

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Кузбасская государственная сельскохозяйственная академия»
кафедра НИИ политических коммуникаций, медиатехнологий и связей с общественностью

УТВЕРЖДАЮ
Декан Высшей аграрной школы
Белова С.Н.
" 20 " марта 2023 г.



рабочая программа дисциплины (модуля)

Б2.О.03(П) Профессионально - творческая практика

Учебный план 42.04.01-23-1.plx
42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Квалификация **Магистр**
Форма обучения **очная**
Общая трудоемкость **6 ЗЕТ**
Часов по учебному плану 216

Виды контроля в семестрах:
зачеты с оценкой - 3

в том числе:

контактная работа 0
самостоятельная работа 212
часы на контроль

Распределение часов дисциплины по семестрам

| Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>) | 3 (2.1) | | Итого | |
|---|---------|-----|-------|-----|
| | уп | рп | уп | рп |
| Неделя | | | | |
| Вид занятий | уп | рп | уп | рп |
| Консультации | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Контактная работа | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Сам. работа | 212 | 212 | 212 | 212 |
| Итого | 216 | 216 | 216 | 216 |

Кемерово 2023 г.

Программу составил(и):

докт.полит.наук, проф., Матвеева Елена Викторовна

Рабочая программа дисциплины

Профессионально-творческая практика

разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 528)

составлена на основании учебного плана:

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

утвержденного учёным советом вуза от 16.02.2023 протокол № 5.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

НИЛ политических коммуникаций, медиатехнологий и связей с общественностью

Протокол №1 от 01 марта 2023 г.

Срок действия программы: 2023-2025 уч.г.

Зав. лабораторий  Матвеева Е.В.

Рабочая программа одобрена и утверждена комиссией
экспертного совета высшей аграрной школы

Протокол № 5 от 20 марта 2023 г.

Председатель комиссии

Белова С.Н.

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2024-2025 учебном году на заседании кафедры нил политических коммуникаций, медиатехнологий и связей с общественностью

подпись расшифровка

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2025-2026 учебном году на заседании кафедры нил политических коммуникаций, медиатехнологий и связей с общественностью

подпись расшифровка

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2026-2027 учебном году на заседании кафедры нил политических коммуникаций, медиатехнологий и связей с общественностью

подпись расшифровка

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2027-2028 учебном году на заседании кафедры нил политических коммуникаций, медиатехнологий и связей с общественностью

подпись расшифровка

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью профессионально-творческой практики является закрепление и расширение знаний, полученных обучающимися за время теоретического обучения на основе практического участия в профессионально-творческой деятельности предприятий, организаций, учреждений, формирование умения и опыта применять их непосредственно в коллективной работе. Профессионально-творческая практика формирует у студентов более глубокое понимание специфики работы специалистов в области рекламы и PR-коммуникации.

Задачи практики:

- формирование профессиональных умений и опыта в сфере профессиональной деятельности;
- закрепление теоретических знаний, полученных при изучении модуля дисциплин профессионального цикла;
- подготовка к изучению профильных дисциплин и к прохождению практики, посвященной научно-исследовательской работе;
- приобретение умений и опыта творческого поведения в процессе трудовой деятельности по избранному направлению профессиональной деятельности на предприятии;
- овладение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами;
- участие в организации и проведении специальных мероприятий по рекламе и связям с общественностью;
- развитие креативного потенциала, способности самостоятельно формировать цели, идеи и реализовывать различные технологии в создании рекламы и PR-продуктов;
- развитие способности планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ УЧЕБНОГО ПЛАНА

| | |
|-------------------|--|
| Цикл (раздел) ОП: | |
| 2.1 | Входной уровень знаний: |
| 2.1.1 | Копирайтинг и редактирование текстов интернет-изданий |
| 2.1.2 | Планирование и организация рекламных и имиджевых кампаний |
| 2.1.3 | Профессиональная стилистика и веб-дизайн в работе с интернет-изданиями |
| 2.1.4 | Правовые основы регулирования и обеспечения коммуникационной деятельности |
| 2.1.5 | Стратегии и управление в коммуникациях |
| 2.1.6 | Деловые и научные коммуникации на иностранном языке |
| 2.2 | Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее: |
| 2.2.1 | Преддипломная практика |

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПК-5ИД-1: Владеть методами анализа конъюнктуры рынка рабочей силы, навыками составления компетентного профиля со-трудников подразделения ин-тернет-маркетинга

Знать:

| | |
|-----------|---|
| Уровень 1 | основы смыслов, принципов, специфики формирования и управления корпоративной культуры компании, состояние и тенденции на рынке труда, эффективные инструменты поиска и подбора персонала, законодательные аспекты приема на работу, способы адаптации персонала, основы планирования персонала компании, интервью по компетенциям |
|-----------|---|

Уметь:

| | |
|-----------|---|
| Уровень 1 | анализировать и систематизировать информацию из различных источников о рынке труда, применять методики подбора персонала, оценивать персонал и разрабатывать карту компетенций сотрудника |
|-----------|---|

Владеть:

| | |
|-----------|---|
| Уровень 1 | методами анализа конъюнктуры рынка рабочей силы, навыками составления компетентного профиля сотрудников подразделения интернет-маркетинга |
|-----------|---|

ПК-5 ИД-2: Способен формулировать задания сотрудникам подразделения интернет-маркетинга, составления плана- графика выполне-ния работ по созданию, разме-щению в сетевых изданиях и продвижению медиаконтента и контролю соблюдения сроков и качества выполнения заданий

Знать:

| | |
|-----------|---|
| Уровень 1 | порядок разработки планов издания СМИ, графиков редакционных и производственных процессов издательской деятельности, технологий организации коллективной (командной) работы |
|-----------|---|

Уметь:

| | |
|-----------|--|
| Уровень 1 | составлять планы и графики работ с учетом временных затрат на все производственные процессы, мотивировать сотрудников к быстрой и систематической работе, контролировать сроки и качество выполненной работы, оперативно применять корректирующие действия |
|-----------|--|

