Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимов Алексей Борисович
Должность: директор департамента по образовательной политике
Дата подписания: 10.11.2023 11:16:08
Уникальный программный ключ:
8db180d1a3f02ac9e60521a5672742735c18b1d6

Аннотации рабочих программ практик
ОП направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»,
профиль подготовки
«Реклама и связи с общественностью в цифровых медиа»,
год набора 2022, форма обучения очная, очно-заочная, заочная

Аннотация рабочей программы дисциплины «Учебная практика (Профессионально-ознакомительная)»

1. Цели практики

Целями профессионально-ознакомительной практики по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью являются формирование первоначальных представлений о функционировании различных подразделений/компаний, занятых в сфере рекламы и /или связей с общественностью и способствование формированию первичных навыков профессиональной деятельности.

Задачи профессионально-ознакомительной практики:

- способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;
- владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью;
- обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга;
- умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;
- умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;
- способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно- коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

2. Место практики в структуре ОП

«Профессионально-ознакомительная» является учебной практикой и входит в Блок 2 «Практика» учебного плана образовательной программы бакалавриата.

3. Требования к результатам прохождения практики

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами прохождения практики:

УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	ИУК-3.1. Определяет свою роль в команде, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, учитывая особенности поведения и интересы других участников команды ИУК-3.2. Планирует и анализирует последствия личных действий, адекватно оценивает идеи и предложения других участников для достижения поставленной цели в командной работе ИУК-3.3. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды, соблюдая установленные

	нормы и правила социального взаимодействия, несет личную ответственность за свой вклад в результат командной работы
ПК-3 Способен осуществлять исследования в целях разработки и реализации проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	ИПК-3.3. Выбирает и эффективно использует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и (или) связей с общественностью

4. **Объём практики и виды учебной работы**

Общая трудоемкость практики составляет 3 зачетных единицы (108 академических часов).

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Производственная практика (Профессионально-творческая)»

1. Цели и задачи практики

К основной цели прохождения обучающимися профессионально-творческой практики является формирование у обучающихся расширенных представлений о функционировании и развитии коммуникационных структур, получение разностороннего опыта работы в коллективе или в конкретном коммуникационном проекте.

В перечень **общих задач** профессионально-творческой практики входит:

- подготовка обучающихся к осознанному и углубленному изучению общепрофессиональных и специальных дисциплин;
- освоение обучающимися профессиональных компетенций по избранной специальности;
- освоение практических должностных обязанностей, предусмотренных направлением подготовки «Реклама и связи с общественностью» для различных государственных, политических, общественных, коммерческих структур.

К **специфическим задачам** практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности относится:

- ознакомление с общими принципами деятельности специалиста по связям с общественностью и рекламе в организации (учреждении);
- ознакомление с законодательной и нормативной базой деятельности служб (организаций, специалистов) по связям с общественностью и рекламе;
- самостоятельное выполнение некоторых видов PR-работ и рекламных работ;

2. Место практики в структуре ОП

«Профессионально-творческая практика» является производственной практикой и входит в Блок 2 «Практика» учебного плана образовательной программы бакалавриата.

3. Требования к результатам прохождения практики

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами прохождения практики:

УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	ИУК-2.1.Формулирует совокупность задач в рамках поставленной цели проекта, решение которых обеспечивает ее достижение ИУК-2.2. Определяет связи между поставленными задачами, основными компонентами проекта и ожидаемыми результатами его реализации ИУК-2.3. Выбирает оптимальные способы планирования, распределения зон ответственности, решения задач, анализа результатов с учетом действующих правовых норм, имеющихся условий, ресурсов и ограничений, возможностей использования
ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ИПК-1.1. Разрабатывает и эффективно применяет коммуникационные кампании, проекты и мероприятия ИПК-1.2. Формулирует требования к коммуникационным кампаниям, проектам и мероприятиям ИПК-1.3. Осуществляет контроль за реализацией коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПК-3 Способен осуществлять исследования в целях разработки и реализации проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	ИПК-3.1. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта ИПК-3.2. Формулирует требования к основным документам по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью ИПК-3.3. Выбирает и эффективно использует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и (или) связей с общественностью

4. **Объём практики и виды учебной работы**

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

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Производственная практика (Научно-исследовательская работа)»

1. Цели и задачи научно-исследовательской работы

Цель НИР – расширение профессиональных знаний, полученных бакалаврами в процессе обучения, и формирование практических умений и навыков ведения самостоятельной научно-исследовательской работы.

