

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС

Кафедра менеджмента

ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

«Реклама и связи с общественностью в публичной и частной сферах»

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

***ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКАЯ ПРАКТИКА
Б2.В.01(П)***

по направлению подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

форма(формы) обучения: очная, заочная

Год набора 2023

Новосибирск, 2022

Автор(ы) – составитель(и):

доцент кафедры менеджмента

Белая Елена Александровна

доцент кафедры менеджмента

Бондаренко Ирина Викторовна

преподаватель кафедры менеджмента

Иванова Марина Владимировна

доцент кафедры менеджмента

Матюнин Владимир Михайлович

заведующий кафедрой менеджмента

Симагина Ольга Владимировна

доцент кафедры менеджмента

Филиппов Дмитрий Викторович

1. ЦЕЛЬ ПРАКТИКИ

Цель практики – сформировать этапы освоения компетенций, предусмотренные программой практики:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ профессиональные действия	Код этапа освоения компетен- ции	Планируемые результаты обучения при прохождении практик
Создание и редактирование информационных ресурсов	ПКс-1.5	На уровне умений: <ul style="list-style-type: none">– работы с контент-планом;– разработки контента, соответствующего поставленным задачам;– производить и продвигать видео-контент;– работать с контентом различных организаций, в том числе политических
		На уровне навыков: <ul style="list-style-type: none">– работы с графическим редактором;– работы с видео-редактором;– работы с аудиовизуальными средствами;– использования технологии сторителлинга для решения маркетинговых задач;– формирования контент-плана.
Управление (менеджмент) информационными ресурсами	ПКс-2.4	На уровне умений: <ul style="list-style-type: none">– устанавливать связь компании и государства;– управлять рекламными кампаниями;– подготовки рекламного медиа-продукта;– применять знания о взаимодействии бизнеса с органами власти;
		На уровне навыков: <ul style="list-style-type: none">– продвижения через социальные сети;– продвижения через оптимизацию поисковых систем;– продюсирования медиа-проектов;

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ профессиональные действия	Код этапа освоения компетен- ции	Планируемые результаты обучения при прохождении практик
		<ul style="list-style-type: none"> – работы с различными инструментами продвижения в рамках компании; – прогнозирования эффектов и социальных последствий принятия профессиональных решений; – работы с технологией продакт плейсмент; – разработки плана продвижения продукта.
Создание и редактирование информационных ресурсов	ПКс-3.5	На уровне умений: <ul style="list-style-type: none"> – работы с сообществами в социальных медиа; – использовать технологии делового взаимодействия в управленческой практике; – эффективно планировать и реализовывать устные и письменные деловые коммуникации; – отстаивать позицию в ходе переговоров;
		На уровне навыков: <ul style="list-style-type: none"> – устных и письменных деловых коммуникаций; – коммуникации в медиа-пространстве; – ведения деловых переговоров.
Управление (менеджмент) информационными ресурсами	ПКс-4.2	На уровне умений: <ul style="list-style-type: none"> – эффективно управлять трудовыми ресурсами организации; – осуществлять контроль за деятельностью персонала и организации; – применять на практике методы создания и управления брендом; – выбирать оптимальные способы решения задач по формированию и управлению имиджем; – осуществлять руководство коммуникационными кампаниями различного направления;
		На уровне навыков: <ul style="list-style-type: none"> – организации и управления коммуникационными процессами; – выстраивания коммуникации для эффективного управления персоналом; – использования основных организационных форм коммуникации и методов взаимодействия организации с целевой аудиторией и персоналом; – планирования и проведения кампаний по формированию и управлению брендом; – планирования и проведения имиджевых кампаний и мероприятий в сфере рекламы и связей с общественностью; – привлечения ресурсов в организацию посредством краудсорсинга и краудфандинга; – эффективного распределения ресурсов для создания и реализации проекта.