Владеть:

| | |
|--|--|
| Уровень 1 | навыками формулирования задания сотрудникам подразделения интернет-маркетинга, составления плана-графика выполнения работ по созданию, размещению в сетевых изданиях и продвижению медиаконтента и контролю соблюдения сроков и качества выполнения заданий |
| ПК-5 ИД-3: Владеть навыками разработки и внедрения системы качественных показателей, характеризующих деятельность специалистов по интернет-маркетингу, а также способы их материального и нематериального стимулирования, разработки организационно-правовой документации, регламентирующей их деятельность, обоснованное предложение по применению к сотрудникам поощрений и санкций | |
| Знать: | |
| Уровень 1 | основы организации труда и управления, трудовое законодательство Российской Федерации, правила охраны труда, производственной санитарии и пожарной безопасности |
| Уметь: | |
| Уровень 1 | анализировать поступающую информацию о продвижении проекта заказчика в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», внедрять материальные и нематериальные системы стимулирования сотрудников |
| Владеть: | |
| Уровень 1 | навыками разработки и внедрения системы качественных показателей, характеризующих деятельность специалистов по интернет-маркетингу, а также способы их материального и нематериального стимулирования, разработки организационно-правовой документации, регламентирующей их деятельность, обоснованное предложение по применению к сотрудникам поощрений и санкций |
| ПК-4 ИД-1: Способен разработать модель сайта и общую концепцию художественного оформления исходя из целевого назначения и читательского адреса | |
| Знать: | |
| Уровень 1 | принципы дизайна интернет-СМИ, языки гипертекстовой разметки |
| Уметь: | |
| Уровень 1 | выбирать дизайнерское решение, которое будет наиболее подходящим для целевого рынка, принимая во внимание влияние каждого элемента |
| Владеть: | |
| Уровень 1 | навыками разработки модели сайта и общей концепции художественного оформления исходя из целевого назначения и читательского адреса |
| ПК-4 ИД-2: Владеет навыками разработка и утверждение макетов страниц сайта, определение структуры, пользовательского интерфейса, удобной навигации, создания адаптивных веб-страниц | |
| Знать: | |
| Уровень 1 | профессиональные компьютерные программы верстки, технологию редакционно-издательского процесса, структуру и общепринятые элементы веб-страниц различных видов и назначений, сетевые протоколы и основы web-технологий |
| Уметь: | |
| Уровень 1 | создавать html-страницы сайта на основе предоставленных графических макетов их дизайна; корректно использовать CSS для обеспечения единого дизайна в разных браузерах, создавать адаптивные веб-страницы, которые способны оставаться функциональными на различных устройствах при разных разрешениях |
| Владеть: | |
| Уровень 1 | навыками разработка и утверждение макетов страниц сайта, определение структуры, пользовательского интерфейса, удобной навигации, создания адаптивных веб-страниц |
| ПК-4 ИД-3: Способен формулировать задания по предоставлению материалов для штатных фотокорреспондентов или художников, отбора иллюстративного материала для публикаций | |
| Знать: | |
| Уровень 1 | компьютерные программы для работы с растровой и векторной графикой |
| Уметь: | |
| Уровень 1 | создавать и оптимизировать графику для сети Интернет |
| Владеть: | |
| Уровень 1 | способностью формулирования задания по предоставлению материалов для штатных фотокорреспондентов или художников, отбора иллюстративного материала для публикаций |
| ПК-3 ИД-1: Владеет навыками составления обоснованного бюджета продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» согласно разработанной стратегии с учетом финансовых возможностей заказчика и экономического эффекта | |
| Знать: | |

| | |
|--|--|
| Уровень 1 | методы проектного планирования, понятие и суть рекламного бюджета, основные методы определения бюджета продвижения интернет-кампании, понимание бизнес- и коммуникационных индикаторов, методики оценки эффективности медиаплана |
| Уметь: | |
| Уровень 1 | бюджетировать реализацию стратегии продвижения согласно показателям эффективности продвижения и рассчитывать экономический эффект от реализации стратегии продвижения с учетом финансовых возможностей заказчика |
| Владеть: | |
| Уровень 1 | навыками составления обоснованного бюджета продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» согласно разработанной стратегии с учетом финансовых возможностей заказчика и экономического эффекта |
| ПК-3 ИД-2: Применяет процедуру выявления расхождений между планируемыми и достигнутыми значениями показателей эффективности продвижения и их определения причин выявленных несоответствий | |
| Знать: | |
| Уровень 1 | методы и технологии делового администрирования, технологии и основные методов оценки целевых и промежуточных результатов работ, принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (веб-аналитика) |
| Уметь: | |
| Уровень 1 | взаимодействовать с представителями заказчика по запуску, согласованию и реализации работ в рамках стратегии продвижения проекта, планировать работы и распределять задачи между исполнителями по реализации стратегии продвижения, координировать работы по проекту, осуществлять приемку и оценку работ, выполненных исполнителями |
| Владеть: | |
| Уровень 1 | процедурой выявления расхождений между планируемыми и достигнутыми значениями показателей эффективности продвижения и их определения причин выявленных несоответствий |
| ПК-3 ИД-3: Применяет опыт информирования клиента о ходе проекта и результатов проекта, в том числе составления отчетов, разработки корректировок в стратегию продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» совместно с заказчиком | |
| Знать: | |
| Уровень 1 | основы деловой этики и принятых профсообществом этических норм профессии, основы и правила проведения эффективных презентаций, принципов и методов подготовки аналитических отчетов, правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов, методы обработки текстовой и графической информации |
| Уметь: | |
| Уровень 1 | осуществлять подготовку промежуточных и итоговых отчетов с использованием программ и средств представления и визуализации данных, представлять и согласовывать их с заказчиком |
| Владеть: | |
| Уровень 1 | опытом информирования клиента о ходе проекта и результатов проекта, в том числе составления отчетов, разработки корректировок в стратегию продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» совместно с заказчиком |
| ПК-2 ИД-1: Применяет навыки проведения переговоров с целью выявления объекта продвижения и ожидаемых от продвижения результатов, обобщения результатов применения аналитических моделей разработки стратегии для получения всестороннего и целостного понимания положения организации и стоящих перед ней стратегических вызовов, согласования договора на реализацию и стратегии продвижения | |
| Знать: | |
| Уровень 1 | роль предпроектной аналитики и конкурентного анализа для продвижения продукта и/или услуги, особенности коммуникаций в условиях цифровой экономики, технологии, место и роль коммуникаций в решении управленческих задач, понятие и стратегий, основы корпоративной культуры, методы проведения деловых переговоров, основы эффективной устной и письменной коммуникации |
| Уметь: | |
| Уровень 1 | анализировать получаемую от заказчика информацию и выявлять его ожидания и требования, осуществлять обоснование и объективную оценку множества альтернативных вариантов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», предлагать решение в его проектной полноте, разрабатывать техническую, организационно-правовую, плановую, отчетную и договорную документацию, проводить переговоры |
| Владеть: | |
| Уровень 1 | навыками проведения переговоров с целью выявления объекта продвижения и ожидаемых от продвижения результатов, обобщения результатов применения аналитических моделей разработки стратегии для получения всестороннего и целостного понимания положения организации и стоящих перед ней стратегических вызовов, согласования договора на реализацию и стратегии продвижения |

