

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Шебзухова Татьяна Александровна

Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского
Федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования

Дата подписания: 11.06.2024 12:04:38

Уникальный программный ключ:

d74ce93cd40e39275c3ba2f58486412a1c8ef96f

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Пятигорский институт (филиал) СКФУ

УТВЕРЖДАЮ

Зам. директора по учебной работе
Пятигорского института (филиала) СКФУ
Н.В. Данченко

ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА **Профессиональная проектная практика**

Направление подготовки
Направленность (профиль)
Год начала обучения
Форма обучения
Реализуется в

42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Коммуникативные технологии и реклама
2024
очная
6 семестре

Разработано

Доцентом кафедры «Финансы и бухгалтерский учет»
Голушко Е.В.

Пятигорск, 2024

1. Цели практики

Цель практики - закрепление, расширение и углубление теоретических знаний; выработка умений применять полученные практические навыки при решении профессионально-прикладных и методических вопросов, приобретение практических навыков самостоятельной работы в области рекламы и связей с общественностью по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Практика является неотъемлемой частью всей системы подготовки бакалавра рекламы и связей с общественностью и предусматривает овладение обучающимися основными приемами ведения профессиональных навыков работы и формирование профессионального мировоззрения в соответствии с профилем избранной магистерской программы и требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

- **вид практики** - производственная;
- **тип практики** - профессиональная проектная практика;
- **формы проведения практики** - дискретно.

2. Задачи практики

Задачи практики:

- приобретение умений и навыков на основе знаний, полученных в процессе теоретического обучения;
- приобретение навыков работы с информацией организации: разработка плана и программы сбора информации об организации, среде деятельности и социально-экономических проблемах, с которыми сталкивается организация, об особенностях производства, сбыта, структуре и персонале организации;
- развитие способности использования количественных и качественных методов для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, подготовка аналитических материалов по результатам их применения;
- формирование умений управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями;
- развитие способности обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями;
- развитие умений систематизации полученных данных и подготовки аналитического отчета.

3. Место практики в структуре образовательной программы высшего образования

Профессиональная проектная практика относится к Блоку 2: Практики (часть, формируемая участниками образовательных отношений).

Практика базируется на следующих дисциплинах: «Профессионально-творческая практика», «Социальная и государственная реклама», «Основы проектной деятельности в рекламе и связях с общественностью», «Основы научно-исследовательской работы в сфере рекламы и связей с общественностью». Для освоения программы практики обучающиеся должны владеть следующими знаниями и компетенциями: УК-1 ИД-1 УК-1 ИД-2 УК-1 ИД-3 УК-3 ИД-1 УК-3 ИД-2 УК-3 ИД-3 УК-9 ИД-1 УК-9 ИД-2 УК-9 ИД-3 УК-10 ИД-1 УК-10 ИД-2 УК-10 ИД-3 ПК-2 ИД-1 ПК-2 ИД-2 ПК-2 ИД-3 ПК-3 ИД-1 ПК-3 ИД-2 ПК-3 ИД-3 ПК-4. ИД-1 ПК-4 ИД-2 ПК-4 ИД-3 ПК-5. ИД-1 ПК-5 ИД-2 ПК-5 ИД-3 ПК-6. ИД-1 ПК-6 ИД-2 ПК-6 ИД-3 ПК-7 ИД-1 ПК-7 ИД-2 ПК-7 ИД-3 ПК-8. ИД-1 ПК-8 ИД-2 ПК-8 ИД-3 ПК-9 ИД-1 ПК-9 ИД-2 ПК-9 ИД-3 ПК-10 ИД-1 ПК-10

ИД-2 ПК-10 ИД-3 ПК-11 ИД-1 ПК-11 ИД-2 ПК-11 ИД-3 ПК-12 ИД-1 ПК-12 ИД-2 ПК-12 ИД-3 ПК-13 ИД-1 ПК-13 ИД-2 ПК-13 ИД-3 ПК-14 ИД-1 ПК-14 ИД-2 ПК-14 ИД-3 ПК-15 ИД-1 ПК-15 ИД-2 ПК-15 ИД-3 ПК-16 ИД-1 ПК-16 ИД-2 ПК-16 ИД-3 ПК-17 ИД-1 ПК-17 ИД-2 ПК-17 ИД-3 ПК-18 ИД-1 ПК-18 ИД-2 ПК-18 ИД- ПК- 19.1 ПК-19.2 ПК-19.3 ПК-20.2 ПК-20.3ПК-20.3

Результаты прохождения практики должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин: «Визуальные инфокоммуникационные технологии в связях с общественностью», «Визуальные инфокоммуникационные технологии в рекламе».

