

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Максимов Алексей Борисович

Должность: директор департамента по образовательной политике

Дата подписания: 10.11.2023 11:52:52

Уникальный программный ключ:

8db180d1a3f02ac9e60521a5672742735c18b108

Аннотации рабочих программ практик

ОП направления подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»,
магистерской программы «Технологии анализа медиасферы», год набора 2021,
форма обучения очная, очно-заочная, заочная

Аннотация рабочей программы дисциплины «Профессионально-творческая практика»

1. Цели и задачи практики

Целью профессионально-творческой практики является формирование у обучающихся углубленных представлений о конкретных творческих и(или) управленческих аспектах функционирования современных предприятий и подразделений индустрии рекламы и связей с общественностью, получение соответствующего специального опыта работы в профессиональном коллективе или в конкретном коммуникационном проекте.

Задачами практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности являются:

- закрепление знаний, умений и навыков, полученных магистрами в процессе изучения дисциплин магистерской программы в практической деятельности;
- самостоятельное пополнение, критический анализ и применение теоретических и практических знаний в сфере рекламы и PR в медиаиндустрии для собственных научных исследований;
- знакомство с содержанием основных работ и исследований в рекламе и PR в медиаиндустрии;
- участие в работе научных коллективов, проводящих исследования по основным вопросам коммуникаций, подготовка и редактирование научных публикаций;
- развитие творческого и научно-исследовательского подхода к решению профессиональных задач;
- овладение современными методами сбора, анализа и обработки научной информации по проблеме;
- знакомство с основными типами и видами организаций, ведущих коммуникационную деятельность;
- развитие навыков профессиональной рефлексии;
- совершенствование навыков проектирования, планирования, подготовки и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий;
- формирование стратегий, определение целей, разработка программ и проведение коммуникационных кампаний и отдельных мероприятий, контроль и оценка их эффективности;
- поиск, сбор, обработка, анализ и систематизация информации по теме исследования.

2. Место практики в структуре ОП

Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности относится к блоку Б2 «Практики» учебного плана образовательной программы магистратуры.

3. Требования к результатам прохождения практики

В результате прохождения практики магистранты должны:

Знать:

- современную теорию, методологию и современные технологии рекламы и связей с общественностью в медиаиндустрии;

Уметь:

- использовать современные технические средства и коммуникативные технологии в осуществлении коммуникационной, научно-исследовательской и педагогической деятельности;

Владеть:

-технологиями поиска, систематизации и обработки информации, навыками деловой коммуникации, медиапланирования, подготовки проектной документации, подготовки и проведения рекламных и PR-кампаний.

4.Объём дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц (108 академических часов).

Аннотация рабочей программы дисциплины «Научно-исследовательская практика»

1. Цели и задачи научно-исследовательской практики

Целью научно-исследовательской практики является формирование и развитие профессиональных знаний в сфере избранной специальности, закрепление полученных теоретических знаний по дисциплинам направления и специальным дисциплинам магистерской программы, овладение необходимыми общепрофессиональными и профессиональными компетенциями по избранному направлению специализированной подготовки,

Основными **задачами** научно-исследовательской практики магистранта направления 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» является:

- приобретение опыта в исследовании актуальной научной проблематики;
- развитие профессионального научно-исследовательского мышления магистранта;
- обучение грамотному использованию современных методов исследования при проведении научно-исследовательской работы;
- формирование культуры библиографической работы в рамках научно-исследовательской деятельности с привлечением современных информационных технологий;
- знакомство с методами обработки и анализа полученной в ходе научно-исследовательской работы информации;
- уметь излагать полученные результаты в виде отчетов, докладов и научных публикаций;
- подбор необходимых материалов для выполнения выпускной квалификационной работы - магистерской диссертации.