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ профессиональные действия	Код этапа освоения компетен- ции	Планируемые результаты обучения при прохождении практик
Управление (менеджмент) информационными ресурсами	ПКс-5.4	На уровне умений: <ul style="list-style-type: none"> – рационально структурировать и организовывать рабочее и личное время; – формировать и эффективно позиционировать собственные лидерские качества; – разрабатывать и реализовывать программы профессионального развития персонала и оценивать их эффективность; – создавать художественные образы актерскими средствами на основе замысла постановщиков; – общаться со зрительской аудиторией; – проявлять творческую инициативу; – самостоятельно проводить работу над своими качествами;
		На уровне навыков: <ul style="list-style-type: none"> – теорией и практикой актерского анализа и сценического воплощения роли; – импровизации в процессе работы над ролью; – владения методами распределения времени и расстановки приоритетов при решении сложных профессиональных задач; – владения методами разработки и реализации стратегий управления персоналом; – работы над собой, своими профессиональными качествами; – способностью к практической деятельности по самоорганизации и самообразованию; – использования личных ресурсов для достижения профессиональных задач.

Объем практики:

Профессионально-творческая практика Б2.В.01(П) составляет 7 зачетных единиц, 252 часа, в том числе контактная работа 2 часа, самостоятельная работа 246 часов.

Этапы практики:

№ п/п	Этапы (периоды) практики (НИР)	Виды работ	Срок выполнения
1	Подготовка к прохождению практики	Разработка программы практики совместно с руководителем практики (предварительная консультация с руководителем практики, получение индивидуального задания, организационное собрание), построение индивидуальной траектории практики	2-3 дня
2	Выполнение программы практики	Самоорганизация рабочего времени. Профессиональная коммуникация в устной и письменной форме. Решение стандартных задач профессиональной деятельности. Выполнение творческого задания	В течение семестра
3	Подготовка отчета о практике, оформление отчета, получение отзыва от руководителя	Подготовка отчета по практике по получению первичных профессиональных умений и опыта. Защита и оценка проведенной практики	2-3 дня

Форма промежуточной аттестации: зачет с оценкой

Основная литература:

1. Козлов, С. В. Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью) : учеб. пособие для студентов всех форм обучения по направлению подгот. 031600.62 - Реклама и связи с общественностью : [в 2 ч.]. Ч. 1 : Теоретические основы интегрированных коммуникаций / С. В. Козлов ; Рос. акад. нар. хоз-ва и гос. службы при Президенте РФ, Сиб. ин-т упр. - Новосибирск : Изд-во СибАГС, 2013. - 192 с. - То же [Электронный ресурс]. - Доступ из Б-ки электрон. изданий / Сиб. ин-т упр. – филиал РАНХиГС. – Режим доступа : <http://www.saranet.ru>, требуется авторизация (дата обращения : 16.07.2021). - Загл. с экрана.
2. Козлов, С. В. Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью) : учеб. пособие для студентов всех форм обучения по направлению 031600.62 - Реклама и связи с общественностью : [в 2 ч.]. Ч. 2 : Технологии интегрированных коммуникаций / С. В. Козлов ; Рос. акад. нар. хоз-ва и гос. службы при Президенте РФ, Сиб. ин-т упр. - Новосибирск : Изд-во СибАГС, 2014. - 215 с. - То же [Электронный ресурс]. - Доступ из Б-ки электрон. изданий / Сиб. ин-т упр. – филиал РАНХиГС. – Режим доступа : <http://www.saranet.ru>, требуется авторизация (дата обращения : 16.07.2021). - Загл. с экрана.
3. Маркетинг PR и рекламы [Электронный ресурс] : учебник / И. М. Синяева, В. М. Маслова, О. Н. Романенкова, В. В. Синяев ; под ред. И. М. Синяева. - Электрон. дан. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 495 с. - Доступ из Унив. б-ки ONLINE. - Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114709>, требуется авторизация (дата обращения : 03.08.2021). - Загл. с экрана.

4. Мельникова, Н. А. Медиапланирование. Стратегическое и тактическое планирование рекламных кампаний [Электронный ресурс] / Н. А. Мельникова. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2012. — 180 с. - Доступ из ЭБС «IPRbooks». — Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/6000>, требуется авторизация (дата обращения : 03.08.2021). - Загл. с экрана.
5. Наумова, А. В. Реклама в коммуникационном процессе : учеб. пособие для студентов всех форм обучения по специальности 030602.65 - Связи с общественностью / А. В. Наумова ; Федер. агентство по образованию, Сиб. акад. гос. службы. - Новосибирск : Изд-во СибАГС, 2010. - 201 с. - То же [Электронный ресурс]. - Доступ из Б-ки электрон. изданий / Сиб. ин-т упр. – филиал РАНХиГС. – Режим доступа : <http://www.sapanet.ru>, требуется авторизация (дата обращения : 16.07.2021). - Загл. с экрана.