

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**

***ПРЕДДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА  
Б2.В.02(Пд)***

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<br>(при наличии профстандарта)/<br>профессиональные действия | Код этапа освоения компетенции | Планируемые результаты обучения при прохождении практик  |
|---|--------------------------------|--|
| Создание и редактирование информационных ресурсов                   | ПКс-1.8                        | <b>На уровне умений:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– работы с контент-планом;</li> <li>– разработки контента, соответствующего поставленным задачам;</li> <li>– производить и продвигать видео-контент;</li> <li>– работать с контентом различных организаций, в том числе политических</li> </ul>  |
|   |                                | <b>На уровне навыков:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– работы с графическим редактором;</li> <li>– работы с видео-редактором;</li> <li>– работы с аудиовизуальными средствами;</li> <li>– использования технологии сторителлинга для решения маркетинговых задач;</li> <li>– формирования контент-плана.</li> </ul>  |
| Управление (менеджмент) информационными ресурсами                   | ПКс-2.6                        | <b>На уровне умений:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– устанавливать связь компании и государства;</li> <li>– управлять рекламными кампаниями;</li> <li>– подготовки рекламного медиа-продукта;</li> <li>– применять знания о взаимодействии бизнеса с органами власти;</li> </ul>  |
|   |                                | <b>На уровне навыков:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– продвижения через социальные сети;</li> <li>– продвижения через оптимизацию поисковых систем;</li> <li>– продюсирования медиа-проектов;</li> <li>– работы с различными инструментами продвижения в рамках компании;</li> <li>– прогнозирования эффектов и социальных последствий принятия профессиональных решений;</li> <li>– работы с технологией продакт плейсмент;</li> <li>– разработки плана продвижения продукта.</li> </ul> |
| Создание и редактирование информационных ресурсов                   | ПКс-3.6                        | <b>На уровне умений:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– работы с сообществами в социальных медиа;</li> <li>– использовать технологии делового взаимодействия в управленческой практике;</li> <li>– эффективно планировать и реализовывать устные и письменные деловые коммуникации;</li> <li>– отстаивать позицию в ходе переговоров;</li> </ul>   |
|   |                                | <b>На уровне навыков:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– устных и письменных деловых коммуникаций;</li> <li>– коммуникации в медиа-пространстве;</li> </ul>  |

| ОТФ/ТФ<br>(при наличии<br>профстандарта)/<br>профессиональные<br>действия | Код этапа<br>освоения<br>компетен-<br>ции | Планируемые результаты обучения при прохождении<br>практик   |
|---|---|--|
| Управление<br>(менеджмент)<br>информационными<br>ресурсами                | ПКс-4.4                                   | – ведения деловых переговоров.   |
|   |   | <p><b>На уровне умений:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– эффективно управлять трудовыми ресурсами организации;</li> <li>– осуществлять контроль за деятельностью персонала и организации;</li> <li>– применять на практике методы создания и управления брендом;</li> <li>– выбирать оптимальные способы решения задач по формированию и управлению имиджем;</li> <li>– осуществлять руководство коммуникационными кампаниями различного направления;</li> </ul> <p><b>На уровне навыков:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– организации и управления коммуникационными процессами;</li> <li>– выстраивания коммуникации для эффективного управления персоналом;</li> <li>– использования основных организационных форм коммуникации и методов взаимодействия организации с целевой аудиторией и персоналом;</li> <li>– планирования и проведения кампаний по формированию и управлению брендом;</li> <li>– планирования и проведения имиджевых кампаний и мероприятий в сфере рекламы и связей с общественностью;</li> <li>– привлечения ресурсов в организацию посредством краудсорсинга и краудфандинга;</li> <li>– эффективного распределения ресурсов для создания и реализации проекта.</li> </ul> |
| Управление<br>(менеджмент)<br>информационными<br>ресурсами                | ПКс-5.6                                   | <p><b>На уровне умений:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– рационально структурировать и организовывать рабочее и личное время;</li> <li>– формировать и эффективно позиционировать собственные лидерские качества;</li> <li>– разрабатывать и реализовывать программы профессионального развития персонала и оценивать их эффективность;</li> <li>– создавать художественные образы актерскими средствами на основе замысла постановщиков;</li> <li>– общаться со зрительской аудиторией;</li> <li>– проявлять творческую инициативу;</li> <li>– самостоятельно проводить работу над своими качествами;</li> </ul> <p><b>На уровне навыков:</b></p>   |