2. Место научно-исследовательской работы в структуре ОП

Научно-исследовательская работа относится к блоку Б2 «Практики» учебного плана образовательной программы магистратуры.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате выполнения научно-исследовательской работы магистранты должны:

Знать:

- требования и критерии оценки, предъявляемые к магистерским научно-исследовательским работам;

Уметь:

- использовать научно-методическую литературу, нормативно-правовые акты (законы, распоряжения, кодексы, указы и т.д.), статистические данные, в качестве исследовательской и аналитической базы для собственных научных изысканий, аргументировать полученные результаты;

Владеть: общенаучными и специальными методами анализа, навыками научно-исследовательской работы.

4.Объём дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц (108 академических часов).

Аннотация рабочей программы дисциплины «Научно-исследовательская работа»

1. Цели и задачи научно-исследовательской работы

Цель научно-исследовательской работы является выработка у обучающихся компетенций и навыков ведения самостоятельной научно-исследовательской работы в области рекламы и связей с общественностью в медиаиндустрии.

Задачи научно-исследовательской работы:

- развитие профессионального научно-исследовательского мышления магистранта;
- формирование четкого представления об основных способах решения задач, поставленных в ходе научно-исследовательской работы;
- определение научной проблематики по выбранной тематике научного исследования;
- обучение грамотному планированию научно-исследовательской работы;
- обучение грамотному использованию современных методов исследования при проведении научно-исследовательской работы;
- формирование культуры библиографической работы в рамках научно-исследовательской деятельности с привлечением современных информационных технологий;
- знакомство с методами обработки и анализа полученной в ходе научно-исследовательской работы информации;
- обучение способности критически оценивать результаты собственных исследований;
- содействовать развитию практических навыков коммуникативной деятельности;
- владеть методиками описания, анализа и прогнозирования коммуникационных процессов в сфере рекламы и PR;
- содействовать активизации научной деятельности магистров;
- уметь излагать полученные результаты в виде отчетов, докладов и научных публикаций.

2. Место научно-исследовательской работы в структуре ОП

Научно-исследовательская работа относится к блоку Б2 «Практики» учебного плана образовательной программы магистратуры.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате выполнения научно-исследовательской работы магистранты должны:

Знать:

- требования и критерии оценки, предъявляемые к магистерским научно-исследовательским работам;

Уметь:

- использовать научно-методическую литературу, нормативно-правовые акты (законы, распоряжения, кодексы, указы и т.д.), статистические данные, в качестве исследовательской и аналитической базы для собственных научных изысканий, аргументировать полученные результаты;

Владеть: общенаучными и специальными методами анализа, навыками научно-исследовательской работы.

4. Объём дисциплины и виды учебной работы

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

Аннотация рабочей программы дисциплины «Педагогическая практика»

1. Цели и задачи практики

Цель педагогической практики состоит в закреплении у обучающихся знаний в профессиональной сфере, а также в приобретении ими навыка педагога-исследователя, владеющего современными технологиями рекламы и PR, а также инструментарием науки для поиска и интерпретации информационного материала по рекламе и PR с целью его использования в педагогической деятельности.

Задачи педагогической практики:

- закрепить и расширить теоретические и практические знания, полученные магистрантами в процессе обучения;
- приобрести опыт организационной работы;
- приобрести опыт решения практических задач, требующих применения профессиональных знаний и умений;
- сформировать представления о содержании и процессе планирования учебного процесса;
- совершенствовать аналитическую и рефлексивную деятельность начинающих преподавателей;
- освоить педагогические технологии проведения учебных занятий по рекламе и PR с бакалаврами;
- приобрести опыт самостоятельной разработки тематического плана лекционных и семинарских занятий, составления списков обязательной и дополнительной литературы, вопросов к семинарам;
- выработать навыки самостоятельного проведения учебных занятий;
- изучение современных методов и методологии научного исследования, в наибольшей степени соответствующие магистерской программе «Реклама и связи с общественностью в медиандустрии».
- совершенствование представлений о современных образовательных информационных технологиях.
- проанализировать полученные в ходе практики навыки для подготовки отчета по практике.

2. Место практики в структуре ОП

Педагогическая практика относится к блоку Б2 «Практики» учебного плана образовательной программы магистратуры.