| | |
|--|--|
| ПК-2 ИД-2: Способен соотносить бизнес-задачи организации и коммуникационные цели кампании, планируемой и реализуемой в интересах этой организации, обоснованного выбора системы показателей как результата реализации стратегии, продвижения и разработки этапов реализации стратегии продвижения в соответствии с уставленными показателями, учитывая характер позиций различных стейкхолдеров и оценивая последствия стратегического выбора | |
| Знать: | |
| Уровень 1 | инструменты и рамки стратегического планирования, основные показатели для оценки эффективности PR-стратегии и каждого из ее элементов |
| Уметь: | |
| Уровень 1 | анализировать рынок оказания услуг, проводить идентификацию ключевых стейкхолдеров, осуществлять анализ целевых аудиторий, использовать скрытые ресурсы, применять действенные инструменты управления репутацией и общественным мнением |
| Владеть: | |
| Уровень 1 | навыками соотношения бизнес-задач организации и коммуникационной цели кампании, планируемой и реализуемой в интересах этой организации, обоснованного выбора системы показателей как результата реализации стратегии, продвижения и разработки этапов реализации стратегии продвижения в соответствии с уставленными показателями, учитывая характер позиций различных стейкхолдеров и оценивая последствия стратегического выбора |
| ПК-2 ИД-3: Владеет навыками позиционирования бренда, формирования ключевого сообщения, уникального торгового предложения, разработки PR-стратегии и интегрированной коммуникационной тактики | |
| Знать: | |
| Уровень 1 | понятие имиджа и репутации, представление коммуникационной кампании как проекта, виды коммуникационных практик, интегрированные кампании, современные инструменты и каналы коммуникации, их роль в коммуникационной стратегии |
| Уметь: | |
| Уровень 1 | формировать позиционирование бренда, ключевое сообщение, определять набор инструментов и каналов коммуникации в сети Интернет, разрабатывать коммуникационную стратегию |
| Владеть: | |
| Уровень 1 | навыками позиционирования бренда, формирования ключевого сообщения, уникального торгового предложения, разработки PR-стратегии и интегрированной коммуникационной тактики |
| ПК-1 ИД-1: Владеет стандартными алгоритмами и методами анализа данных цифрового следа человека (групп людей) и ИКС для решения прикладных задач в сфере рекламы, маркетинговых коммуникаций и PR | |
| Знать: | |
| Уровень 1 | индикаторы эффективной коммуникации, типы онлайн и офлайн данных, технологии работы с базами данных для сбора и обработки данных цифрового следа человека (групп людей) и ИКС, методы визуализации данных, методы исследования результатов внедрения технологий анализа данных человека (групп людей) и ИКС |
| Уметь: | |
| Уровень 1 | структурировать данные, создавать базы данных цифрового следа и управлять ими, разрабатывать алгоритмы деятельности для сравнительного анализа данных цифрового следа, визуализировать и интерпретировать результаты анализа, выбирать и применять методы исследования результатов внедрения технологий анализа данных человека (групп людей) и ИКС |
| Владеть: | |
| Уровень 1 | стандартными алгоритмами и методами анализа данных цифрового следа человека (групп людей) и ИКС для решения прикладных задач в сфере рекламы, маркетинговых коммуникаций и PR |
| ПК-1 ИД-2: Применяет навыки разработки и поддержания функционирования систем оценки данных на соответствие их установленным требованиям, в том числе валидности и достоверности, разработки локальных нормативных актов и систем нормирования в вопросах работы с данными | |
| Знать: | |
| Уровень 1 | законодательство о защите персональных данных и интеллектуальной собственности, порядок оформления локальных нормативных актов |
| Уметь: | |
| Уровень 1 | проводить сопоставительный анализ данных на предмет соответствия установленным стандартам и оценку результатов внедрения технологий анализа данных человека (групп людей) и ИКС, разрабатывать нормативные документы, управлять проектами, основанными на анализе данных |
| Владеть: | |
| Уровень 1 | навыками разработки и поддержания функционирования систем оценки данных на соответствие их установленным требованиям, в том числе валидности и достоверности, разработки локальных нормативных актов и систем нормирования в вопросах работы с данными |

| | |
|--|---|
| ПК-1 ИД-3: Осуществляет разработку, апробацию и валидацию компетентностной модели деятельности человека (групп людей) и ИКС на основе семантического анализа текстов | |
| Знать: | |
| Уровень 1 | основы исследовательской деятельности, управления проектами на основе данных, в том числе методического сопровождения информационных проектов, основные принципы и области применения методов управления знаниями и работы с потоками информации, исторические основы информационной политики и развития публичных коммуникаций |
| Уметь: | |
| Уровень 1 | применять методы семантического анализа, проводить обезличивание первичных данных, формировать тезаурусы и справочники, таксономии результатов, достигаемых в рамках моделей, строить схемы, описывающие деятельность человека (групп людей) и ИКС, создавать карты пользовательского опыта и пользовательского пути, управлять жизненным циклом данных, опираясь на исторические, правовые факторы и данные социологических исследований |
| Владеть: | |
| Уровень 1 | навыками разработки, апробации и валидации компетентностной модели деятельности человека (групп людей) и ИКС на основе семантического анализа текстов |
| ОПК-7 ИД-1: Осуществляет прогнозирование возможных эффектов и оценивания медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов на соответствие принципам социальной ответственности | |
| Знать: | |
| Уровень 1 | принципы социальной ответственности профессиональной деятельности, методы оценки и прогнозирования возможных эффектов профессиональной деятельности в медиасфере |
| Уметь: | |
| Уровень 1 | формировать систему оценочных показателей возможных эффектов профессиональной деятельности в медиасфере |
| Владеть: | |
| Уровень 1 | навыками прогнозирования возможных эффектов и оценивания медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов на соответствие принципам социальной ответственности |
| ОПК-7 ИД-2: Способен эффективно осуществлять профессиональную деятельность, основываясь на принципах социальной ответственности | |
| Знать: | |
| Уровень 1 | закономерности формирования эффектов в медиасфере с учетом концепции социальной ответственности |
| Уметь: | |
| Уровень 1 | осуществлять профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений |
| Владеть: | |
| Уровень 1 | навыками эффективного осуществления профессиональной деятельности, основываясь на принципах социальной ответственности |
| ОПК-7 ИД-3: Управляет техниками взаимодействия с аудиторией (в т. ч. техникой публичного выступления), отслеживает обратную связь в процессе коммуникации | |
| Знать: | |
| Уровень 1 | средства и технологии описания проблем и ситуаций в медиасфере с учетом актуального научного контекста, предлагает их решение, используя язык и аппарат гуманитарных и социальных наук |
| Уметь: | |
| Уровень 1 | использовать технологии личного брендинга |
| Владеть: | |
| Уровень 1 | техниками взаимодействия с аудиторией (в т. ч. техникой публичного выступления), отслеживает обратную связь в процессе коммуникации |
| ОПК-6 ИД-1: Создает медиатексты, медиапродукты и коммуникационные продукты при помощи современных цифровых инструментов, технических средств и программного обеспечения | |
| Знать: | |
| Уровень 1 | характеристики современных технических средств и возможности информационно-коммуникационных технологий в сфере медиапроизводства |
| Уметь: | |
| Уровень 1 | отбирать эффективные цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение для процесса медиапроизводства |
| Владеть: | |