Прохождение практики является необходимым этапом для допуска обучающегося к государственной итоговой аттестации.

4. Место и время проведения практики

Профессиональная проектная практика в рамках основной образовательной программы по направлению 42.03.01 - «Реклама и связи с общественностью» согласно календарному учебному графику подготовки проводится в течение 6 семестра (243 час.), всего на данную практику выделяется 9 з.е. Для лиц с ограниченными возможностями здоровья выбор мест прохождения практик должен учитывать состояние здоровья и требования по доступности.

Профессиональная проектная практика проводится на базе рекламных агентств, рекламных и PR-отделов организаций, СМИ, на кафедрах и в лабораторных подразделениях СКФУ.

5. Перечень планируемых результатов по практике, соотнесённых с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код, формулировка компетенции	Код, формулировка индикатора	Планируемые результаты, характеризующие этапы формирования компетенций, индикаторов
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	ИД-1 УК-1 выделяет проблемную ситуацию, осуществляет ее многофакторный анализ и диагностику на основе системного подхода; ИД-2 УК-1 осуществляет поиск, отбор и систематизацию информации для определения альтернативных вариантов стратегических решений в проблемной ситуации; ИД-3 УК-1 определяет и оценивает риски возможных вариантов решений проблемной ситуации, выбирает оптимальный вариант её решения.	Знать принципы организации продвижения и распространения продукции средств массовой информации (СМИ), включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, сетевые издания

УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	ИД-1 УК-3 участвует в межличностном и групповом взаимодействии, используя инклюзивный подход, эффективную коммуникацию, методы командообразования и командного взаимодействия при совместной работе в рамках поставленной задачи. ИД-2 УК-3 обеспечивает работу команды для получения оптимальных результатов совместной работы, с учетом индивидуальных возможностей её членов, использования методологии достижения успеха, методов, информационных технологий и технологий форсайта; ИД-3 УК-3 обеспечивает выполнение поставленных задач на основе мониторинга командной работы и своевременного реагирования на существенные отклонения	Уметь осуществлять поиск и отбор организаций, осуществляющих маркетинговые исследования, проводящих социологические опросы, предоставление информации и оказание иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ; осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ; проводить техническую обработку и размещение информационных ресурсов на сайте;
УК-9 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	ИД-1 УК-9 Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике ИД-2 УК-9 Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей ИД-3 УК-9. Использует финансовые инструменты для управления личными финансами, контролирует собственные экономические и финансовые риски	Уметь осуществлять поиск и отбор организаций, осуществляющих маркетинговые исследования, проводящих социологические опросы, предоставление информации и оказание иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ; осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ; проводить техническую обработку и размещение информационных ресурсов на сайте;
УК-10 Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению	ИД-1 УК-10 Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике ИД-2 УК-10 Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных	Владеть принципами нетерпимого отношения к коррупционному поведению на уровне государства, корпораций, предприятий, населения; владеть принципами распространения информации, реклама товаров и услуг, информационная

	финансовых целей ИД-3 УК-10. Использует финансовые инструменты для управления личными финансами, контролирует собственные экономические и финансовые риски	поддержка бизнес-процессов организаций, повышение эффективности коммуникаций с потребителями продукции и развитие электронной коммерции; навыками составления и заключения договоров на проведение маркетингового исследования, социологического опроса о предоставлении информации или оказании иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ; определять целевую аудиторию потребителей продукции СМИ.
ПК-2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта.	ИД-1 ПК-2 Знает способы создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью. ИД-2 ПК-2 Умеет создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применять творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта. ИД-3 ПК-2 Владеет навыками создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применения творческих решений с учетом мирового и отечественного опыта.	Владеть принципами нетерпимого отношения к коррупционному поведению на уровне государства, корпораций, предприятий, населения; владеть принципами распространения информации, реклама товаров и услуг, информационная поддержка бизнес-процессов организаций, повышение эффективности коммуникаций с потребителями продукции и развитие электронной коммерции; навыками составления и заключения договоров на проведение маркетингового исследования, социологического опроса о предоставлении информации или оказании иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ; определять целевую аудиторию потребителей продукции СМИ.
ПК-3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании.	ИД-1 ПК-3 Знает основы создания сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании. ИД-2 ПК-3 Умеет создавать спецгарантий специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании. ИД-3 ПК-3 Владеет навыками создания сценариев специальных	Владеть принципами нетерпимого отношения к коррупционному поведению на уровне государства, корпораций, предприятий, населения; владеть принципами распространения информации, реклама товаров и услуг, информационная поддержка бизнес-процессов

	событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании.	организаций, повышение эффективности коммуникаций с потребителями продукции и развитие электронной коммерции; навыками составления и заключения договоров на проведение маркетингового исследования, социологического опроса о предоставлении информации или оказании иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ; определять целевую аудиторию потребителей продукции СМИ.
ПК-4. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн среде.	ИД-1 ПК-4 Знает инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн среде. ИД-2 ПК-4 Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн среде. ИД-3 ПК-4 Владеет инструментами создания публицитного капитала в офлайн и онлайн среде.	Используют базовые навыки и креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере
ПК-5. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.	ИД-1 ПК-5 Знает типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью. ИД-2 ПК-5 Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью. ИД-3 ПК-5 Владеет типовыми алгоритмами проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.	Владеть принципами нетерпимого отношения к коррупционному поведению на уровне государства, корпораций, предприятий, населения; владеть принципами распространения информации, реклама товаров и услуг, информационная поддержка бизнес-процессов организаций, повышение эффективности коммуникаций с потребителями продукции и развитие электронной коммерции; навыками составления и заключения договоров на проведение маркетингового исследования, социологического опроса о предоставлении информации или оказании иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ; определять целевую

		аудиторию потребителей продукции СМИ.
ПК-6. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью.	ИД-1 ПК-6 Знает особенности создания документации по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью. ИД-2 ПК-6 Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью. ИД-3 ПК-6 Владеет навыками создания документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью.	Владеть принципами нетерпимого отношения к коррупционному поведению на уровне государства, корпораций, предприятий, населения; владеть принципами распространения информации, реклама товаров и услуг, информационная поддержка бизнес-процессов организаций, повышение эффективности коммуникаций с потребителями продукции и развитие электронной коммерции; навыками составления и заключения договоров на проведение маркетингового исследования, социологического опроса о предоставлении информации или оказании иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ; определять целевую аудиторию потребителей продукции СМИ.
ПК-7 Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-компаний при создании коммуникационного продукта.	ИД-1 ПК-7 Знает современные исследования по планированию рекламной и PR-компаний при создании коммуникационного продукта. ИД-2 ПК-7 Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR- кампании при создании коммуникационного продукта. ИД-3 ПК-7 Владеет навыками использования результатов исследований для планирования рекламной или PR- кампании при создании коммуникационного продукта.	Уметь осуществлять поиск и отбор организаций, осуществляющих маркетинговые исследования, проводящих социологические опросы, предоставление информации и оказание иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ; осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ; проводить техническую обработку и размещение информационных ресурсов на сайте;
ПК-8. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта.	ИД-1 ПК-8 Знает основные маркетинговые инструменты и методы производства и реализации коммуникационного продукта. ИД-2 ПК-8 Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и реализации коммуникационного	Уметь осуществлять поиск и отбор организаций, осуществляющих маркетинговые исследования, проводящих социологические опросы, предоставление информации и оказание иных услуг, необходимых для

	продукта. ИД-3 ПК-8 Владеет навыками использования маркетинговых инструментов при планировании производства и реализации коммуникационного продукта.	анализа ситуации на рынке продукции СМИ; осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ; проводить техническую обработку и размещение информационных ресурсов на сайте;
ПК-9. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта.	ИД-1 ПК-9 Знает специфику маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта. ИД-2 ПК-9 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта. ИД-3 ПК-9 Владеет навыками организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта.	Уметь осуществлять поиск и отбор организаций, осуществляющих маркетинговые исследования, проводящих социологические опросы, предоставление информации и оказание иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ; осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ; проводить техническую обработку и размещение информационных ресурсов на сайте;
ПК-10. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами.	ИД-1 ПК-10 Знает, как осуществлять мониторинг обратной связи с разными целевыми группами. ИД-2 ПК-10 Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами. ИД-3 ПК-10 Владеет навыками мониторинга обратной связи с разными целевыми группами.	Уметь осуществлять поиск и отбор организаций, осуществляющих маркетинговые исследования, проводящих социологические опросы, предоставление информации и оказание иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ; осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ; проводить техническую обработку и размещение информационных ресурсов на сайте;
ПК-11. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью.	ИД-1 ПК-11 Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью с использованием современных информационно-коммуникационных и интеллектуальных технологий; ИД-2 ПК-11 Выбирает и использует подходящие ИТ-решения при	Уметь осуществлять поиск и отбор организаций, осуществляющих маркетинговые исследования, проводящих социологические опросы, предоставление информации и оказание иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ;

	реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью; ИД-3 ПК-11 Выполняет функционал линейного менеджера в различных средах, в т.ч. инструментальных, с помощью программно-технических платформ и программных	осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ; проводить техническую обработку и размещение информационных ресурсов на сайте;
ПК-12 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	ИД-1 ПК-12 Знает стратегии и тактики планирования коммуникационных проектов и специальных мероприятий ИД-2 ПК-12 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии ИД-3 ПК-1 Владеет тактиками планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	Уметь осуществлять поиск и отбор организаций, осуществляющих маркетинговые исследования, проводящих социологические опросы, предоставление информации и оказание иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ; осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ; проводить техническую обработку и размещение информационных ресурсов на сайте;
ПК-13. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной деятельности корпоративной культуры.	ИД-1 ПК-13 Знает особенности внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры. ИД-2 ПК-13 Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры. ИД-3 ПК-13 Владеет навыками корпоративной культуры.	Владеть принципами нетерпимого отношения к коррупционному поведению на уровне государства, корпораций, предприятий, населения; владеть принципами распространения информации, реклама товаров и услуг, информационная поддержка бизнес-процессов организаций, повышение эффективности коммуникаций с потребителями продукции и развитие электронной коммерции; навыками составления и заключения договоров на проведение маркетингового исследования, социологического опроса о предоставлении информации или оказании иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ; определять целевую аудиторию потребителей продукции СМИ.

ПК-14. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшиз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде.	ИД-1 ПК-14 Знает технологии медиарилейшиз и медиапланирования. ИД-2 ПК-14 При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшиз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде. ИД-3 ПК-14 Владеет технологиями медиарилейшиз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде.	Владеть принципами нетерпимого отношения к коррупционному поведению на уровне государства, корпораций, предприятий, населения; владеть принципами распространения информации, реклама товаров и услуг, информационная поддержка бизнес-процессов организаций, повышение эффективности коммуникаций с потребителями продукции и развитие электронной коммерции; навыками составления и заключения договоров на проведение маркетингового исследования, социологического опроса о предоставлении информации или оказании иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ; определять целевую аудиторию потребителей продукции СМИ.
ПК-15. При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде.	ИД-1 ПК-15 Знает основные технологии копирайтинга. ИД-2 ПК-15 При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде. ИД-3 ПК-15 Владеет навыками копирайтинга с учетом особенностей размещения в онлайн и офлайн среде.	Владеть принципами нетерпимого отношения к коррупционному поведению на уровне государства, корпораций, предприятий, населения; владеть принципами распространения информации, реклама товаров и услуг, информационная поддержка бизнес-процессов организаций, повышение эффективности коммуникаций с потребителями продукции и развитие электронной коммерции; навыками составления и заключения договоров на проведение маркетингового исследования, социологического опроса о предоставлении информации или оказании иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ; определять целевую аудиторию потребителей продукции СМИ.

ПК-16. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными группами.	ИД-1 ПК-16 Знает технологии организации специальных мероприятий с различными целевыми группами. ИД-2 ПК-16 Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами. ИД-3 ПК-16 Владеет технологиями организации специальных мероприятий с различными целевыми группами.	Владеть принципами нетерпимого отношения к коррупционному поведению на уровне государства, корпораций, предприятий, населения; владеть принципами распространения информации, реклама товаров и услуг, информационная поддержка бизнес-процессов организаций, повышение эффективности коммуникаций с потребителями продукции и развитие электронной коммерции; навыками составления и заключения договоров на проведение маркетингового исследования, социологического опроса о предоставлении информации или оказании иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ; определять целевую аудиторию потребителей продукции СМИ.
ПК-17. Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций.	ИД-1 ПК-17 Знает инструменты внутренних коммуникаций. ИД-2 ПК-17 Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций. ИД-3 ПК-17 Владеет навыками формирования корпоративной культуры организации.	Владеть принципами нетерпимого отношения к коррупционному поведению на уровне государства, корпораций, предприятий, населения; владеть принципами распространения информации, реклама товаров и услуг, информационная поддержка бизнес-процессов организаций, повышение эффективности коммуникаций с потребителями продукции и развитие электронной коммерции; навыками составления и заключения договоров на проведение маркетингового исследования, социологического опроса о предоставлении информации или оказании иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ; определять целевую аудиторию потребителей продукции СМИ.

