

Частное образовательное учреждение высшего образования

«Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса»

АННОТАЦИЯ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ:

Б2.О.02.01(П) ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКОЙ ПРАКТИКИ

Направление подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль «Реклама и связи с общественностью в отраслях и сферах деятельности»

**Курск – 2023**

## 1. Вид практики, способы и формы проведения производственной практики: профессионально-творческой практики

**Цель практики** - научить студентов применять на практике полученные знания по обязательным базовым и специальным дисциплинам, проявить умение выражать свой уровень обще-профессиональной и специальной подготовки в сфере рекламы и связей с общественностью.

### Задачи производственной практики: профессионально-творческой практики

- 1) закрепление и углубление теоретической подготовки студента,
- 2) приобретение и совершенствование практических навыков и компетенций, а также опыта самостоятельной профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью;
- 3) выявление степени профессиональной подготовленности бакалавра к самостоятельной профессиональной деятельности;
- 4) сбор, обобщение и анализ полученных в ходе практики материалов для подготовки отчета по практике.

**Вид практики** – производственная практика.

**Тип практики** – профессионально-творческая практика.

**Способы проведения практики** – стационарный, выездной.

**Форма проведения практики** – дискретно.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья выбор мест прохождения практики может быть произведен с учетом состояния здоровья и требований по доступности.

Практическая подготовка при проведении практики организуется путем непосредственного выполнения обучающимися определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Практическая подготовка - форма организации образовательной деятельности при освоении образовательной программы в условиях выполнения обучающимися определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью и направленных на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенций по профилю соответствующей образовательной программы.

Обучающиеся, совмещающие обучение с трудовой деятельностью, вправе проходить практику по месту трудовой деятельности в случаях, если профессиональная деятельность, осуществляемая ими, соответствует требованиям образовательной программы к проведению практики.

## 2. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Таблица 1 - Трудовые действия и виды деятельности на практике

Наименование трудового действия	Наименование вида деятельности	Количество часов /ЗЕТ
06 Связь, информационные и коммуникационные технологии ПС 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации <i>В/01.6 Организация маркетинговых исследований в области СМИ</i> <i>В/02.6 Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ</i> ПС 06.013 Специалист по информационным ресурсам С/02.6 Управление информацией из различных источников		
<i>Поиск статистической и аналитической информации,</i>	Проектная деятельность 1 этап (изучение действующих в подразделении нормативно-правовых актов по его функциональному	72/2

<p><i>характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ</i> Формирование запросов и получение информации от сотрудников организации</p>	<p>предназначению, режиму работы, делопроизводству, структуре данной организации и др.)</p>	
<p>Профессиональное обеспечение создания и реализации рекламного и PR-продукта <i>Анализ на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ</i> <i>Разработка концепции продвижения продукции СМИ, формирование коммуникационных целей и маркетинговых стратегий</i> Мониторинг появления новой или необходимой информации внутри организации, в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и других источниках</p>	<p>Проектная деятельность. 2 этап Подготовка информационных, аналитических и исследовательских материалов, включающих в себя:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• общие сведения о компании (организации), такие как полное название и юридический адрес, организационно-правовая форма, структура управления; перечень оказываемых услуг и производимых продуктов; корпоративная и маркетинговая стратегия; общие показатели экономической деятельности (прибыль, товарооборот, затраты на маркетинговую и рекламную деятельность) по согласованию с руководителем базы практики;</li> <li>• маркетинговые показатели, такие как: продажи, доля рынка предприятия, компании, организации; число клиентов и количество лояльных клиентов; распределение функций по структурам службы маркетинга и наличие подразделений рекламных и PR-служб; планирование и контроль рекламно-маркетинговой деятельности; анализ и оценка эффективности проводимых рекламно-маркетинговых мероприятий;</li> <li>• показатели рекламной и PR-политики, включающие: описание коммуникативной стратегии предприятия, компании, организации; брифы, техзадания, виды и график рекламных и PR-мероприятий, промо-акций; показатели доли марки и её узнаваемости; бюджет на рекламные и PR-кампании, результаты оценки эффективности рекламной и PR-политики.</li> </ul>	504/14
<p>Общая оценка значимости и приоритетности получаемой информации Подготовка информационных, аналитических и исследовательских материалов</p>	<p>Проектная деятельность (составление проектов документов и информационных материалов, оформление дневников, отчетов и защита отчета в последний день практики)</p>	72/2

**Профессионально-творческая практика** способствует комплексному формированию универсальных, общепрофессиональных компетенций у обучающихся:

**УК-8.2; УК-9.2; ОПК-1.2; ОПК-2.2; ОПК-3.2; ОПК-4.2; ОПК-5.2; ОПК-6.2; ОПК-7.2**

УК-8

Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов

УК-8.2

Выявляет признаки, причины и условия возникновения чрезвычайных ситуаций; оценивает вероятность возникновения потенциальной опасности для обучающегося и принимает меры по ее предупреждению в условиях образовательного учреждения; оказывает первую помощь в чрезвычайных ситуациях

УК-9	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
УК-9.2	Применяет экономические знания при выполнении практических задач; принимает обоснованные экономические решения в различных областях профессиональной деятельности
ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
ОПК-1.2	Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
ОПК-2.2	Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов
ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
ОПК-3.2	Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности
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
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
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
ОПК-6	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности
ОПК-6.2	Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

ОПК-7.2

Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом

Перечень компетенций с указанием индикаторов их формирования в процессе освоения образовательной программы на практике, а также критерии оценивания представлены в таблице 2.