| | |
|---|---|
| Уровень 1 | способностью создания медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов при помощи современных цифровых инструментов, технических средств и программного обеспечения |
| ОПК-6 ИД-2: Применяет методы агрегации, переупаковки и ретрансляции информации, полученной из Интернет-агентств, аудитории, органов управления, неправительственных организаций, служб изучения общественного мнения, пиар-агентств | |
| Знать: | |
| Уровень 1 | способы отслеживания глобальных тенденций модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности |
| Уметь: | |
| Уровень 1 | отбирать и внедрять в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение |
| Владеть: | |
| Уровень 1 | методами агрегации, переупаковки и ретрансляции информации, полученной из Интернета, от информационных агентств, аудитории, органов управления, неправительственных организаций, служб изучения общественного мнения, пиар-агентств |
| ОПК-6 ИД-3: Использует современное цифровое оборудование в коммуникационной деятельности | |
| Знать: | |
| Уровень 1 | основы современных интернет-технологий коммуникационной деятельности |
| Уметь: | |
| Уровень 1 | применять методы аналитической работы с большими объемами информации (Big Data) |
| Владеть: | |
| Уровень 1 | способностью использовать современное цифровое оборудование в коммуникационной деятельности |
| ОПК-5 ИД-1: Обладает первичными знаниями в определенных сферах жизни общества (экономика, политика, право, культура, социальная сфера и т.п.), которые являются объектом освещения в СМИ разных типов и с которыми связано тематическое содержание журналистских публикаций, использует их при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью | |
| Знать: | |
| Уровень 1 | особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях при принятии профессиональных решений по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов использует выявленные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира |
| Уметь: | |
| Уровень 1 | разрабатывать коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования |
| Владеть: | |
| Уровень 1 | первичными знаниями в определенных сферах жизни общества (экономика, политика, право, культура, социальная сфера и т.п.), которые являются объектом освещения в СМИ разных типов и с которыми связано тематическое содержание журналистских публикаций, способен использовать их при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью |
| ОПК-5 ИД-2: Создает медиатексты, медиапродукты и коммуникационные продукты с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования | |
| Знать: | |
| Уровень 1 | политические и экономические механизмы функционирования медиакоммуникационных систем региона, страны и мира |
| Уметь: | |
| Уровень 1 | |
| Уровень 2 | анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира |
| Владеть: | |
| Уровень 1 | навыками создания медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования |
| ОПК-5 ИД-3: Использует технологии организации публичных мероприятий онлайн и офлайн разного масштаба для стейкхолдеров от власти, бизнеса, общественных структур | |
| Знать: | |
| Уровень 1 | правовые и этические нормы регулирования коммуникаций |

| | |
|---|--|
| Уметь: | |
| Уровень 1 | организовать эффективные онлайн и офлайн медиакоммуникации с внутренней и внешней общественностью |
| Владеть: | |
| Уровень 1 | технологиями организации публичных мероприятий онлайн и офлайн разного масштаба для стейкхолдеров от власти, бизнеса, обществен-ных структур |
| ОПК-4 ИД-1: Способен выстраивать и реали-зовывать личную профессио-нальную стратегию развития с учетом общественных интере-сов, соблюдая этику деловых отношений с партнерами, кли-ентами, коллегами, целевыми аудиториями | |
| Знать: | |
| Уровень 1 | средства по определению ценностей, потребностей, интересов и ожиданий целевых аудиторий при создании медиатекстов, медиа и комму-никационных продуктов |
| Уметь: | |
| Уровень 1 | сегментировать аудиторию, исходя из ее социально-демографических, психографических, поведенческих и др. характеристик |
| Владеть: | |
| Уровень 1 | способностью выстраивания и реализации личной профессиональной стратегии развития с учетом общественных интересов, соблюдая этику деловых отношений с партнерами, клиентами, коллегами, целевыми аудиториями |
| ОПК-4 ИД-2: Использует различные про-граммные средства и работы с базами данными и применяет интернет-ресурсы с учетом особенностей аудитории | |
| Знать: | |
| Уровень 1 | методологию, методику и технику социологических и маркетинговых исследований |
| Уметь: | |
| Уровень 1 | интерпретировать данные социологических и маркетинговых исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп, составлять прогноз спроса на медиатексты, медиапродукты и коммуникационные продукты в разных целевых аудиториях |
| Владеть: | |
| Уровень 1 | навыками использования различных программных средств и работы с базами данными и использовать интернет-ресурсы с учетом особен-ностей аудитории |
| ОПК-4 ИД-3: Создает медиатексты, медиа-продукты и коммуникационные продукты с учетом выявленных потребностей общества и ин-тересов целевой аудитории | |
| Знать: | |
| Уровень 1 | способы оформления, обработки и интерпретации данных социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп |
| Уметь: | |
| Уровень 1 | организовывать процесс изучения аудитории, применять выявленные данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и/или реализации иных коммуникационных продуктов |
| Владеть: | |
| Уровень 1 | навыками создания медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов с учетом выявленных потребностей общества и интересов целевой аудитории |
| ОПК-3 ИД-1: Использует навыки применения знаний об основных этапах раз-вития мировой культуры в соб-ственной практике | |
| Знать: | |
| Уровень 1 | этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса |
| Уметь: | |
| Уровень 1 | анализировать и использовать достижения отечественной и мировой культуры при подготовке медиатекстов и медиапродуктов, а также разработке и реализации иных коммуникационных продуктов |
| Владеть: | |
| Уровень 1 | навыками применения знаний об основных этапах развития мировой культуры в собственной практике |
| ОПК-3 ИД-2: Способен создавать медиатек-сты, медиапродукты и комму-никационные продукты с уче-том результатов анализа до-стижений отечественной и мировой культуры | |
| Знать: | |
| Уровень 1 | многообразие достижений отечественной и мировой культуры |
| Уметь: | |

