

Аннотация рабочей программы практики (РПП)

ИНСТИТУТ ___ экономики и управления

КАФЕДРА ___ связи с общественностью, маркетинг и коммуникации ___

Направление подготовки: ___ 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(код и наименование направления подготовки)

Направленность ОП ВО Продвижение средств массовой информации

(наименования профиля подготовки бакалавриата, программы магистратуры, специализации специалитета)

Форма обучения ___ очная, заочная _____
(очная, очно-заочная, заочная)

1. Вид практики - производственная

Тип практики - производственно-творческая

Форма проведения практики – дискретно: *концентрированная в семестре*

Время проведения практики: *3 курс, 6 семестр и 4 курс 8 семестр, очная форма и 4 и 5 курс, заочная форма обучения*

2. Продолжительность практики - 8 недель (3 недели и 5 недель)

Общая трудоемкость (объем) практики составляет ___ 9 ___ зачетных единиц, 324_ академических часов

Форма промежуточной аттестации: *зачет, зачет с оценкой*

3. Практика является компонентом ОП, реализуемая в форме практической подготовки.

4. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП

Код компетенции	Содержание компетенции и ее части	Код и наименование Индикатора достижения компетенции (Планируемые результаты освоения ОП)	Дискрипторы достижения компетенций (Планируемые результаты обучения при прохождении практики)
УК- 1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	ИУК-1.3. Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов.	Знать: - методы поиска, критического анализа и синтеза информации, системный подход для решения поставленных задач в медиакоммуникационной сфере (ИУК-1.3). Уметь: - проводить поиск, критический анализ и синтез информации, системный подход для решения поставленных задач медиакоммуникационной сфере (ИУК-1.3). Владеть: - навыками проведения

			поиска, критического анализа и синтеза информации, применения системного подхода для решения поставленных задач медиакоммуникационной сфере (ИУК-1.3).
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	ИУК-3.1. Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели. ИУК-3.2. При реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников.	Знать: - методы социального взаимодействия (ИУК-3.1); - роли работы в команде (ИУК-3.2). Уметь: - использовать методы социального взаимодействия(ИУК-3.1); - определять свою роль работы в команде (ИУК-3.2). Владеть: - навыками социального взаимодействия (ИУК-3.1); -реализовывать свою роль работы в команде(ИУК-3.2).
ПКС-1	Способен использовать современные информационно-коммуникационные технологии (в том числе интернет-технологии) и специализированные программные продукты для поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ; находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа; составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового / социологического исследования	ИПКС-1.1. Использует современные информационно-коммуникационные технологии (в том числе интернет-технологии) и специализированные программные продукты для поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ ИПКС-1.2. Применяет количественные методы анализа, анализирует и интерпретирует полученные данные ИПКС-1.3. Применяет качественные методы анализа, анализирует и интерпретирует полученные данные	Знать: - типы и виды коммуникативных кампаний и мероприятий (ИПКС-1.1); - количественные методы анализа (ИПКС-1.2); - качественные методы анализа (ИПКС-1.3); - этапы осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий (ИПКС-1.4). Уметь: - под контролем осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия(ИПКС-1.1); - применять количественные методы анализа (ИПКС-1.2); - применять качественные методы анализа (ИПКС-1.3); - составлять аналитические отчеты (ИПКС-1.4). Владеть: - под контролем осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия(ИПКС-1.1); - количественными методами анализа (ИПКС-1.2.); - качественными методами анализа (ИПКС-1.3); - методами составления аналитических отчетов (ИПКС-1.4).
ПКС-2	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	ИПКС-2.1. Определяет морально-этические принципы профессиональной деятельности	Знать: - методы построения профессиональной деятельности на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности (ИПКС-2.1). Уметь:

			<p>- организовывать работу на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности(ИПКС-2.1).</p> <p>Владеть:</p> <p>- навыками работы на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности(ИПКС-2.1).</p>
ПКС-3	Способен выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей на рынке продукции СМИ	<p>ИПКС-3.1. Определяет факторы, влияющие на потребительский спрос СМИ</p> <p>ПКС-3.2. Проводит сегментацию целевой аудитории СМИ на основе демографических, социально-экономических, географических и поведенческих критериев</p> <p>ИПКС-3.3. Определяет существенные характеристики целевой аудитории потребителей продукции СМИ</p>	<p>Знать:</p> <p>- типы потребительского спроса СМИ (ИПКС-3.1);</p> <p>- критерии сегментации целевой аудитории СМИ (ИПКС-3.2);</p> <p>- характеристики целевой аудитории СМИ(ИПКС-3.3).</p> <p>Уметь:</p> <p>- определять факторы, влияющие на потребительский спрос СМИ (ИПКС-3.1);</p> <p>- определять принципы сегментации потребителей по типу спросаСМИ (ИПКС-3.2);</p> <p>- определять характеристики целевой аудитории СМИ (ИПКС-3.3).</p> <p>Владеть:</p> <p>- методами определения потребительского спроса СМИ (ИПКС-3.1);</p> <p>- определять принципы сегментации потребителей по типу спроса СМИ (ИПКС-3.2);</p> <p>- методами определения характеристиками целевой аудитории СМИ (ИПКС-3.3).</p>
ПКС-6	Способен организовывать проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия	<p>ИПКС-6.1. Определяет специфику планирования, осуществления и оценки проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ</p> <p>ИПКС-6.2. Организует проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия</p>	<p>Знать:</p> <p>- особенности организации и обеспечения внешней и внутренней коммуникации СМИ (ИПКС-6.1);</p> <p>- особенности формирования и функционирования коммуникационного взаимодействия с учетом этнокультурных, исторических и религиозных традиций коммуникантов (ИПКС-6.2);</p> <p>- теорию и практику коммуникации (ИПКС-6.3.)</p> <p>Уметь:</p> <p>- в профессиональной деятельности выявлять основные особенности внутренней и внешней коммуникации предприятия СМИ (ИПКС-6.1);</p> <p>- осуществлять коммуникационное взаимодействие с учетом этнокультурных,</p>

			<p>исторических и религиозных традиций коммуникантов (ИПКС-6.2);</p> <p>- создавать эффективную коммуникацию внутри организации, а также во внешней среде, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации (ИПКС-6.3).</p> <p>Владеть:</p> <p>- в профессиональной деятельности выявлять основные особенности внутренней и внешней коммуникации СМИ (ИПКС-6.1);</p> <p>- осуществлять коммуникационное взаимодействие с учетом этнокультурных, исторических и религиозных традиций коммуникантов (ИПКС-6.2);</p> <p>- создавать эффективную коммуникацию внутри организации, а также во внешней среде, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации (ИПКС-6.3).</p>
--	--	--	---

5. Трудовые функции, на приобретение опыта которых направлена данная практика:

Прохождение производственно-творческой практики позволит выпускнику

данной образовательной программы выполнять частично обобщенную трудовую функцию В/01.6 Организация маркетинговых исследований в области СМИ:

(наименование ОТФ)

Код и наименование ПС	Обобщенная трудовая функция			Трудовая функция		
	Код	Наименование	Уровень квалификации	Наименование	Код	Квалификации
06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»	В	Организация продвижения продукции СМИ	6	Организация маркетинговых исследований в области СМИ	В/01.6	6
				Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ	В/03.6	6