Таблица 2 - Перечень компетенций с указанием индикаторов их формирования в процессе освоения образовательной программы, показателей оценивания

Шифр	Компетенции	Индикатор	Наименование индикатора	Планируемые результаты освоения
УК-8	Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	УК-8.2	Выявляет признаки, причины и условия возникновения чрезвычайных ситуаций; оценивает вероятность возникновения потенциальной опасности для обучающегося и принимает меры по ее предупреждению в условиях образовательного учреждения; оказывает первую помощь в чрезвычайных ситуациях	Знать: признаки, причины и условия возникновения чрезвычайных ситуаций Уметь: оценивать вероятность возникновения потенциальной опасности для обучающегося и принимать меры по ее предупреждению в условиях образовательного учреждения Владеть: навыками оказания первой помощи в чрезвычайных ситуациях
		Показатель оценивания	Владение навыками выявлять признаки, причины и условия возникновения чрезвычайных ситуаций; оценивать вероятность возникновения потенциальной опасности для обучающегося и принимает меры по ее предупреждению в условиях образовательного учреждения; оказывать первую помощь в чрезвычайных ситуациях	
УК-9	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9.2	Применяет экономические знания при выполнении практических задач; принимает обоснованные экономические решения в различных областях профессиональной деятельности	Знать: базовые экономические понятия и категории в сфере профессиональной деятельности, порядок ее организации и ведения Уметь: систематизировать и обобщать информацию с целью оптимального выбора формы и вида профессиональной деятельности Владеть: практическими навыками экономического обоснования в решении профессиональных задач
		Показатель оценивания	экономические знания при выполнении практических задач; принимает обоснованные экономические решения в различных областях профессиональной деятельности	

ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.2	Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	Знать: основы составления медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов Уметь: выявлять отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ Владеть: навыками подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
		Показатель оценивания	Знание отличительных особенностей медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.2	Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов	Знать: тенденции развития общественных и государственных институтов Уметь: учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов Владеть: навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов с учетом тенденций развития общественных и государственных институтов.
		Показатель оценивания	Умение учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов	
ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.2	Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Знать: основные направления и стили мировой художественной культуры Уметь: гармонично сочетать художественный образ и текст, учитывая специфические особенности средств художественной выразительности. Владеть: художественным вкусом и стилевым чутьем
		Показатель оценивания	Учет достижений отечественной и мировой культуры, а также средств художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	

ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	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	Знать: особенности организации коммуникаций, основные механизмы взаимосвязи поведения сотрудников и эффективности организации; Уметь: выстраивать эффективные корпоративные коммуникационные каналы и использовать современные технические средства передачи информации, вести подготовку рекламных продуктов; Владеть: навыками информационного обеспечения процессов внутренних коммуникаций и связей с общественностью, навыками эффективного общения в профессиональной деятельности.
		Показатель оценивания	Владение навыками использовать 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	
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиа- коммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	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	Знать: специфику, принципы, методики, инструменты планирования, организации, контроля и оценки эффективности коммуникационных кампаний, составляющих их PR-операций и мероприятий с учетом правовых, этических и технологических норм работы в организациях различного типа; Уметь: выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий; структурировать свою работу в соответствии с PR-программой и информационно-коммуникативными стратегиями организации; Владеть: традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности, умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия в связях с общественностью для решения маркетинговых и коммуникационных задач коммерческих структур.
		Показатель оценивания	Осуществление профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	

ОПК-6	Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационнокоммуникационные технологии	ОПК-6.2	Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Знает: основные понятия теории информации, методы сбора, передачи, организации хранения в памяти компьютера и обработки информации; Умеет: применять технические и программные средства реализации информационных процессов: использовать локальные и глобальные сети ЭВМ Владеет: современными методами сбора, обработки и анализа данных
		Показатель оценивания	Применение современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.2	Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом	Знать: закономерности человеческой психики и особенности восприятия информации, в том числе, рекламного характера, основные способы коммуникации и межгруппового взаимодействия; Уметь: анализировать теоретический материал по проблемам командообразования, преобразовывать информацию для использования ее в дальнейшей профессиональной деятельности, иметь собственную позицию по вопросам организационных коммуникаций и внутригруппового взаимодействия с учетом норм этики и морали; Владеть: навыками анализа и использования научной теоретической и практической информации по вопросам рекламы и связей с общественностью и учета этических норм в профессиональной деятельности.
		Показатель оценивания	отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом	

### 3. Место производственной практики: профессионально-творческой практики в структуре программы

Тип производственной практики: Б2.О.02.01(П) профессионально-творческая практика является обязательным разделом ОПОП ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Практика относится к блоку Б2 учебного плана ОПОП ВО. Практика вырабатывает умения и практические навыки, приобретаемые обучающимися в результате освоения теоретических дисциплин Блока Б.1. способствует комплексному формированию универсальных, общепрофессиональных компетенций у обучающихся.

Профессионально-творческая практика для студентов ОФО и ОЗФО организуется на 3 курсе в 6 семестре, для студентов ЗФО на 4 курсе в 8 семестре. Практика базируется на дисциплинах 1,2 и 3 курсов для ОФО и ОЗФО и 1,2,3 курсов для ЗФО.

Общее методическое руководство практикой осуществляет кафедра управления и связей с общественностью. Заведующий кафедрой несет ответственность за уровень организации

практики и ее результаты. Непосредственное руководство практикой студентов возлагается на ППС кафедры, имеющий необходимый практический опыт.

Руководство практикой студентов в организации - базы практики возлагается на высококвалифицированных специалистов и руководителей подразделений.

**4. Объем практики в зачетных единицах и ее продолжительность в неделях**

Объем в зачетных единицах – 18.

Продолжительности в неделях, либо в академических часах – 12 недель, 648 ч.