ПК-18. Использует современные технические основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта.	ИД-1 ПК-18 Знает основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта. ИД-2 ПК-18 Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта. ИД-3 ПК-18 Владеет навыками использования современных технических средств и технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов	Владеть принципами нетерпимого отношения к коррупционному поведению на уровне государства, корпораций, предприятий, населения; владеть принципами распространения информации, реклама товаров и услуг, информационная поддержка бизнес-процессов организаций, повышение эффективности коммуникаций с потребителями продукции и развитие электронной коммерции; навыками составления и заключения договоров на проведение маркетингового исследования, социологического опроса о предоставлении информации или оказании иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ; определять целевую аудиторию потребителей продукции СМИ.
ПК-19. Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы.	ПК-19.1. Знает особенности продвижения социально значимых ценностей. ПК-19.2. Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей общественностью и рекламы. ПК-19.3. Владеет навыками продвижения социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы.	Уметь осуществлять поиск и отбор организаций, осуществляющих маркетинговые исследования, проводящих социологические опросы, предоставление информации и оказание иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ; осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ; проводить техническую обработку и размещение информационных ресурсов на сайте;
ПК-20. При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности.	ПК-20.1. Знает принципы открытости и корпоративной социальной ответственности. ПК-20.2. При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности.	Уметь осуществлять поиск и отбор организаций, осуществляющих маркетинговые исследования, проводящих социологические опросы, предоставление информации и оказание иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ;

	ПК-20.3. Владеет навыками использования принципов открытости и корпоративной социальной ответственности.	осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ; проводить техническую обработку и размещение информационных ресурсов на сайте;
--	--	--

6. Структура и содержание практики

Общая трудоемкость производственной практики «Профессиональная проектная практика» составляет 9 зачетных единиц, 243 часа.

Разделы (этапы) практики	Реализуемые компетенции / индикаторы	Виды учебной работы на практике, включая самостоятельную работу студентов	Трудоемкость (час.)	Формы текущего контроля
Установочная конференция. Определение цели и задач профессиональной проектной практики, обозначение основных требований, составление плана прохождения практики	УК-1 ИД-1 УК-1 ИД-2 УК-1 ИД-3 УК-3 ИД-1 УК-3 ИД-2 УК-3 ИД-3 УК-9 ИД-1 УК-9 ИД-2 УК-9 ИД-3 УК-10 ИД-1 УК-10 ИД-2 УК-10 ИД-3 ПК-2 ИД-1 ПК-2 ИД-2 ПК-2 ИД-3 ПК-3 ИД-1 ПК-3 ИД-2 ПК-3 ИД-3 ПК-4. ИД-1 ПК-4 ИД-2 ПК-4 ИД-3 ПК-5. ИД-1 ПК-5 ИД-2 ПК-5 ИД-3 ПК-6. ИД-1 ПК-6 ИД-2 ПК-6 ИД-3 ПК-7 ИД-1 ПК-7 ИД-2 ПК-7 ИД-3 ПК-8. ИД-1 ПК8 ИД-2 ПК-8 ИД-3 ПК-9 ИД-1	Изучение теоретического материала, выполнение практического задания	60	Проверка задания на практику.