| | |
|---|--|
| Уровень 1 | сопоставлять и выявлять лучшие практики в развитии отечественных и мировых достижений культуры с возможностью применения в со-временных медиакоммуникациях |
| Владеть: | |
| Уровень 1 | навыками создания медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов с учетом результатов анализа достижений отечествен-ной и мировой культуры |
| ОПК-3 ИД-3: Способен интегрировать ком-муникационные стратегии в существующий социокультур-ный контекст сообщества, ор-ганизации, территории и т. д. | |
| Знать: | |
| Уровень 1 | основы социокультурного анализа, определять цель и задачи коммуникационной кампании, адекватные тому или иному социокультурному контексту |
| Уметь: | |
| Уровень 1 | определять релевантные способы создания медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов для управления брендом |
| Владеть: | |
| Уровень 1 | навыками интеграции коммуникационной стратегии в существующий социокультурный контекст сообщества, организации, территории и т. д. |
| ОПК-2 ИД-1: Владеет навыками создания медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов с учетом результатов анализа тенденций и причинно-следственных связей в развитии общественных и государственных институтов | |
| Знать: | |
| Уровень 1 | основные тенденции развития общественных и государственных институтов |
| Уметь: | |
| Уровень 1 | анализировать причинно-следственные связи в развитии общественных и государственных институтов |
| Владеть: | |
| Уровень 1 | навыками создания медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов с учетом результатов анализа тенденций и причинно-следственных связей в развитии общественных и государственных институтов |
| ОПК-2 ИД-2: Применяет знания в определен-ных сферах жизни общества (экономика, политика, право, культура, социальная сфера и т.п.), которые являются объ-ектом освещения в средствах массовой информации разных типов и умеет использовать их при подготовке создаваемых медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов | |
| Знать: | |
| Уровень 1 | различать ключевые тенденции развития общественных и государственных институтов как механизм по созданию медиатекстов, медиапро-дуктов и коммуникационных продуктов |
| Уметь: | |
| Уровень 1 | анализировать ключевые тенденции развития общественных и государственных институтов и использовать результаты анализа при созда-нии медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов |
| Владеть: | |
| Уровень 1 | навыками применения знаний в определенных сферах жизни общества (экономика, политика, право, культура, социальная сфера и т.п.), ко-торые являются объектом освещения в средствах массовой информации разных типов и умеет использовать их при подготовке создаваемых медиа-текстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов |
| ОПК-2 ИД-3: Способен работать со специа-лизированным программным обеспечением для обработки и представления данных | |
| Знать: | |
| Уровень 1 | систему общественных и государственных институтов и умеет выстраивать с ними коммуникацию |
| Уметь: | |
| Уровень 1 | ставить цели, задачи исследования медипродукта, планировать аналитическую деятельность с учетом знаний общественных наук и актуаль-ных вопросов современного общества |
| Владеть: | |
| Уровень 1 | навыками работы со специализированным программным обеспечением для обработки и представления данных |
| ОПК-1 ИД-1: Владеет технологией создания востребованных индустрией рекламы и связей с обществен-ностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русско-го, иностранного языков и осо-бенностей иных знаковых си-стем | |
| Знать: | |

| | |
|--|---|
| Уровень 1 | особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов |
| Уметь: | |
| Уровень 1 | управлять процессом подготовки востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем |
| Владеть: | |
| Уровень 1 | созданием востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью тексты и (или) иные коммуникационные продукты с учетом изменений норм русского, иностранного языков и особенностей иных знаковых систем |
| ОПК-1 ИД-2: Использует языковые нормы русского языка, иностранный язык для чтения необходимой литературы профессионально-го общения в объеме, доста-точном для чтения, общения с ньюсмейкерами, поиска необходимой информации в Интере-те и работы в сети, профессио-нальной коммуникации | |
| Знать: | |
| Уровень 1 | целевые параметры медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов на русском и иностранном языках, иных знаковых сис-темах |
| Уметь: | |
| Уровень 1 | разрабатывать организационный план производства медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов |
| Владеть: | |
| Уровень 1 | языковыми нормами русского языка, иностранным языком для чтения необходимой литературы профессионального общения в объеме, дос-таточном для чтения, общения с ньюсмейкерами, поиска необходимой информации в Интернете и работы в сети, профессиональной коммуникации |
| ОПК-1 ИД-3: Владеет навыками структури-рования, редактирования и со-здания контента (текстовый, фото, видео, аудио) бренда, в т. ч. на иностранном языке | |
| Знать: | |
| Уровень 1 | организационные принципы и параметры работы с медиатекстами, медиапродуктами и коммуникационные продуктами |
| Уметь: | |
| Уровень 1 | осуществлять поиск и анализ информации для создания коммуникационных продуктов, в т. ч. на иностранном языке |
| Владеть: | |
| Уровень 1 | навыками структурирования, редактирования и создания контента (текстовый, фото, видео, аудио) бренда, в т. ч. на иностранном языке |
| УК-6 ИД-1: Осуществляет самооценку лич-ностных ресурсов, оптимально их использует для успешного выполнения задач профессио-нального роста | |
| Знать: | |
| Уровень 1 | методы и техники для улучшения организации своей работы и повышения уровня внутренней мотивации, определяя реалистичные цели профессионального роста |
| Уметь: | |
| Уровень 1 | работать на внутренней мотивации и самоконтроле без внешнего принуждения, формулировать цели профессионального и личностного развития, оценивать творческие возможности, организовать свою работу, используя имеющиеся у себя ресурсы так, чтобы достичь поставленных целей |
| Владеть: | |
| Уровень 1 | навыками самооценки личностных ресурсов, оптимально их использует для успешного выполнения задач профессионального роста |
| УК-6 ИД-2: Определяет приоритеты про-фессионального роста и спосо-бы совершенствования соб-ственной деятельности на ос-нове самооценки по вы-бранным критериям | |
| Знать: | |
| Уровень 1 | основные представления о возможных сферах и направлениях саморазвития и профессиональной реализации, путях использования творче-ского потенциала |
| Уметь: | |
| Уровень 1 | расставлять приоритеты профессиональной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки |
| Владеть: | |
| Уровень 1 | определяет приоритеты профессионального роста и способы совершенствования собственной деятельности на основе самооценки по вы-бранным критериям |

