

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Клочков Юрий Сергеевич
Должность: и.о. ректора
Дата подписания: 20.05.2024 11:45:18
Уникальный программный ключ:
4e7c4ea90528ec8e65c5d8058549a2558d7400d1

Аннотация рабочей программы производственной практики

профессионально-творческая

основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки

42.03.01. Реклама и связи с общественностью

Направленность Диджитал маркетинг

1. Цели прохождения производственной практики

закрепление, расширение и углубление освоенных знаний и умений в условиях реальной производственной деятельности, а также формирование и закрепление навыков практической деятельности в выбранной профессиональной области, формирование новых умений и навыков в ходе выполнения конкретных функциональных обязанностей сотрудников различных подразделений организации (учреждения), приобретение и закрепление обучающимися начальных навыков и элементов практической профессиональной деятельности.

2. Место производственной практики в структуре основной профессиональной образовательной программы

Производственная практика (профессионально-творческая практика) входит в состав обязательной части Блока 2 учебного плана по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

3. Результаты обучения по производственной практике: формируемые компетенции и индикаторы их достижения

Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения компетенции ИДК	Код и наименование результата обучения по практике
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	ОПК-1.1 Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ	Знать 3.1 Продукт профессиональной деятельности
		Уметь У.1. осуществлять 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
ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1 Знает систему общественных и государственных институтов, механизмов их функционирования и тенденции развития	Знать 3.2 тенденции развития общественных и государственных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
		Уметь У.2 соблюдать принцип объективности в создаваемых текстах и (или) продуктах
ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1 Применяет средства художественной выразительности в создаваемых текстах и (или) продуктах	Владеть В.1. принципами объективности в создаваемых текстах и (или) продуктах
		Знать 3.3. достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
		Уметь У.3. демонстрировать кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса
		Владеть В.2. навыками учета достижений отечественной и мировой культуры, а также средствами художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 6FA44C50384686A8E7BD5E27735179BC
Владелец: Ефремова Вероника Васильевна
Действителен: с 14.06.2022 до 07.09.2023

		коммуникационных продуктов.
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1 Учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов и (или) продуктов	Знать 3.4 Основные этапы культурно-исторического развития обществ, механизмов и форм социальных изменений
		Уметь У.4 идентифицировать потребности и интересы социальных групп с помощью социологических методов; соотносить социологические методы исследования социальных проблем с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных
		Владеть В.3 методами социологического исследования для поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий и решения социальных проблем
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 Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	Знать 3.5 Совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
		Уметь У.5 выявлять особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-6.1. Использует основы информационных технологий	Знать 3.6 основы информационных технологий
		Уметь У.6. использовать информационные технологии для развития профессиональных компетенций
		Владеть В.4. навыками оценки последствий реализации программ, направленных на снижение уровня конфликтности в социальных сообществах
	ОПК-6.2. Применяет принципы их использования для решения профессиональных задач.	Знать 3.7. принципы работы с различными программными средствами
		Уметь использовать программные средства для решения профессиональных задач
	ОПК-6.3. Использует полученные результаты исследований в решении задач профессиональной деятельности.	Владеть В.5. навыками выбора программного обеспечения для решения конкретных задач профессиональной деятельности
		Знать 3.8. принципы использования полученных результатов исследований для решения профессиональных задач
		Уметь У.7. проводить теоретические и эмпирические исследования на

		основе информационных технологий
		Владеть В.6. навыками использования информационных технологий в профессиональной и научной деятельности
ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1. Осуществляет поиск корректных творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами	Знать 3.9. Цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности
		Уметь У.8.осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом
		Владеть В.7. методами отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом

1. Цели прохождения производственной практики

формирование и дальнейшее развитие (усложнение) навыков практической деятельности в выбранной профессиональной области, предполагающее применение методик и технологий связей с общественностью, способствующих успешной диверсификации организации; развитие практических навыков сбора, систематизации, анализа и представления информации и ведения самостоятельной исследовательской работы в сфере рекламной деятельности и связей с общественностью

2. Место производственной практики в структуре основной профессиональной образовательной программы

Производственная (профессионально-творческая) практика входит в состав части Блока 2, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

3. Результаты обучения по производственной практике: формируемые компетенции и индикаторы их достижения

Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Код и наименование результата обучения по практике
ПКС-2. Способен осуществлять сбор, обработку и анализ маркетинговой информации для обеспечения управленческих решений в области маркетинга	ПКС-2.1 Осуществляет сбор, обработку и анализ маркетинговой информации	Знать 3.10. нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность
		Уметь У.9. систематизировать и обобщает большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации
		Владеть В.8 навыками планирования и организации сбора первичной и вторичной маркетинговой информации
	ПКС-2.2 Применяет методы сбора, обработки и анализа маркетинговой информации для обеспечения управленческих решений в области маркетинга	Уметь У.10. проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга Владеть В.9 формированием предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации
ПКС-3. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПКС-3.1 Применяет правовые основы в реализации коммуникационных	Знать 3.11. Гражданское законодательство Российской Федерации

