

Документ подписан простой электронной подписью  
 Информация о владельце:  
 ФИО: Гайдамашко Игорь Вячеславович  
 Должность: И.о. ректора  
 Дата подписания: 11.10.2022 12:59:03  
 Уникальный программный ключ:  
 c7b77973654876a9af4d3b280790bfd371557fdb

**42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»  
 Бакалавриат  
 Реклама и связи с общественностью в коммерческой  
 и некоммерческой сферах  
 АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы практики в форме практической подготовки  
 Профессионально-ознакомительная практика  
 Практика части учебного плана, формируемой участниками образовательных  
 отношений**

**Форма обучения - очная, заочная**

Общая трудоемкость практики (ЗЕТ / час.)	6 / 216
Место практики в структуре образовательной программы	Профессионально-ознакомительная практика в форме практической подготовки относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б2 «Практики» ФГОС ВО образовательной программы подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
Содержание практики (основные темы, разделы, модули)	<p>Организационный. Подготовка к прохождению практики: участие в установочной конференции: -ознакомление студентов-практикантов с целями, задачами, временем и местом прохождения практики в форме практической подготовки. прохождение инструктажа по технике безопасности; распределение по базам практики; проведение инструктажа по самостоятельной работе студентов, по ведению дневника практики в форме практической подготовки и оформлению отчета. согласование рабочего графика (плана) проведения практики в форме практической подготовки с руководителем практики в форме практической подготовки от профильной организации; разработка плана прохождения практики в форме практической подготовки.</p> <p>Основной. Общее знакомство с организацией (учреждением); знакомство с системой деятельности предприятия, а также особенностями целевой аудитории организации (учреждения); знакомство с отделом рекламы и связей с общественностью (PR-отделом, отделом маркетинга); знакомство с должностными обязанностями и правами специалиста по рекламе и связям с общественностью, с законодательной и нормативной базой деятельности служб и отделов рекламы и связей с общественностью; знакомство с номенклатурой и ведением документации специалиста по рекламе и связям с общественностью; знакомство с содержанием и планом работы отдела рекламы и связей с общественностью.</p> <p>Заключительный. Обработка и анализ полученной информации, подготовка письменных отчетов и документов по практике в форме практической подготовки; итоговая конференция по практике в форме практической подготовки. Творческий отчет по практике «Моя первая практика». Публичная защита с подготовкой доклада и/или электронной презентацией, выполненной в ходе практики в форме практической подготовки</p>
Формируемые компетенции (коды)	УК-1; УК-2; ОПК-2; ОПК-4; ОПК-5
Коды и наименование индикатора достижения компетенции	<p>УК-1.1 Демонстрирует знание принципов сбора, отбора и обобщения информации, методологии системного подхода для решения профессиональных задач</p> <p>УК-1.2 Анализирует и систематизирует разнородные данные, осуществляет процедуры анализа проблем и принятия решений в</p>

	<p>профессиональной деятельности</p> <p>УК-1.3 Применяет навыки научного поиска и практической работы с источниками информации; методами принятия решений</p> <p>УК-2.1 Демонстрирует способы решения поставленных задач и ожидаемые результаты</p> <p>УК-2.2 Анализирует альтернативные варианты решений для достижения намеченных результатов; разрабатывать план, определять целевые этапы и основные направления работ</p> <p>УК-2.3 Использует различные методики для разработки целей и задач проекта; руководствуется методами оценки продолжительности и стоимости проекта, а также может рассчитать ресурсные затраты</p> <p>ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития</p> <p>ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов</p> <p>ОПК-4.1 Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп</p> <p>ОПК-4.2 Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p> <p>ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p> <p>ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</p>
<p>Образовательные технологии</p>	<p>Информационно-развивающие технологии:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– самостоятельное изучение литературы;</li> <li>– использование электронных средств информации.</li> </ul> <p>Деятельностные практико-ориентированные технологии:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– анализ конкретных производственных ситуаций;</li> <li>– моделирование профессиональной деятельности в образовательном процессе;</li> </ul> <p>Личностно-ориентированные технологии обучения:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– проблемное обучение – стимулирование самостоятельно получать знания;</li> <li>– индивидуальное обучение – выстраивание собственных образовательных траекторий с учетом их интересов и предпочтений;</li> <li>– междисциплинарное обучение – использование знаний из различных областей, группируемых и концентрируемых в контексте конкретных задач.</li> </ul>
<p>Форма промежуточной аттестации</p>	<p>Зачет с оценкой</p>