики составляет 12 зачетных единиц.</p> <p>Научно-исследовательская работа (НИР)</p> <p>Научно-исследовательская работа является частью цикла практик по направлению подготовки бакалавров 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью» (профиль Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере). НИР реализуется на факультете управления кафедрой маркетинга и рекламы.</p> <p>Цель: формирование способности и готовности к выполнению профессиональных функций в академических и отраслевых научно-исследовательских организациях; к исследовательской, аналитической и инновационной деятельности в профессиональных областях, соответствующих направлению подготовки.</p> <p>Задачи:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ведение библиографической работы с привлечением современных информационных технологий; 2. постановка и решение задач профессиональной деятельности, возникающих в ходе выполнения научно-исследовательской работы; 3. выбор необходимых методов исследования (модификации существующих, разработки новых методов), исходя из задач конкретного исследования; 4. применение современных информационных технологий при проведении 5. научных и прикладных исследований; 6. анализ и обработка полученных результатов, представление их в виде завершенных научно-исследовательских разработок (отчета по научно-исследовательской работе, тезисов докладов, научных статей). <p>НИР направлена на формирование следующих компетенций:</p> <p>способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1); владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2); владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3); владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4); способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5); способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной</p>
--------	--

Б2.П.3	<p>инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);</p> <p>способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);</p> <p>способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8);</p> <p>способностью проводить маркетинговые исследования (ПК-9);</p> <p>способностью организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10);</p> <p>способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11);</p> <p>В результате освоения НИР обучающийся должен:</p> <p>Знать:</p> <p>основные принципы исследовательского процесса; методы научного поиска; основные направления научных исследований в коммуникационной деятельности.</p> <p>Уметь:</p> <p>составлять план НИР; проводить научные исследования; подготавливать необходимые материалы для НИР.</p> <p>Владеть:</p> <p>основными инструментами исследований в коммуникационной деятельности; основными методами научного поиска; навыками подготовки материалов, необходимых в ходе проведения НИР и подготовки отчета по НИР.</p> <p>Рабочей программой НИР предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме научного доклада, реферата, статьи; промежуточная аттестация в форме экзамена.</p> <p>Общая трудоемкость НИР составляет 10 зачетных единиц.</p> <p>Преддипломная практика</p> <p>Преддипломная практика является частью образовательного процесса по направлению подготовки бакалавров 42.03.01. Реклама и связи с общественностью.</p> <p>Цель практики: расширение профессиональных знаний, полученных ими в процессе обучения, и формирование практических умений и навыков ведения самостоятельной рекламной и PR- деятельности, а также сбор материалов и информации для написания выпускной квалификационной работы бакалавра.</p> <p>Задачи:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. применение теоретических знаний и ранее полученных навыков в решении конкретных практических задач в сфере рекламы и PR; 2. развитие умения проводить научно-обоснованный анализ организационной структуры компании с помощью современных методов исследований для их всестороннего изучения и описания; 3. развитие умения разрабатывать комплекс коммуникационных решений, привязанных к маркетинговым, коммуникационным задачам в соответствии с выбранной темой выпускной работы; 4. сопоставление коммуникационных показателей, достигнутых в ходе реализации медийной кампании с показателями данной кампании, поиск зависимостей; 5. участие в творческом процессе в коммуникационном агентстве, создании
--------	--

креативных материалов в соответствии с выбранной темой выпускной работы;

6. сбор, обобщение и систематизация материалов для всех разделов выпускной работы по заранее утвержденной теме.

Процесс практики направлен на формирование следующих компетенций:

способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);

способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);

способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);

способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4);

способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);

способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);

способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);

способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-8);

готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-9).

способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);

владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2);

обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);

умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);

умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5);

способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6).

способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);

владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);

владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);

владением навыками подготовки проектной документации (технико-

экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);

способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5);

способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);

способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);

рекламно-информационная деятельность:

способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8);

способностью проводить маркетинговые исследования (ПК-9);

способностью организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10);

способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11);

По итогам прохождения практики обучающийся должен

Знать:

социальную значимость своей будущей профессии, обладает высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности; права и обязанности как гражданина своей страны, действующее законодательство Российской Федерации, правовые документы в своей деятельности; основы менеджмента и маркетинга; правила создания текстов, копирайтинг, этапы организации коммуникационных кампаний, методы оценки эффективности кампаний.

уметь

использовать нормативные правовые документы в своей деятельности; работать с информацией в глобальных компьютерных сетях ; осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта; работать в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах (ПК-планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия; обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы; проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий.

владеть:

методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, правилами речевого этикета и ведения диалога, базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, владеет навыками литературного редактирования, копирайтинга, навыками брендинга, медиапланирования, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами; навыками работы в отделе рекламы,

маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве; навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации; способностью к участию в проектировании в области рекламы и связей с общественностью фирмы, организации, обеспечению средств и методов по реализации проектов, участию в организации работы проектных команд; навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт); способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; участвовать в формировании и поддержании корпоративной культуры, навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов.

Рабочей программой практики предусмотрены следующие виды контроля: текущая аттестация в форме предоставления отчета по практике, дневника практики, характеристики с места практики, промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой.

Общая трудоемкость освоения производственной практики составляет 12 зачетных единиц.