	ПК-9 ИД-2 ПК-9 ИД-3 ПК-10 ИД-1 ПК-10 ИД-2 ПК-10 ИД-3 ПК-11 ИД-1 ПК-11 ИД-2 ПК-11 ИД-3 ПК-12 ИД-1 ПК-12 ИД-2 ПК-12 ИД-3 ПК-13 ИД-1 ПК-13 ИД-2 ПК-13 ИД-3 ПК-14 ИД-1 ПК-14 ИД-2 ПК-14 ИД-3 ПК-15 ИД-1 ПК-15 ИД-2 ПК-15 ИД-3 ПК-16 ИД-1 ПК-16 ИД-2 ПК-16 ИД-3 ПК-17 ИД-1 ПК-17 ИД-2 ПК-17 ИД-3 ПК-18 ИД-1 ПК-18 ИД-2 ПК-18 ИД-3 ПК- 19.1 ПК-19.2 ПК-19.3 ПК-20.2 ПК-20.3			
Исследовательский этап.	УК-1 ИД-1 УК-1 ИД-2 УК-1 ИД-3 УК-3 ИД-1 УК-3 ИД-2 УК-3 ИД-3 УК-9 ИД-1 УК-9 ИД-2 УК-9 ИД-3 УК-10 ИД-1 УК-10 ИД-2 УК-10 ИД-3 ПК-2 ИД-1 ПК-2 ИД-2 ПК-2 ИД-3 ПК-3 ИД-1 ПК-3 ИД-2 ПК-3 ИД-3 ПК-4. ИД-1	Отбор материалов. Изучение теоретического материала, выполнение практического задания.	60	Проверка подготовленных материалов

	ПК-4	ИД-2			
	ПК-4	ИД-3			
	ПК-5.	ИД-1			
	ПК-5	ИД-2			
	ПК-5	ИД-3			
	ПК-6.	ИД-1			
	ПК-6	ИД-2			
	ПК-6	ИД-3			
	ПК-7	ИД-1			
	ПК-7	ИД-2			
	ПК-7	ИД-3			
	ПК-8.	ИД-1			
	ПК8	ИД-2			
	ПК-8	ИД-3			
	ПК-9	ИД-1			
	ПК-9	ИД-2			
	ПК-9	ИД-3			
	ПК-10	ИД-1			
	ПК-10	ИД-2			
	ПК-10	ИД-3			
	ПК-11	ИД-1			
	ПК-11	ИД-2			
	ПК-11	ИД-3			
	ПК-12	ИД-1			
	ПК-12	ИД-2			
	ПК-12	ИД-3			
	ПК-13	ИД-1			
	ПК-13	ИД-2			
	ПК-13	ИД-3			
	ПК-14	ИД-1			
	ПК-14	ИД-2			
	ПК-14	ИД-3			
	ПК-15	ИД-1			
	ПК-15	ИД-2			
	ПК-15	ИД-3			
	ПК-16	ИД-1			
	ПК-16	ИД-2			
	ПК-16	ИД-3			
	ПК-17	ИД-1			
	ПК-17	ИД-2			
	ПК-17	ИД-3			
	ПК-18	ИД-1			
	ПК-18	ИД-2			
	ПК-18	ИД-3			
	ПК- 19.1				
	ПК-19.2				
	ПК-19.3				
	ПК-20.2				
	ПК-20.3				
Производственно-технологический этап	УК-1	ИД-1	Изучение опыта	60	Проверка подготовленных
	УК-1	ИД-2	реализации		

и деятельность.	авторская	УК-1	ИД-3	аналогичных (сходных) медиапроектов. Изучение теоретического материала, выполнение практического задания		авторских материалов
		УК-3	ИД-1			
		УК-3	ИД-2			
		УК-3	ИД-3			
		УК-9	ИД-1			
		УК-9	ИД-2			
		УК-9	ИД-3			
		УК-10	ИД-1			
		УК-10	ИД-2			
		УК-10	ИД-3			
		ПК-2	ИД-1			
		ПК-2	ИД-2			
		ПК-2	ИД-3			
		ПК-3	ИД-1			
		ПК-3	ИД-2			
		ПК-3	ИД-3			
		ПК-4.	ИД-1			
		ПК-4	ИД-2			
		ПК-4	ИД-3			
		ПК-5.	ИД-1			
		ПК-5	ИД-2			
		ПК-5	ИД-3			
		ПК-6.	ИД-1			
		ПК-6	ИД-2			
		ПК-6	ИД-3			
		ПК-7	ИД-1			
		ПК-7	ИД-2			
		ПК-7	ИД-3			
		ПК-8.	ИД-1			
		ПК8	ИД-2			
		ПК-8	ИД-3			
		ПК-9	ИД-1			
		ПК-9	ИД-2			
		ПК-9	ИД-3			
		ПК-10	ИД-1			
		ПК-10	ИД-2			
		ПК-10	ИД-3			
		ПК-11	ИД-1			
		ПК-11	ИД-2			
		ПК-11	ИД-3			
		ПК-12	ИД-1			
		ПК-12	ИД-2			
		ПК-12	ИД-3			
		ПК-13	ИД-1			
		ПК-13	ИД-2			
		ПК-13	ИД-3			
		ПК-14	ИД-1			
		ПК-14	ИД-2			
		ПК-14	ИД-3			
		ПК-15	ИД-1			
		ПК-15	ИД-2			
		ПК-15	ИД-3			
		ПК-16	ИД-1			