	кампаний, проектов и мероприятий	Знать 3.12. корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность
		Уметь У.11 выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями
	ПКС-3.2 Внедряет проекты и мероприятия при реализации коммуникационных кампаний	Знать 3.13. основы проектной деятельности
		Знать 3.14. основные принципы организации рекламной кампании
		Умеет У.12. подготавливать предложения подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ
ПКС-4. Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	ПКС-4.1 Внедряет в профессиональной деятельности основные технологические решения	Владеть В.10. процессом организации проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия
		Знать 3.15. процесс, процедуры, этапы организации системы сбыта и товародвижения, планирование оптовых и розничных продаж
		Уметь У.13. использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты
		Уметь У.14. разрабатывать концепции продвижения продукции СМИ, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий
		Владеть В.11. процессом выбора маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации
	ПКС-4.2 Формулирует вопросы управления развитием организации	Знать 3.16. маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента
		Уметь У.15. разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга
		Уметь У.16 формировать проект бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции СМИ
		Владеть В.12. навыками представления проектов управленческих решений по продвижению продукции СМИ руководству организации
	ПКС-4.3 Применяет в профессиональной деятельности основные технологические решения по продвижению продукции предприятия	Знать 3.17. технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов
		Уметь У.17. интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций
		Уметь У.18 разрабатывать план мероприятий по продвижению продукции СМИ
		Владеть В.13. навыками планирования

	ПКС-4.4 Использует в профессиональной деятельности технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение
		Владеть В.14. навыками согласования маркетинговой стратегии с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом
		Знать 3.18. принципы работы CMS и систем хранения файлов, информационных блоков
		Уметь У.19. работать с системой управления контентом (CMS)
		Владеть В.15. навыками оценки возможности внесения локальных изменений, не требующих обращения к веб-мастеру
		Владеть В.16. навыками перемещения информационных ресурсов в новые разделы, удаление из существующих разделов
		Владеть В.17. навыками проверки правильности отображения внесенных изменений
ПКС-5. Способен проводить маркетинговое исследование с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПКС-5.1 Применяет основные методы, способы и средства получения и переработки информации для решения профессиональных задач.	Знать 3.19. основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации
		Уметь: У.20. находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа
		Владеть: В.18. навыками анализа на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ
	ПКС-5.2 Использует методы и инструменты маркетингового исследования	Знать: 3.20. методы проведения маркетингового исследования
		Уметь У.21. составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования
		Уметь У.22. создавать отчеты по результатам маркетингового исследования
		Уметь У.23. давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга
		Владеть: В.19. навыками подготовки отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований
	ПКС-6.1. Использует маркетинговые технологии.	Знать 3.21. современные маркетинговые технологии в профессиональной деятельности
		Уметь У.24. применять маркетинговые технологии при разработке и реализации коммуникационного продукта
ПКС-6. Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПКС-6.2. Уточняет структуру организации, зоны ответственности и функции подразделений.	Знать 3.22. полномочия и функции подразделений организации
		Уметь У.25. определять особенности организационной структуры
		Владеть В.20. методами анализа сильных и слабых сторон организационной структуры
	ПКС-6.3. Использует современные информационно-	Знать 3.23. современные информационно-коммуникационные

	коммуникацион-ные технологии и специализиро-ванные программные продукты.	технологии используемые в маркетинговой деятельности
		Уметь У.26. применять современные информационно-коммуникационные технологии при разработке и реализации коммуникационного продукта
		Владеть В.21. специализированными программными продуктами в профессиональной деятельности
	ПКС-6.4. Проводит мониторинг появления новой или необходимой информации внутри организации, в сети Интернет и других источниках.	Уметь У.27. проводить мониторинг необходимой информации из всех источников в целях профессиональной деятельности
		Владеть В.22. навыками организации мониторинга маркетинговой информации
	ПКС-6.5. Обобщает статистическую и аналитическую информацию, характеризующую ситуацию на рынке продукции СМИ.	Знать 3.24. аналитику данных
		Уметь У.28. обобщать статистическую и аналитическую информацию, характеризующую ситуацию на рынке продукции СМИ при реализации коммуникационного продукта

4. Общая трудоемкость профессионально-творческой практики

составляет 9 зачетных единиц, 324 часа, 6 недель (обязательная часть)

составляет 6 зачетных единиц, 216 часов, 4 недели (формируемая участниками образовательных отношений).

5. Форма промежуточной аттестации.

очная форма обучения: 2,4 семестр – зачет с оценкой (обязательная часть).

заочная форма обучения: 4,6 семестр – зачет с оценкой (обязательная часть).

очная форма обучения: 6 семестр – зачет с оценкой (формируемая участниками образовательных отношений).

заочная форма обучения: 8 семестр – зачет с оценкой (формируемая участниками образовательных отношений).

Заведующий кафедрой

М.Л. Белоножко

Лист согласования

Внутренний документ "Профессионально-творческая практика _2023_42.03.01_ДМб"

Документ подготовил: Бибик Лариса Николаевна

Документ подписал:

Серийный номер ЭП	Должность	ФИО	ИО	Результат
	Заведующий кафедрой, имеющий ученую степень доктора наук	Белоножко Марина Львовна		Согласовано
	Специалист 2 категории		Зорина Мария Ивановна	Согласовано