

Приложение к рабочей программе практики
Преддипломная практика
42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»
Магистратура
Маркетинговые коммуникации в государственных и бизнес-структурах
АННОТАЦИЯ
рабочей программы практики в форме практической подготовки
Преддипломная практика
Практика обязательной части учебного плана
Форма обучения – очная, очно-заочная, заочная

Общая трудоемкость практики (ЗЕТ / час.)	6 / 216
Место практики в структуре образовательной программы	Преддипломная практика в форме практической подготовки относится к обязательной части блока Б2 «Практики» ФГОС ВО образовательной программы подготовки магистров по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»
Содержание практики (основные темы, разделы, модули)	Подготовительный. Участие в установочной конференции. Ознакомление магистров-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 в соответствии с темой ВКР. Основной. Сбор данных об организации – базе практики в форме практической подготовки, характеристика ее деятельности. Анализ специфики деятельности отдела рекламы и связей с общественностью / коммуникационного агентства. Планирование, организация и координирование процесса создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов. Организация и проведение исследований согласно теме ВКР. Выполнение практических работ на предприятии в соответствии с индивидуальными заданиями по практике, разработанных согласно теме ВКР. Разработка практических рекомендаций по совершенствованию коммуникационной деятельности предприятия 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-1; УК-3; УК-6; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7

Коды и наименование индикатора достижения компетенции	УК-1.1. Демонстрирует знание принципов сбора, отбора и обобщения информации, методики системного подхода для решения профессиональных задач. УК-1.2. Осуществляет поиск алгоритмов решения поставленной проблемной ситуации предлагает способы их решения. УК-1.3 Разрабатывает стратегию достижения поставленной цели как последовательности шагов, предвидя результат каждого из них. УК-3.1. Умеет организовывать и руководить работой команды с учетом особенностей поведения членов трудовых коллективов. УК-3.2. Разрабатывает командную стратегию для достижения поставленной цели. УК-3.3. Определяет результаты реализации командной стратегии. УК-3.4. Демонстрирует лидерские качества в управлении работой команды. УК-6.1. Находит и творчески использует имеющийся опыт в соответствии с задачами саморазвития. УК-6.2. Самостоятельно выявляет мотивы и стимулы саморазвития, определяя реалистические цели профессионального роста. УК-6.3. Действует в условиях неопределенности, корректируя планы и шаги по их реализации с учетом имеющихся ресурсов. ОПК-1.1. Демонстрирует навыки планирования и организации процесса создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов с учетом национальной и культурной специфики. ОПК-1.2. Умеет координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов с учетом изменения норм русского и иностранного языков. ОПК-1.3. Владеет навыками организации процесса поиска творческой идеи при создании медиатекстов и (или) коммуникационных продуктов. ОПК-2.1. Знает основные проблемы массовой коммуникации и современных СМИ, механизмы и закономерности их формирования и развития, основные теории и концепции, относящиеся к сфере информации, коммуникации и формирования общественного мнения. ОПК-2.2. Проводит анализ основных тенденций развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах. ОПК-4.1. Умеет организовать изучение потребностей общества и интересов аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты. ОПК-4.2. Умеет выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты, существенные характеристики целевой аудитории потребителей. ОПК-5.1. Имеет целостное представление о процессах и явлениях, происходящих в современном мире, знаком с принципиальными проблемами и актуальными тенденциями развития медиакоммуникационных систем, понимает их социально-экономические и политические последствия. ОПК-5.2. Знает основные нормы законодательства Российской Федерации, регламентирующего деятельность СМИ,
--	--

	коммерческую деятельность, авторское право, гражданское законодательство Российской Федерации; корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность. ОПК-5.3. Умеет устанавливать и постоянно поддерживать необходимые связи со средствами массовой информации, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами, агентствами по связям с общественностью, издательствами, заинтересованными фирмами, государственными и общественными структурами, партиями и движениями. ОПК-6.1. Умеет использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты. ОПК-6.2. Демонстрирует навыки применения новейших информационно-коммуникационных технологий в процессе производства и продюсирования аудиовизуального контента для медиа. ОПК-7.1. Владеет основами научного анализа и прогнозирования различных явлений и процессов, умеет осуществлять их качественный и количественный анализ. ОПК-7.2. Демонстрирует навыки оценки и прогнозирования возможных эффектов в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности.
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