| ОТФ/ТФ<br>(при наличии<br>профстандарта)/<br>профессиональные<br>действия | Код этапа<br>освоения<br>компетен-<br>ции | Планируемые результаты обучения при прохождении практик  |
|---|---|--|
|   |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>– теорией и практикой актерского анализа и сценического воплощения роли;</li> <li>– импровизации в процессе работы над ролью;</li> <li>– владения методами распределения времени и расстановки приоритетов при решении сложных профессиональных задач;</li> <li>– владения методами разработки и реализации стратегий управления персоналом;</li> <li>– работы над собой, своими профессиональными качествами;</li> <li>– способностью к практической деятельности по самоорганизации и самообразованию;</li> <li>– использования личных ресурсов для достижения профессиональных задач.</li> </ul> |

**Объем практики:**

**Преддипломная практика Б2.В.02(Пд)** составляет 10 зачетных единиц. 360 часов, в том числе контактная работа 2 часа, самостоятельная работа 354 часа.

**Этапы практики:**

| №<br>п/п | Этапы (периоды)<br>практики (НИР)   | Виды работ   |
|----------|---|--|
| 1        | Подготовка к прохождению практики   | Разработка программы практики совместно с руководителем практики   |
| 2        | Ознакомление с организацией (предприятием), а также рабочим местом и основным функционалом по месту       | Описание организации (предприятия), а также рабочего места и основного функционала по месту практики. Ведение дневника практики.   |
| 3        | Выполнение основных функциональных обязанностей по месту практики   | Решение стандартных задач профессиональной деятельности. Самоорганизация рабочего времени. Выполнение эмпирического исследования выбранного объекта. Профессиональная коммуникация в устной и письменной форме с представлением результатов исследования руководителю практики от организации. |
| 4        | Подготовка отчета о практике, оформление отчета, получение отзыва от руководителя практики от организации | Подготовка отчета по преддипломной практике.   |

**Форма промежуточной аттестации:** зачет с оценкой

## Основная литература:

1. *Коноваленко, В. А.* Реклама и связи с общественностью: введение в специальность: учеб. для бакалавров и для студентов вузов, обучающихся по гуманитарным направлениям и специальностям / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед; Рос. экон. ун-т им. Г. В. Плеханова. - Москва: Юрайт, 2014. - 383 с. – То же [Электронный ресурс]. – Доступ из ЭБС изд-ва «Юрайт». – Режим доступа <https://www.biblio-online.ru/book/E8CDCAD5-BAF8-4317-89A2-D53374890F18>, требуется авторизация (дата обращения 11.08.2021). – Загл. с экрана.
2. *Минаева, Л.В.* Внутрикorporативные связи с общественностью: теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подгот. (специальности) "Связи с общественностью" / Л. В. Минаева. - М.: Аспект Пресс, 2010. – 286 с. – То же [Электронный ресурс]. – Доступ из ЭБС «IPRbooks». – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8971>, требуется авторизация (дата обращения: 08.08.2021). – Загл. с экрана.
3. Связи с общественностью. Составление документов: теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 030602 (350400) «Связи с общественностью» / В. В. Данилина [и др.]; под ред. Л. В. Минаевой. - 2-е изд., доп. и перераб. - Москва: Аспект Пресс, 2012. - 319 с. - То же [Электронный ресурс]. – Доступ из ЭБС «IPRbooks». – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8972>, требуется авторизация (дата обращения: 08.08.2021). – Загл. с экрана.