	ПК-16 ИД-2 ПК-16 ИД-3 ПК-17 ИД-1 ПК-17 ИД-2 ПК-17 ИД-3 ПК-18 ИД-1 ПК-18 ИД-2 ПК-18 ИД-3 ПК- 19.1 ПК-19.2 ПК-19.3 ПК-20.2 ПК-20.3			
Подготовка отчета по практике. Завершающий этап практики подготовка и сдача отчета руководителю	УК-1 ИД-1 УК-1 ИД-2 УК-1 ИД-3 УК-3 ИД-1 УК-3 ИД-2 УК-3 ИД-3 УК-9 ИД-1 УК-9 ИД-2 УК-9 ИД-3 УК-10 ИД-1 УК-10 ИД-2 УК-10 ИД-3 ПК-2 ИД-1 ПК-2 ИД-2 ПК-2 ИД-3 ПК-3 ИД-1 ПК-3 ИД-2 ПК-3 ИД-3 ПК-4. ИД-1 ПК-4 ИД-2 ПК-4 ИД-3 ПК-5. ИД-1 ПК-5 ИД-2 ПК-5 ИД-3 ПК-6. ИД-1 ПК-6 ИД-2 ПК-6 ИД-3 ПК-7 ИД-1 ПК-7 ИД-2 ПК-7 ИД-3 ПК-8. ИД-1 ПК8 ИД-2 ПК-8 ИД-3 ПК-9 ИД-1 ПК-9 ИД-2 ПК-9 ИД-3 ПК-10 ИД-1 ПК-10 ИД-2 ПК-10 ИД-3 ПК-11 ИД-1	Обработка и обобщение результатов научного исследования. Детализация авторской концепции, разработка поправок и рекомендаций к ней	60	Защита письменного отчета о прохождении практики. Выступление на конференции с компьютерной презентацией отчета

	ПК-11 ИД-2 ПК-11 ИД-3 ПК-12 ИД-1 ПК-12 ИД-2 ПК-12 ИД-3 ПК-13 ИД-1 ПК-13 ИД-2 ПК-13 ИД-3 ПК-14 ИД-1 ПК-14 ИД-2 ПК-14 ИД-3 ПК-15 ИД-1 ПК-15 ИД-2 ПК-15 ИД-3 ПК-16 ИД-1 ПК-16 ИД-2 ПК-16 ИД-3 ПК-17 ИД-1 ПК-17 ИД-2 ПК-17 ИД-3 ПК-18 ИД-1 ПК-18 ИД-2 ПК-18 ИД-3 ПК- 19.1 ПК-19.2 ПК-19.3 ПК-20.2 ПК-20.3			
Итоговая конференция Презентация итогов практики	УК-1 ИД-1 УК-1 ИД-2 УК-1 ИД-3 УК-3 ИД-1 УК-3 ИД-2 УК-3 ИД-3 УК-9 ИД-1 УК-9 ИД-2 УК-9 ИД-3 УК-10 ИД-1 УК-10 ИД-2 УК-10 ИД-3 ПК-2 ИД-1 ПК-2 ИД-2 ПК-2 ИД-3 ПК-3 ИД-1 ПК-3 ИД-2 ПК-3 ИД-3 ПК-4. ИД-1 ПК-4 ИД-2 ПК-4 ИД-3 ПК-5. ИД-1 ПК-5 ИД-2 ПК-5 ИД-3 ПК-6. ИД-1	Отбор материалов. Анализ проекта, предлагаемого автором; выявление слабых и сильных сторон, соответствия проекта информационной политике отделов рекламы и связей с общественностью.	84	Выступление на конференции с компьютерной презентацией отчета.