| | |
|--|--|
| УК-6 ИД-3: Использует инструменты не-прерывного образования для реализации возможности развития профессиональных компетенций и социальных навыков | |
| Знать: | |
| Уровень 1 | основы планирования профессиональной траектории с учетом особенностей как профессиональной, так и других видов деятельности и требований рынка труда |
| Уметь: | |
| Уровень 1 | анализировать потребности профессиональной сферы деятельности и выстраивать собственную траекторию профессионального саморазвития |
| Владеть: | |
| Уровень 1 | навыками использования инструментов непрерывного образования для реализации возможности развития профессиональных компетенций и социальных навыков |
| УК-5 ИД-2: Выстраивает эффективную коммуникацию с учетом особенностей поведения и мотивации людей различного социального и культурного происхождения | |
| Знать: | |
| Уровень 1 | особенности поведения и мотивации людей различного социального и культурного происхождения в процессе взаимодействия с ними, опираясь на знания причин появления социальных обычаев и различий в поведении людей |
| Уметь: | |
| Уровень 1 | развивать межличностные отношения в команде с учетом разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия |
| Владеть: | |
| Уровень 1 | навыками выстраивания эффективной коммуникации с учетом особенностей поведения и мотивации людей различного социального и культурного происхождения |
| УК-5 ИД-3: Использует инструменты и методы развития команды проекта, управления конфликтами с учетом норм и принципов межкультурного взаимодействия | |
| Знать: | |
| Уровень 1 | основные приемы и методы руководства и коммуникации в коллективе с учетом социальных, этнических, профессиональных и культурных различий |
| Уметь: | |
| Уровень 1 | осуществлять эффективную коммуникацию в команде проекта, толерантно воспринимая социальные, этнические, профессиональные и культурные различия |
| Владеть: | |
| Уровень 1 | инструментами и методами развития команды проекта, управления конфликтами с учетом норм и принципов межкультурного взаимодействия |
| УК-4 ИД-2: Осуществляет академическое и профессиональное взаимодействие, в том числе на иностранном языке, используя современные коммуникативные технологии | |
| Знать: | |
| Уровень 1 | профессиональную этику и средства ведения академической и профессиональной переписки и делового общения на русском и изучаемом иностранном языке |
| Уметь: | |
| Уровень 1 | вести диалог, переговоры и деловую переписку на русском и иностранном языке для академического и профессионального взаимодействия |
| Владеть: | |
| Уровень 1 | навыками восприятия, понимания и анализа устной и письменной речи на русском и иностранном языках, основными дискурсивными способами реализации коммуникативных целей высказывания |
| УК-4 ИД-3: Представляет результаты академической и профессиональной деятельности на различных научных мероприятиях, включая международные, демонстрирует интегративные умения, необходимые для эффективного участия в академических и профессиональных дискуссиях | |
| Знать: | |
| Уровень 1 | формы речевого общения для выражения различных коммуникативных намерений, а также для формулирования своей точки зрения |
| Уметь: | |
| Уровень 1 | адаптироваться к условиям работы и осуществлять профессиональную деятельность в составе многоэтнических и интернациональных групп |
| Владеть: | |
| Уровень 1 | навыками представления результатов академической и профессиональной деятельности на различных научных мероприятиях, включая международные, эффективного участия в академических и профессиональных дискуссиях |

| 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) | | | | | | | | |
|---|--|----------------|-------|---|------------------------|---------------------------|--------------------|-------------------|
| Код зан. | Наименование разделов и тем /вид занятия/ | Семестр / Курс | Часов | Компетенции | Уровень сформ-ти комп. | Акт. и инт. формы обуч-я. | Литература | Формы контроля |
| | Раздел 1. Этап поиска и сбора профессионально-творческих материалов | | | | | | | |
| 1.1 | Определение цели, задачи, организации и порядка прохождения практики. /Ср/ | 3 | 10 | УК-4.2 УК-4.3 УК-5.2 УК-5.3 УК-6.1 УК-6.2 УК-6.3 ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3 ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-2.3 ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-3.3 ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-4.3 ОПК-5.1 ОПК-5.2 ОПК-5.3 ОПК-6.1 ОПК-6.2 ОПК-6.3 ОПК-7.1 ОПК-7.2 ОПК-7.3 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3 ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3 | | 10 | Л1.1 Л1.2Л2.2 Л2.1 | Отчет по практике |

| | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|--------------------------|-----------------|
| 1.2 | Инструктаж по технике безопасности. /Ср/ | 3 | 6 | УК-4.2 УК-4.3 УК-5.2 УК-5.3 УК-6.1 УК-6.2 УК-6.3 ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3 ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-2.3 ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-3.3 ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-4.3 ОПК-5.1 ОПК-5.2 ОПК-5.3 ОПК-6.1 ОПК-6.2 ОПК-6.3 ОПК-7.1 ОПК-7.2 ОПК-7.3 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3 ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3 | 6 | Л1.1 Л1.2Л2.2 Л2.1 | Журнал по ТБ |
|-----|---|---|---|---|---|--------------------------|-----------------|

| | | | | | | | | |
|-----|--|---|----|--|--|----|--------------------------|-------------------|
| 1.3 | Знакомство с предприятием и его сотрудниками. /Ср/ | 3 | 16 | УК-4.2 УК-4.3 УК-5.2 УК-5.3 УК-6.1 УК-6.2 УК-6.3 ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3 ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-2.3 ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-3.3 ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-4.3 ОПК-5.1 ОПК-5.2 ОПК-5.3 ОПК-6.1 ОПК-6.2 ОПК-6.3 ОПК-7.1 ОПК-7.2 ОПК-7.3 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3 ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3 | | 16 | Л1.1 Л1.2Л2.2 Л2.1 | Отчет по практике |
|-----|--|---|----|--|--|----|--------------------------|-------------------|