3. Требования к результатам прохождения практики

В результате прохождения практики магистранты должны:

Знать:

- теоретический и практический материал по рекламным и коммуникационным технологиям, содержание основной учебной и методической литературы;
- педагогические и дидактические особенности донесения необходимой учебной и научной информации до обучающихся;

Уметь:

- устанавливать эффективную коммуникацию с обучающимися;
- подбирать, анализировать и структурировать материал, необходимый для проведения учебного занятия;

Владеть:

- технологиями педагогического мастерства;
- навыками пользования необходимыми техническими средствами при подготовке и проведении учебного занятия.

4.Объём практики и виды учебной работы

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

Аннотация рабочей программы дисциплины «Преддипломная практика»

1. Цели и задачи практики

Целью преддипломной практики является выработка у обучающихся, обучающихся по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» компетенций и навыков ведения самостоятельной исследовательской работы и профессиональной деятельности.

Задачи практики:

- приобретение опыта в исследовании актуальной научной проблемы в области рекламы в системе бизнес-коммуникаций;
- подбор необходимых материалов для выполнения выпускной квалификационной работы - магистерской диссертации;
- поиск, анализ и оценка информации для подготовки и принятия управленческих решений в области рекламы и связей с общественностью в бизнесе;
- анализ существующих форм организации коммуникаций; разработка и обоснование предложений по их совершенствованию;
- анализ и моделирование процессов бизнес-коммуникаций;
- выявление и формулирование актуальных научных проблем в области рекламы в системе бизнес-коммуникаций;
- разработка программ научных исследований и разработок, организация их выполнения;
- разработка методов и инструментов проведения исследований и анализа их результатов;
- разработка организационно-управленческих моделей процессов, явлений и объектов, оценка и интерпретация результатов;
- поиск, сбор, обработка, анализ и систематизация информации по теме исследования.

2. Место практики в структуре ОП

Преддипломная практика является составной частью основной образовательной программы высшего профессионального образования и входит в блок Б2 «Практики» ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

3. Требования к результатам прохождения практики

В результате прохождения практики магистранты должны:

Знать:

- научные источники по разрабатываемой теме магистерской диссертации;
- методы исследования и проведения исследования в рамках темы диссертационной работы;
- методы анализа и обработки исследовательских данных;
- модели процессов и явлений, относящихся к исследуемому объекту;
- требования к оформлению результатов научных исследований;
- основные понятия, методы и инструменты количественного и качественного анализа в рекламной и коммуникационной деятельности;
- основные элементы рекламы и связей с общественностью в медиаиндустрии;
- основные информационные технологии управления рекламными и коммуникационными процессами;
- основные положения методологии научного исследования.

Уметь:

- формулировать научную проблему в сфере рекламы и связей с общественностью;
- обосновывать выбранное научное направление, адекватно подбирать средства и методы для решения поставленных задач в научном исследовании;
- анализировать, систематизировать и обобщать научно-техническую информацию в рамках магистерского исследования;
- проводить теоретическое и аналитическое исследование в рамках поставленных задач магистерской диссертации;
- обосновывать достоверность полученных результатов;
- проводить оценку научной и практической значимости результатов проводимых исследований, а также эффективности разработки;
- управлять развитием медиаорганизации и осуществлять анализ и разработку стратегии медиаорганизации на основе современных методов и передовых научных достижений;
- обрабатывать эмпирические и экспериментальные данные.

Владеть:

- методами организации и проведения опытно-экспериментальной и исследовательской работы в сфере рекламной и PR деятельности;
- методикой проведения научных исследований;
- способами обработки получаемых эмпирических данных и их интерпретации;
- методами анализа и самоанализа, способствующими развитию личности магистранта;
- навыком ведения научной дискуссии в соответствии с законами логики и правилами аргументирования;
- навыками количественного и качественного анализа;
- методикой разработки рекламного, коммуникационного или PR -проекта ;
- информационными технологиями для проведения и написания магистерской работы.

4. Объем практики и виды учебной работы

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