

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце: **Аннотация рабочей программы производственной практики**

ФИО: Клочков Юрий Сергеевич

Должность: и.о. ректора

Дата подписания: 24.04.2024 17:18:25

Уникальный программный ключ:

4e7c4ea90328ec8e65c5d8058549a2538d74b6d1

профессионально-творческая практика

основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность Цифровые коммуникации и новые медиа

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, а также 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 и преподавательской 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, формируемой участниками образовательных отношений Блока 2 учебного плана по направлению 42.04.01 «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
ПКС-1. Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью	ПКС-1. 3.1.1. Знает гражданское законодательство Российской Федерации	ПКС-1. Может организовать работу и руководить подразделением (предприятием) всфере рекламы и связей с общественностью
	ПКС-1. 3.1.2. Знает принципы построения и оценки обратной связи с потребителями продукции СМИ	
	ПКС-1. 3.1.3. Знает корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность	
	ПКС-1. У.1.1. Умеет формулировать наблюдаемые, измеримые и достоверные показатели, характеризующие продвижение продукции СМИ	
	ПКС-1. У.1.2. Умеет находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа	
	ПКС-1. У.1.3. Умеет использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты	
	ПКС-1. У.1.4. Умеет составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договоров	
ПКС-2. Способен осуществлять	ПКС-1. В.1.1. Владеет организацией сбора информации об узнаваемости продвигаемой продукции СМИ, удовлетворенности потребителей, мнений потребителей о характеристиках продвигаемой продукции	ПКС-2. Осуществляет проектно-аналитическую
	ПКС-1. В.1.2. Владеет разработкой предложений по корректировке стратегий и программ продвижения продукции СМИ	
ПКС-2. Способен осуществлять	ПКС-2. 3.2.1. Знает маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента	ПКС-2. Осуществляет проектно-аналитическую

проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы	ПКС-2. 3.2.2. Знает технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов	деятельность с учетом специфики профессиональной сферы
	ПКС-2. У.2.1. Умеет использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты	
	ПКС-2. У.2.2. Умеет интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций	
	ПКС-2. У.2.3. Умеет планировать мероприятия по продвижению продукции, планировать расходы на их проведение	
	ПКС-2. В.2.1. Владеет разработкой концепции продвижения продукции СМИ, формированием коммуникационных целей и маркетинговых стратегий	
	ПКС-2. В.2.2. Владеет методами выбора маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации	
	ПКС-2. В.2.3. Владеет навыками планирования продвижения продукции при помощи СМИ	
ПКС-3. Способность принимать участие в поиске и анализе информации, определении структуры и создании контента	ПКС-3. 3.3.1. знает принципы копирайтинга и рерайта	ПКС-3. Способен создавать коммуникационный продукт любого уровня сложности с учетом мирового и отечественного опыта в сфере рекламы и связей с общественностью
	ПКС-3. У.3.1. Умеет писать тексты литературным, техническим и рекламным языком	
	ПКС-3. У.3.2. Умеет реферировать, аннотировать и модифицировать тексты	
	ПКС-3. В.3.1. Владеет навыками переработки текстов различной тематики (рерайт)	
	ПКС-3. В.3.2. Владеет навыками написания статей, обзоров и других текстов на заданную тематику (копирайтинг)	
ПКС-4. Способен применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций	ПКС-4. 3.4.1. Методы оценки позиции интернет-сайта в поисковых системах	ПКС-4. Применяет в профессиональной деятельности современные технологии и технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций
	ПКС-4. 3.4.2. Знает основы работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами	
	ПКС-4. У.4.1. Умеет выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями	
	ПКС-4. У.4.2. Умеет работать с большими объемами информации	
	ПКС-4. В.4.1. Владеет навыками подготовки предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ	
	ПКС-4. В.4.2. Владеет основами мониторинга появления новой или необходимой информации внутри организации, в сети Интернет и других источниках	
ПКС-6. Способен разрабатывать, внедрять и совершенствовать систему маркетинговых коммуникаций в организации	ПКС-6. 3.6.1. Знает инструменты маркетинговых коммуникаций	ПКС-6. Использует различные методы и инструменты для разработки и внедрения в систему маркетинговых коммуникаций
	ПКС-6. 3.6.2. Знает организацию рекламного дела	
	ПКС-6. 3.6.3. Знает процесс управления знаниями в организации	

	ПКС-6. У.6.1. Умеет формировать имидж и деловую репутацию организации	
	ПКС-6. У.6.2. Умеет продвигать товары (услуги) организации на рынок	
	ПКС-6. У.6.3. Умеет выстраивать систему коммуникаций в организации на уровне стратегий	
	ПКС-6. У.6.4. Умеет проводить оценку результативности маркетинговых программ	
	ПКС-6. У.6.5. Умеет осуществлять контроль маркетинговой деятельности организации	
	ПКС-6. В.6.1. Владеет разработкой и проведением коммуникационных кампаний в организации	
	ПКС-6. В.6.2. Владеет формированием имиджа и деловой репутации организации	
	ПКС-6. В.6.3. Владеет организацией и проведением мероприятий по связям с общественностью для формирования маркетинговых коммуникаций организации	
	ПКС-6. В.6.4. Владеет разработкой и проведением рекламных акций по стимулированию продаж	
	ПКС-6. В.6.5. Владеет навыками обеспечения контроля маркетинговой деятельности организации	

4. Общая трудоемкость профессионально-творческой практики
составляет 6 зачетных единиц, 216 часов, 4 недели.

5. Форма промежуточной аттестации.

очная форма обучения: 2,3 семестры – зачет с оценкой.

заочная форма обучения: 2,4 семестры – зачет с оценкой.

Рабочую программу разработал О.В. Устинова доцент, к.с.н.

Заведующий кафедрой



М.Л. Белоножко