| | | | | | | | | |
|-----|---|---|----|---|--|----|--------------------------|-------------------|
| 1.4 | Анализ истории и современное состояние предприятия. Описание деятельности предприятия в области рекламы и связей с общественностью. Проведение анализа контента корпоративного интернет-сайта организации-базы практики и ее аккаунтов в социальных сетях. Обработка полученной информации и ее систематизация. /Ср/ | 3 | 36 | УК-4.2 УК-4.3 УК-5.2 УК-5.3 УК-6.1 УК-6.2 УК-6.3 ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3 ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-2.3 ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-3.3 ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-4.3 ОПК-5.1 ОПК-5.2 ОПК-5.3 ОПК-6.1 ОПК-6.2 ОПК-6.3 ОПК-7.1 ОПК-7.2 ОПК-7.3 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3 ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3 | | 36 | Л1.1 Л1.2Л2.2 Л2.1 | Отчет по практике |
| | Раздел 2. Этап анализа практического материала | | | | | | | |

| | | | | | | | | |
|-----|---|---|----|---|--|----|--------------------------|-------------------|
| 2.1 | Проведение анализа рекламной и PR-деятельности базы практики, сбор материалов о проводимых рекламных и PR акциях, корпоративной культуре, внутренних коммуникациях и т.д. Участие в рекламной и пиар-деятельности организации. /Ср/ | 3 | 20 | УК-4.2 УК-4.3 УК-5.2 УК-5.3 УК-6.1 УК-6.2 УК-6.3 ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3 ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-2.3 ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-3.3 ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-4.3 ОПК-5.1 ОПК-5.2 ОПК-5.3 ОПК-6.1 ОПК-6.2 ОПК-6.3 ОПК-7.1 ОПК-7.2 ОПК-7.3 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3 ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3 | | 20 | Л1.1 Л1.2Л2.2 Л2.1 | Отчет по практике |
|-----|---|---|----|---|--|----|--------------------------|-------------------|

| | | | | | | | | |
|-----|---|---|----|---|--|----|--------------------------|-------------------|
| 2.2 | Участие в рекламной и пиар-деятельности организации. /Ср/ | 3 | 20 | УК-4.2 УК-4.3 УК-5.2 УК-5.3 УК-6.1 УК-6.2 УК-6.3 ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3 ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-2.3 ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-3.3 ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-4.3 ОПК-5.1 ОПК-5.2 ОПК-5.3 ОПК-6.1 ОПК-6.2 ОПК-6.3 ОПК-7.1 ОПК-7.2 ОПК-7.3 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3 ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3 | | 20 | Л1.1 Л1.2Л2.2 Л2.1 | Отчет по практике |
| | Раздел 3. Этап проектно-творческой деятельности | | | | | | | |

| | | | | | | | | |
|-----|---|---|----|---|--|----|--------------------------|-------------------|
| 3.1 | Принятие участия в планировании деятельности отделов по связям с общественностью/ рекламы. /Ср/ | 3 | 12 | УК-4.2 УК-4.3 УК-5.2 УК-5.3 УК-6.1 УК-6.2 УК-6.3 ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3 ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-2.3 ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-3.3 ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-4.3 ОПК-5.1 ОПК-5.2 ОПК-5.3 ОПК-6.1 ОПК-6.2 ОПК-6.3 ОПК-7.1 ОПК-7.2 ОПК-7.3 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3 ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3 | | 12 | Л1.1 Л1.2Л2.2 Л2.1 | Отчет по практике |
|-----|---|---|----|---|--|----|--------------------------|-------------------|

| | | | | | | | | |
|-----|--|---|----|---|--|----|--------------------------|-------------------|
| 3.2 | Разработка рекламных и/или PR – материалов. Участие в рекламной и пиар-деятельности компании. /Ср/ | 3 | 20 | УК-4.2 УК-4.3 УК-5.2 УК-5.3 УК-6.1 УК-6.2 УК-6.3 ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3 ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-2.3 ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-3.3 ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-4.3 ОПК-5.1 ОПК-5.2 ОПК-5.3 ОПК-6.1 ОПК-6.2 ОПК-6.3 ОПК-7.1 ОПК-7.2 ОПК-7.3 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3 ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3 | | 20 | Л1.1 Л1.2Л2.2 Л2.1 | Отчет по практике |
| | Раздел 4. Этап обобщения результатов практики. Итогово-отчётный этап | | | | | | | |

| | | | | | | | | |
|-----|--------------------------------------|---|----|--|--|----|--------------------------|-------------------|
| 4.1 | Составление отчета по практике. /Ср/ | 3 | 20 | УК-4.2 УК-4.3 УК-5.2 УК-5.3 УК-6.1 УК-6.2 УК-6.3 ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3 ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-2.3 ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-3.3 ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-4.3 ОПК-5.1 ОПК-5.2 ОПК-5.3 ОПК-6.1 ОПК-6.2 ОПК-6.3 ОПК-7.1 ОПК-7.2 ОПК-7.3 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3 ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3 | | 20 | Л1.1 Л1.2Л2.2 Л2.1 | Отчет по практике |
|-----|--------------------------------------|---|----|--|--|----|--------------------------|-------------------|

| | | | | | | | | |
|-----|--|---|----|---|--|----|--------------------------|-------------------|
| 4.2 | Оформление теоретических и эмпирических и проектных материалов согласно установленным нормативам. /Ср/ | 3 | 20 | УК-4.2 УК-4.3 УК-5.2 УК-5.3 УК-6.1 УК-6.2 УК-6.3 ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3 ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-2.3 ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-3.3 ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-4.3 ОПК-5.1 ОПК-5.2 ОПК-5.3 ОПК-6.1 ОПК-6.2 ОПК-6.3 ОПК-7.1 ОПК-7.2 ОПК-7.3 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3 ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3 | | 20 | Л1.1 Л1.2Л2.2 Л2.1 | Отчет по практике |
|-----|--|---|----|---|--|----|--------------------------|-------------------|

| | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|--|---|--------------------------|-------------------|
| 4.3 | Предоставление отчета в печатном виде. /Ср/ | 3 | 6 | УК-4.2 УК-4.3 УК-5.2 УК-5.3 УК-6.1 УК-6.2 УК-6.3 ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3 ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-2.3 ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-3.3 ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-4.3 ОПК-5.1 ОПК-5.2 ОПК-5.3 ОПК-6.1 ОПК-6.2 ОПК-6.3 ОПК-7.1 ОПК-7.2 ОПК-7.3 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3 ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3 | | 6 | Л1.1 Л1.2Л2.2 Л2.1 | Отчет по практике |
|-----|---|---|---|---|--|---|--------------------------|-------------------|

| | | | | | | | | |
|-----|--|---|----|---|--|----|--------------------------|-------------------|
| 4.4 | Написание доклада для выступления на конференции. Создание презентации. /Ср/ | 3 | 26 | УК-4.2 УК-4.3 УК-5.2 УК-5.3 УК-6.1 УК-6.2 УК-6.3 ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3 ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-2.3 ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-3.3 ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-4.3 ОПК-5.1 ОПК-5.2 ОПК-5.3 ОПК-6.1 ОПК-6.2 ОПК-6.3 ОПК-7.1 ОПК-7.2 ОПК-7.3 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3 ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3 | | 26 | Л1.1 Л1.2Л2.2 Л2.1 | Отчет по практике |
|-----|--|---|----|---|--|----|--------------------------|-------------------|

| | | | | | | | | |
|-----|--------|---|---|--|--|---|--------------------------|--|
| 4.5 | /Конс/ | 3 | 4 | УК-4.2 УК- 4.3 УК-5.2 УК-5.3 УК- 6.1 УК-6.2 УК-6.3 ОПК -1.1 ОПК- 1.2 ОПК-1.3 ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-2.3 ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-3.3 ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-4.3 ОПК-5.1 ОПК-5.2 ОПК-5.3 ОПК-6.1 ОПК-6.2 ОПК-6.3 ОПК-7.1 ОПК-7.2 ОПК-7.3 ПК-1.1 ПК- 1.2 ПК-1.3 ПК-2.1 ПК- 2.2 ПК-2.3 ПК-3.1 ПК- 3.2 ПК-3.3 ПК-4.1 ПК- 4.2 ПК-4.3 ПК-5.1 ПК- 5.2 ПК-5.3 | | 4 | Л1.1 Л1.2Л2.2 Л2.1 | |
|-----|--------|---|---|--|--|---|--------------------------|--|

| | | | | | | | | |
|-----|------------|---|---|---|--|--|--------------------------|--|
| 4.6 | /ЗачётСОц/ | 3 | 0 | УК-4.2 УК-4.3 УК-5.2 УК-5.3 УК-6.1 УК-6.2 УК-6.3 ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3 ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-2.3 ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-3.3 ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-4.3 ОПК-5.1 ОПК-5.2 ОПК-5.3 ОПК-6.1 ОПК-6.2 ОПК-6.3 ОПК-7.1 ОПК-7.2 ОПК-7.3 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3 ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3 | | | Л1.1 Л1.2Л2.2 Л2.1 | |
|-----|------------|---|---|---|--|--|--------------------------|--|

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Вопросы к зачету:

1. Принципы интерпретации исследуемого объекта в рамках выбранной авторской концепции и профессионально-творческих подходов.
2. Системная характеристика изучаемого объекта рекламы или ПР
3. Связь изучаемого объекта со смежными объектами, особенности его развития, функционирования.
4. Актуальные вопросы, обсуждаемые в научной литературе по теме, избранной для рекламного или ПР-проекта.
5. Дискуссионные аспекты вопросов, рассматриваемых в области авторской творческой платформы.
6. Демонстрация навыков самостоятельного анализа, интерпретации и описания изучаемого объекта в аспектах, определенных задачами рекламы и пиар, в соответствии с современным уровнем развития науки.
7. Обоснование актуальности авторского творческого проекта.
8. Обоснование теоретической значимости авторского творческого проекта.
9. Обоснование практической значимости авторского творческого проекта.
10. Обоснование новизны авторского творческого проекта.

6. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

6.1 Перечень программного обеспечения

6.2 Перечень информационных справочных систем

| 7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) | | |
|--|--|--|
| Номер ауд. | Назначение | Оборудование и программное обеспечение |
| 1324 | Учебная аудитория для проведения учебных занятий | Специализированная мебель: столы ученические – 10 шт., стулья – 25 шт. Технические средства обучения: ноутбук IdeaPad Z575g 15.6 – 8 шт., проектор Epson EMP-S3L – 1 шт., ПК рабочее место – 7 шт., интерактивная доска Hitachi FX- 82W – 1 шт., учебно-наглядные |
| ФУП «ВГТРК» Здание аппаратно-студийного комплекса кабинет №208 | Учебная аудитория | Технические средства обучения: проектор NEC V300X DLP – 1 шт., интерактивная доска Hitachi FX-77 – 1 шт., ПК рабочее место – 1 шт., микрофоны – 3 шт., телесуфлер – 1 шт., комплект звукового оборудования – 1 шт. |
| 1102 | Помещение для самостоятельной работы с выходом в сеть "Интернет" и доступом в электронную информационно-образовательную среду ФГБОУ ВО Кузбасская ГСХА | столы ученические – 37 шт., стулья – 74. ПК Системный блок А – 12 шт. |

| 8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) | | | |
|--|--|--|---|
| 8.1. Рекомендуемая литература | | | |
| 8.1.1. Основная литература | | | |
| | Авторы, составители | Заглавие | Издательство, год |
| Л1.1 | Л. Т. Андриянова-Качеишвили, И. А. Цвериянашвили | Практика. Зарубежное регионоведение. Реклама и связи с общественностью: Учебно-методическое пособие | Санкт-Петербург : СПбГУТ им. М.А. Бонч-Бруевича, 2022 |
| Л1.2 | А. А. Исаев | Управление рекламной деятельностью : Учебное | Владивосток : ВГУЭС, 2020 |
| 8.1.2. Дополнительная литература | | | |
| | Авторы, составители | Заглавие | Издательство, год |
| Л2.1 | Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин | Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование: Учебник | Москва : Дашков и К, 2017 |
| Л2.2 | И. А. Цвериянашвили | Методические рекомендации по практикам "Зарубежное регионоведение" и "Реклама и связи с общественностью" : Учебно-методическое пособие | Санкт-Петербург : СПбГУТ им. М.А. Бонч-Бруевича, 2021 |

| 9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) | | | |
|---|--|--|--|
| | | | |

