

Приложение к рабочей программе дисциплины
Проектно-аналитическая практика

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Магистерская программа: «Маркетинговые коммуникации в государственных и бизнес-структурах»

АННОТАЦИЯ

рабочей программы практики в форме практической подготовки

Проектно-аналитическая практика

Практика части, формируемой участниками образовательных отношений

форма обучения – очно-заочная

Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / час.)	6/216
Место практики в структуре образовательной программы	Производственная практика в форме практической подготовки «Проектно-аналитическая практика» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока Б2 «Практики» образовательной программы подготовки магистров по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».
Содержание практики (основные темы, разделы, модули)	Подготовительный. Участие в установочной конференции. Ознакомление практикантов с целями, задачами, временем и местом прохождения практики. Ознакомление с правилами внутреннего трудового распорядка учреждения (организации, предприятия). Проведение инструктажа по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, определение рабочего места (инструктаж на рабочем месте). Согласование рабочего графика (плана) проведения практики в форме практической подготовки с руководителем практики от профильной организации. Составление плана работы практиканта. Формирование заданий по практике в форме практической подготовки. Основной. Сбор данных об организации – базе практики, характеристика ее деятельности. Сбор и систематизация информации по профилю текущих коммуникационных проектов профильной организации. Участие в проектировании коммуникационных кампаний и мероприятий; обеспечение средств и методов реализации проектов, участие в организации работы проектных команд. Участие в подготовке проектной и сопутствующей документации в рамках коммуникационных программ организации. Планирование и организация проведения исследований, анализ и интерпретация их результатов; Анализ существующих форм организации коммуникаций; разработка и обоснование предложений по их совершенствованию. 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. Публичная защита с подготовкой доклада и/или электронной презентацией, выполненной в ходе практики в форме практической подготовки
Формируемые компетенции (коды)	УК-2; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-8; ПК-9
Коды и наименование индикатора достижения компетенции	УК-2.1. Определяет цель и задачи проекта. УК-2.2. Разрабатывает стратегические решения по реализации проекта, исходя из требований нормативных правовых актов, имеющихся ресурсов и ограничений. УК-2.3. Определяет виды работ и распределяет их между участниками проекта. УК-2.4. Формулирует ожидаемые результаты реализации проекта и проводит мониторинг их достижения на всех этапах жизненного цикла проекта. УК-2.5. Проводит презентацию бизнес-идеи и результаты реализации проекта. ПК-1.1. Умеет осуществлять руководство, планирование и координацию работ по проведению коммуникационных программ и мероприятий, определять затраты на их проведение. ПК-1.2. Умеет находить пути и способы повышения эффективности коммуникационных программ и мероприятий, как в сфере бизнеса, так и в системе государственного управления. ПК-1.3. Осуществляет рациональный выбор технологий рекламы и связей с общественностью при планировании и реализации коммуникационных программ и мероприятий.

	ПК-2.1Знает алгоритмы практического применения методов, технологий и инструментов планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий. ПК-2.2Демонстрирует навыки оценки эффективности коммуникационных программ и мероприятий. ПК-2.3Разрабатывает предложения по корректировке коммуникационных программ и мероприятий. ПК-3.1Умеет руководить сотрудниками коммуникационных агентств и служб рекламы и СО, оценивать производительность и качество работы коллектива. ПК-3.2Готов к работе в коллективе, знаком с методами устранения конфликтов, способен находить и принимать управленческие решения. ПК-3.3Понимает специфику межличностного и межгруппового взаимодействия с позиций этнической толерантности. ПК-4.1Разрабатывает концепцию проекта в рамках обозначенной проблемы, формулируя цель, задачи, актуальность, значимость, ожидаемые результаты и возможные сферы их применения. ПК-4.2Осуществляет планирование ресурсов коммуникационных проектов. ПК-4.3Организует и координирует работу участников проекта, способствует конструктивному преодолению возникающих разногласий и конфликтов, обеспечивает работу команды необходимыми ресурсами. ПК-5.1Определяет направления работ по реализации процедур оценки качества и эффективности проектов. ПК-5.2Формирует план-график реализации проекта в целом и план контроля его выполнения. ПК-5.3Предлагает возможные пути (алгоритмы) внедрения в практику результатов проекта (или осуществляет его внедрение). ПК-6.1Знает методику и технику проведения количественных и качественных исследований. ПК-6.2Умеет осуществлять руководство проведением количественных и качественных исследований в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью. ПК-6.3Умеет находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа. ПК-6.4Демонстрирует умение обрабатывать результаты исследований с помощью компьютерных и других новейших технологий. ПК-6.5Знает методику и технику проведения исследований общественной среды и общественного мнения. ПК-6.6Умеет организовывать и проводить исследования общественной среды и общественного мнения ПК-7.1Знает маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента. ПК-7.2Умеет использовать теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга в различных видах профессиональной деятельности. ПК-7.3 Умеет формировать маркетинговые стратегии с учетом изменений предпринимательской среды и мотиваций потребителей, а также перспективных направлений дальнейшего организационного развития, инновационной и инвестиционной деятельности фирмы. ПК-7.4Демонстрирует навыки разработки концептуальных и стратегических документов в области маркетинга и менеджмента. ПК-8.1Умеет анализировать результаты социологических и маркетинговых исследований и составлять аналитические отчеты и рекомендации. ПК-8.2Владеет навыками разработки планов, программ и других материалов прогнозно-аналитического характера. ПК-9.1Знает задачи и методы управленческого консультирования в области рекламы и связей с общественностью. ПК-9.2Умеет самостоятельно находить пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций как в сфере бизнеса, так и в системе государственного управления. ПК-9.3 Владеет способностью осуществлять функции консультанта в вопросах рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций.
--	---

Образовательные технологии	Информационно-развивающие технологии: самостоятельное изучение литературы; использование электронных средств информации. Деятельностные практико-ориентированные технологии: анализ конкретных производственных ситуаций; моделирование профессиональной деятельности в образовательном процессе; Личностно-ориентированные технологии обучения: проблемное обучение – стимулирование самостоятельно получать знания; индивидуальное обучение – выстраивание собственных образовательных траекторий с учетом их интересов и предпочтений; междисциплинарное обучение – использование знаний из различных областей, группируемых и концентрируемых в контексте конкретных задач.
Форма промежуточной аттестации	Зачет с оценкой