	ПК-6	ИД-2		
	ПК-6	ИД-3		
	ПК-7	ИД-1		
	ПК-7	ИД-2		
	ПК-7	ИД-3		
	ПК-8.	ИД-1		
	ПК8	ИД-2		
	ПК-8	ИД-3		
	ПК-9	ИД-1		
	ПК-9	ИД-2		
	ПК-9	ИД-3		
	ПК-10	ИД-1		
	ПК-10	ИД-2		
	ПК-10	ИД-3		
	ПК-11	ИД-1		
	ПК-11	ИД-2		
	ПК-11	ИД-3		
	ПК-12	ИД-1		
	ПК-12	ИД-2		
	ПК-12	ИД-3		
	ПК-13	ИД-1		
	ПК-13	ИД-2		
	ПК-13	ИД-3		
	ПК-14	ИД-1		
	ПК-14	ИД-2		
	ПК-14	ИД-3		
	ПК-15	ИД-1		
	ПК-15	ИД-2		
	ПК-15	ИД-3		
	ПК-16	ИД-1		
	ПК-16	ИД-2		
	ПК-16	ИД-3		
	ПК-17	ИД-1		
	ПК-17	ИД-2		
	ПК-17	ИД-3		
	ПК-18	ИД-1		
	ПК-18	ИД-2		
	ПК-18	ИД-3		
	ПК- 19.1			
	ПК-19.2			
	ПК-19.3			
	ПК-20.2			
	ПК-20.3			
Итого			324	

7. Методические рекомендации для студентов по прохождению практики

7.1 Использование материала учебно-методического комплекса практики

На первом этапе необходимо ознакомиться со структурой практики, обязательными видами работ и формами отчетности.

Для успешного выполнения заданий по производственной практике «Профессиональная проектная практика», студенту необходимо аргументировано и логично формулировать выводы по итогам практики, соблюдать требования к оформлению отчета по практике, а также детально изучить представленные источники литературы.

8.2 Фонд оценочных средств по практике

Фонд оценочных средств (ФОС) по производственной практике «Профессиональная проектная практика» базируется на перечне осваиваемых компетенций с указанием этапов их формирования в процессе прохождения практики. ФОС обеспечивает объективный контроль достижения запланированных результатов обучения. ФОС включает в себя

- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций;
- типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и уровня овладения формируемыми компетенциями в процессе прохождения практики.

ФОС является приложением к данной программе практики.

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение практики

9.1 Рекомендуемая литература

9.1.1 Основная литература:

1. Кульназарова, А. В. Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью : учебник / А. В. Кульназарова. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 149 с. — ISBN 978-5-4497-2057-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/128352.html>

9.1.2 Дополнительная литература:

1. Ковалева, Л.В. Маркетинг территорий: учебное пособие / Л.В. Ковалева : Тюменский государственный университет, 2017. - 284 с. : ил. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=572901>. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-400-01269-3.

2. Овчинникова, Р. Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 070601 «Дизайн», 032401 «Реклама» / Р. Ю. Овчинникова ; под редакцией Л. М. Дмитриева. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 239 с. — ISBN 978-5-238-01525-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/74886.html>

3. Сергеева, З. Н. Технология рекламы : учебное пособие / З. Н. Сергеева, Е. А. Сайкин. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2020. — 83 с. — ISBN 978-5-7782-4107-7.

9.1.3 Методическая литература:

Методические указания по организации и проведению производственной практики «Профессиональная проектная практика» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

9.1.4 Интернет-ресурсы:

1. <http://www.Adme.ru>. - Видеохостинг креативной рекламы.
2. <http://www.BrandsInfo.ru>. - Каталог историй появления знаменитых брендов.
3. <http://www.intv.ru>. - Видсохостинг (видеоархив, интернет-телевидение).
4. <http://www.sostav.ru> – Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR.
5. <http://www.StoryBrand> – Сайт о создании мировых марок, брендов, фирм, организаций.
6. <http://www.telead.ru> – Архив телевизионной рекламы.
7. <http://www.tvigle.ru>. - Архив видеоматериалов (фильмы, видеоролики, телевизионная реклама и др).

9.2 Программное обеспечение: Специальное программное обеспечение не требуется.

9.3 Материально-техническое обеспечение практики

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная набором демонстрационного оборудования и учебно-наглядными пособиями, обеспечивающими тематические иллюстрации, соответствующие рабочим учебным программам дисциплин.

Учебные аудитории для проведения групповых и индивидуальных консультаций, промежуточного контроля и промежуточной аттестации. Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации, специализированной мебелью и техническими средствами обучения.

9.4 Особенности освоения практики лицами с ограниченными возможностями здоровья: Специальных условий освоения практики не требуется.