

Аннотация рабочей программы практики (РПП)

ИНСТИТУТ Образовательно-научный институт экономики и управления

КАФЕДРА Связи с общественностью, маркетинг и коммуникации

Направление подготовки: 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»
(код и наименование направления подготовки)

Направленность ОП ВО

«Интернет-коммуникации в рекламе и связях с общественностью»
(наименования профиля подготовки бакалавриата, программы магистратуры, специализации специалитета)

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

1. Вид практики - *производственная*

Тип практики – *научно-исследовательская работа*

Форма проведения практики – *дискретно: концентрированная*

Время проведения практики: *1 курс, 2 семестр, 2 курс 3 семестр на очной форме обучения, 2 курс на заочной форме обучения*

2. Продолжительность практики - 6 недель

Общая трудоемкость (объем) практики составляет 6 зачетных единиц, 216 академических часов

Форма промежуточной аттестации: *зачет*

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	Код и наименование Индикатора достижения компетенции (Планируемые результаты освоения ОП)	Дескрипторы достижения компетенций (Планируемые результаты обучения при прохождении практики)
ОПК-1	Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и	ИОПК–1.1. Определяет и анализирует особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов и (или) медиапродуктов и (или) коммуникационных продуктов.	Знать: - этапы и принципы производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов (ИОПК-1.1) - принципы планирования, организации и координации процесса создания востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью

	индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	ИОПК-1.2. Управляет процессом подготовки востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем	коммуникационных продуктов (ИОПК-1.2) Уметь: - определять этапы и принципы производства медиатекстов, и(или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов (ИОПК-1.1) - управлять процессом планирования, организации и координации создания востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов (ИОПК-1.2) Владеть: - навыками анализа этапов создания медиатекстов, и(или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов (ИОПК-1.1) - навыками управления процессом планирования, организации и координации производства востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов (ИОПК-1.2)
ОПК-2	Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ИОПК-2.1 Выявляет причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов ИОПК 2.2 Анализирует основные тенденции развития общественных и государственных институтов и использует результаты анализа при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Знать: - основные тенденции взаимодействия общественных и государственных институтов (ИОПК-2.1) - принципы освещения деятельности общественных и государственных институтов в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах (ИОПК-2.2) Уметь: - определять и анализировать основные тенденции взаимодействия общественных и государственных институтов (ИОПК-2.1) - определять принципы освещения деятельности общественных и государственных институтов в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах (ИОПК-2.2) Владеть: - навыками анализа основных тенденций взаимодействия общественных и государственных институтов (ИОПК-2.1) - навыками определения принципов освещения деятельности общественных и государственных институтов в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах (ИОПК-2.2)
ОПК-3	Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ИОПК-3.2 Анализирует и использует достижения отечественной и мировой культуры при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов	Знать: - принципы и методы создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов с учетом достижений отечественной и мировой культуры (ИОПК-3.2) Уметь: - определять принципы и методы создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов с учетом достижений отечественной и мировой культуры (ИОПК-3.2) Владеть: - навыками создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов с учетом достижений отечественной и мировой культуры (ИОПК-3.2)

ОПК-4	Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	ИОПК-4.2 Организует процесс изучения аудиторий и использует его результаты, выявленные данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке/реализации иных коммуникационных продуктов	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методологию и технологию проведения социологических исследований в PR -сфере (ИОПК-4.2) - методику анализа и прогнозирования спроса на медиатексты и иные коммуникационные продукты, используя данные социологических исследований (ИОПК-4.3) <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать методологию и технологию проведения социологических исследований в PR -сфере (ИОПК-4.2) - анализировать и прогнозировать спрос на медиатексты и иные коммуникационные продукты, используя данные социологических исследований (ИОПК-4.3) <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками организации проведения социологических исследований в PR -сфере (ИОПК-4.2) - навыками анализа и прогнозирования спроса на медиатексты и иные коммуникационные продукты, используя данные социологических исследований (ИОПК-4.3)
ОПК-5	Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ИОПК-5.2 При принятии профессиональных решений по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов использует выявленные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира.	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - тенденции развития медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях с целью принятия профессиональных решений в сфере рекламы и связей с общественностью (ИОПК-5.2) - технологию разработки коммуникационных продуктов с учетом условий функционирования и правового регулирования конкретной медиакоммуникационной системы (ИОПК-5.3) <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать тенденции развития медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях с целью принятия профессиональных решений в сфере рекламы и связей с общественностью (ИОПК-5.2) - оценивать технологию разработки коммуникационных продуктов с учетом условий функционирования и правового регулирования конкретной медиакоммуникационной системы (ИОПК-5.3) <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками определения тенденций развития медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях с целью принятия профессиональных решений в сфере рекламы и связей с общественностью (ИОПК-5.2) - технологией разработки коммуникационных продуктов с учетом условий функционирования и правового регулирования конкретной медиакоммуникационной системы (ИОПК-5.3)
ОПК-6	Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ИОПК-6.1 Отслеживает глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - принципы использования современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий в процессе медиапроизводства (ИОПК-6.1) - современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение (ИОПК-6.2) <p>Уметь:</p>

		<p>ИОПК-6.2 Отбирает и внедряет в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение</p>	<ul style="list-style-type: none"> - определять принципы использования современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий в процессе медиапроизводства (ИОПК-6.1) - анализировать современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение (ИОПК-6.2) <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками использования современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий в процессе медиапроизводства (ИОПК-6.1) - навыками анализа современных технологий рекламы и связей с общественностью, цифровых инструментов, технических средств и программного обеспечения (ИОПК-6.2)
ОПК-7	Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	<p>ИОПК-7.1 Учитывает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности</p> <p>ИОПК-7.3 Применяет при разработке и реализации коммуникационного продукта принципы социальной ответственности</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, принципы социальной ответственности (ИОПК-7.1) - технологию разработки и реализации коммуникационного продукта с учетом принципов социальной ответственности (ИОПК-7.3) <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, принципы социальной ответственности (ИОПК-7.1) - разрабатывать коммуникационный продукт с учетом принципов социальной ответственности (ИОПК-7.3) <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками анализа закономерностей формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, принципов реализации социальной ответственности (ИОПК-7.1) - технологией разработки и реализации коммуникационного продукта с учетом принципов социальной ответственности (ИОПК-7.3)
УК-3	Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	<p>ИУК-3.1. Вырабатывает стратегию командной работы и на ее основе организует отбор членов команды для достижения поставленной цели</p> <p>ИУК-3.3. Разрешает конфликты и противоречия при деловом общении на основе учета интересов всех сторон</p> <p>ИУК-3.4. Организует дискуссии по заданной теме и обсуждение результатов работы команды с привлечением оппонентов разработанным идеям</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - стратегии командной работы (ИУК-3.1) - методики разрешения конфликтов и принципы делового общения (ИУК-3.3) - методики организации дискуссий по заданной теме (ИУК-3.4) <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - вырабатывать стратегии командной работы (ИУК-3.1) - разрешать конфликты и противоречия при деловом общении на основе учета интересов всех сторон (ИУК-3.3) - организовывать дискуссии по заданной теме (ИУК-3.4) <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками разработки стратегии командной работы (ИУК-3.1) - навыками разрешения конфликтов и противоречия при деловом общении на основе учета интересов всех сторон (ИУК-3.3) - навыками организации дискуссий по заданной теме (ИУК-3.4)

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