Задачи НИР:

- Изучение литературных источников по разрабатываемой теме с целью их использования при выполнении выпускной квалификационной работы;
- Изучение методов исследования и проведения экспериментальных работ; методов анализа и обработки экспериментальных данных;
- Освоение информационных технологий в научных исследованиях, программных продуктов, относящиеся к профессиональной сфере;
- Ознакомление с требованиями к оформлению научно-технической документации и порядком внедрения результатов научных исследований и разработок;
- Выполнение анализа, систематизации и обобщения научной информации по теме исследований;
- Проведение теоретического или экспериментального исследования в рамках поставленных задач;
- Анализ достоверности полученных результатов; сравнение результатов исследования объекта разработки с отечественными и зарубежными аналогами;
- Анализ научной и практической значимости проводимых исследований, а также технико-экономической эффективности разработки;
- Приобретение навыков формулирования целей и задач научного исследования; выбора и обоснования методики исследования;
- Приобретение навыков работы с прикладными научными пакетами и редакторскими программами, используемыми при проведении научных исследований и разработок;
- Приобретение навыков оформления результатов научных исследований (оформление отчёта, написание научных статей, тезисов докладов).

2. Место научно-исследовательской работы в структуре ОП

Научно-исследовательская работа является производственной практикой и входит в Блок 2 «Практика» учебного плана образовательной программы бакалавриата.

3. Требования к результатам прохождения практики

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами прохождения практики:

УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	ИУК-6.1. Использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей
ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или)	ИОПК-1.1. Применяет знания, методы анализа и моделирования при создании востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и

медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	(или) коммуникационных продуктов
ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ИОПК-3.1. Обладает знаниями достижений отечественной и мировой культуры ИОПК-3.2. Понимает процесс создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ИОПК-4.1. Умеет определять запросы и потребности общества и аудитории
ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ИОПК-6.1. Знает основы информационных технологий ИОПК-6.3. Понимает принципы работы современных информационных технологий ИОПК-6.4. Умеет использовать современные информационные технологии для решения задач профессиональной деятельности

4. Объем практики и виды учебной работы

Общая трудоемкость практики составляет 12 зачетных единиц (432 академических часа).

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Производственная практика (Преддипломная)»

1. Цели и задачи практики

Основными **целями** практики являются:

- обобщение и систематизация знаний и навыков, полученных в ходе изучения дисциплин направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»;
- проверка готовности выпускника к самостоятельной трудовой деятельности;
- сбор материала, необходимого для написания выпускной квалификационной работы по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Задачи практики**:**

- закрепление общих представлений обучающихся о принципах и законах функционирования рыночной экономики и места рекламной практики в медиаиндустрии; показать будущим специалистам один из аспектов реальных условий работы в рекламной среде;
- ознакомление с особенностями использования различных инструментов продвижения рекламы и рекламных средств;
- раскрытие прикладного характера рассматриваемых в учебных дисциплинах базовых категорий рекламы;
- закрепление навыков расчета основных показателей рекламного планирования, определение рекламного бюджета, медиапланирования и анализа эффективности рекламных мероприятий;
- выработать у обучающихся умение анализировать и систематизировать факты рекламного дела и маркетинга в соответствии с конкретно поставленной задачей;
- выработать филологические навыки написания рекламных текстов различного характера;
- развитие навыков презентации и защиты результатов выполняемой рекламной деятельности.

2. Место практики в структуре ОП

Преддипломная практика является производственной практикой и входит в Блок 2 «Практика» учебного плана образовательной программы бакалавриата.

3. Требования к результатам прохождения практики

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами прохождения практики:

УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	ИУК-6.1. Использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей
ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами	ИОПК-1.1. Применяет знания, методы анализа и моделирования при создании востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ИОПК-4.1. Умеет определять запросы и потребности общества и аудитории
ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ИОПК-6.1. Знает основы информационных технологий ИОПК-6.3. Понимает принципы работы современных информационных технологий ИОПК-6.4. Умеет использовать современные информационные технологии для решения задач профессиональной деятельности
ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ИОПК-7.1. Планирует и анализирует последствия своей профессиональной деятельности
ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ИПК-1.1. Разрабатывает и эффективно применяет коммуникационные кампании, проекты и мероприятия ИПК-1.2. Формулирует требования к коммуникационным кампаниям, проектам и мероприятиям ИПК-1.3. Осуществляет контроль за реализацией коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий
ПК-2 Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ИПК-2.1. Применяет основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке стратегии продвижения ИПК-2.2. Выбирает и эффективно использует СМИ при реализации коммуникационного продукта
ПК-3 Способен осуществлять исследования в целях разработки и реализации проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	ИПК-3.1. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта ИПК-3.2. Формулирует требования к основным документам по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью ИПК-3.3. Выбирает и эффективно использует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и (или) связей с общественностью

4. Объём практики и виды учебной работы

Общая трудоемкость практики составляет 9 зачетных единиц (324 академических часа).