

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 ПРАКТИКА
Б2.В.02(Пд)

краткое наименование дисциплины: нет

по направлению подготовки:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

формы обучения: очная, заочная

Год набора – 2024

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 компетенции | Планируемые результаты обучения при прохождении практик |
|---------------------------------------------------------------------|--------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Создание и редактирование информационных ресурсов | ПКс-1.8 | 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-2.6 | 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; – 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-3.6 | 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; |

| ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ профессиональные действия | Код этапа освоения компетен- ции | Планируемые результаты обучения при прохождении практик |
|---------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Управление (менеджмент) информационными ресурсами | ПКс-4.4 | <p>– ведения деловых переговоров.</p> <p>На уровне умений:</p> <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; <p>На уровне навыков:</p> <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. |
| Управление (менеджмент) информационными ресурсами | ПКс-5.6 | <p>На уровне умений:</p> <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; <p>На уровне навыков:</p> |

| ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ профессиональные действия | Код этапа освоения компетен- ции | Планируемые результаты обучения при прохождении практик |
|--------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | <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:

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:

| № п/п | Этапы (периоды) 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.