

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Задорожная Людмила Ивановна
Должность: Проректор по учебной работе
Дата подписания: 12.05.2023 14:27:05
Уникальный программный ключ:
faa404d1aeb2

Аннотация

рабочей программы учебной дисциплины Б2.В.01(П) Профессионально-творческая практика №1 направления подготовки бакалавров 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
профиль Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Профессионально-творческая практика №2 поводится в целях получения профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности:

- закрепление теоретических знаний в практической деятельности;
- выработка практических навыков в процессе разработки и распространения коммуникационных сообщений;
- приобретение опыта самостоятельной профессиональной деятельности;
- выявление уровня подготовленности студента к реализации комплекса профессиональных знаний и умений.

Задачами производственной (профессионально-творческой № 2) практики являются:

- изучение принципов работы рекламных агентств, а также подразделений организации, ответственных за коммуникационную деятельность учреждения (отдел по связям с общественностью, отдел рекламы, пресс-служба и т.п.);
- изучение практических приемов и методов работы специалистов по связям с общественностью и рекламе;
- изучение этических норм рекламной и PR-деятельности;
- участие в планировании работы PR-отдела, отдела рекламы, рекламного агентства, организации и проведении коммуникационных кампаний;
- формирование навыков создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, навыков литературного редактирования, копирайтинга;
- формирование навыков разработки планов мероприятий, создания различных форматов рекламных материалов, используемых в сфере внешних и внутренних коммуникаций организации;
- формирование навыков проведения маркетинговых исследований, конкурентного и ситуационного анализа;
- формирование базовых навыков общения, умения устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными агентствами.

Профессионально-творческая практика №2 относится к части дисциплин, формируемой участниками образовательных отношений ОПОП.

В процессе освоения дисциплины у бакалавров формируются следующие общепрофессиональные компетенции:

УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

УК 1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие, осуществляет декомпозицию задачи

УК 1.2. Находит и критически анализирует информацию, необходимую для решения поставленной задачи

УК 1.3. Рассматривает возможные варианты решения задачи, оценивая их достоинства и недостатки

УК 1.4. Грамотно, логично, аргументированно формирует собственные суждения и оценки. Отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности.

УК 1.5 Определяет и оценивает последствия возможных решений задачи

УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений:

УК-2.1. - Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение.

УК-2.2. - Проектирует решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений изучением обслуживаемых направлений и объемов оказываемых услуг

УК-2.3. - Решает конкретные задачи проекта заявленного качества и за установленное время

УК-2.4. - Публично представляет результаты решения конкретной задачи проекта

УК-3 -Эффективно взаимодействует с другими членами команды, в т.ч. участвует в обмене информацией, знаниями и опытом, и презентации результатов работы команды

УК-3.1 Понимает эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, определяет свою роль в команде

УК-3.2 Понимает особенности поведения выделенных групп людей, с которыми работает/взаимодействует, учитывает их в своей деятельности (выбор категорий групп людей осуществляется образовательной организацией в зависимости от целей подготовки – по возрастным особенностям, по этническому или религиозному признаку, социально незащищенные слои населения и т.п.).

УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

УК-4.1-Выбирает на государственном и иностранном (ых) языках коммуникативно приемлемые стиль делового общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами

УК-4.2-Использует информационно- коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (ых) языках.

УК-4.3-Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном (ых) языках.

УК-4.4-Демонстрирует интегративные умения использовать диалогическое общение для сотрудничества в академической коммуникации общения: • внимательно слушая и пытаясь понять суть идей других, даже если они противоречат собственным воззрениям; • уважая высказывания других, как в плане содержания, так и в плане формы; • критикуя аргументированно и конструктивно, не задевая чувств других; адаптируя речь и язык жестов к ситуациям взаимодействия.

УК-4.5-Демонстрирует умение выполнять перевод профессиональных текстов с иностранного (ых) на государственный язык и обратно

УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

УК-5.1 Находит и использует необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп

УК-5.2 Демонстрирует уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России (включая основные события, основных исторических деятелей) в контексте мировой истории и ряда культурных традиций мира (в зависимости от среды и задач образования), включая мировые религии, философские и этические учения

УК-5.3 Умеет недискриминационно и конструктивно взаимодействовать с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции

УК-6 - Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

УК-6.1 Применяет знание о своих ресурсах и их пределах (личностных, ситуативных, временных и т.д.), для успешного выполнения порученной работы.

УК-6.2 Понимает важность планирования перспективных целей собственной деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда.

УК-6.3 Критически оценивает эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата

УК-6.4 Демонстрирует интерес к учебе и использует предоставляемые возможности для приобретения новых знаний и навыков

УК-8 Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций

УК-8.1 Обеспечивает безопасные и/или комфортные условия труда на рабочем месте, в т.ч. с помощью средств защиты

УК-8.2 Выявляет и устраняет проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте.

УК-8.3 Осуществляет действия по предотвращению возникновения чрезвычайных ситуаций (природного и техногенного происхождения) на рабочем месте, в т.ч. с помощью средств защиты

ПКУВ-1 - Способен осуществлять профессиональные функции в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью в различных структурах:

ПКУВ-1.1. -Создает эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, обеспечивает внутренние и внешние коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации.

ПКУВ-1.2. -Использует теории, инструменты и приемы маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью.

ПКУВ-1.3.-Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта

ПКУВ-2 Способен принимать участие в управлении и организации работы отделов рекламы и связей с общественностью / агентств рекламы и СО, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность коммуникационной деятельности

ПКУВ-2.1 Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела рекламы и связей с общественностью / агентства рекламы и СО.

ПКУВ-2.2 Демонстрирует навыки оценки эффективности коммуникационной деятельности

ПКУВ-2.3 Использует технологии формирования внутреннего и внешнего корпоративного имиджа организации в коммерческой сфере

ПКУВ 3. Способен использовать современные технологии массовой коммуникации и бренд-менеджмента, разрабатывать маркетинговые и коммуникационные стратегии.

ПКУВ 3.1. Применяет алгоритмы планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента

ПКУВ 3.2. Самостоятельно находит пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций, как в коммерческой, так и некоммерческой сферах.

ПКУВ 3.3. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий\

ПКУВ 4 - Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПКУВ-4.1. - Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью;

ПКУВ-4.2. - Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии;

ПКУВ-4.3.- Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры

ПКУВ 5 - Способен разрабатывать концепции продвижения товаров и услуг, формировать коммуникационные цели и маркетинговые стратегии, принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий, вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами):

ПКУВ-5.1. - Разрабатывает концепции продвижения товаров и услуг, формирует маркетинговые стратегии;

ПКУВ-5.2. - Участвует в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;

ПКУВ-5.3. - Осуществляет ведение деловых переговоров, устанавливает деловые отношения с партнерами (клиентами).

В результате прохождения производственной (профессионально-творческая №1) практики студент должен:

Знать:

- особенности основных форм деловой и общей культуры представителей различных социальных групп;

- принципы формулировки целей проектов, критериев и способов достижения поставленных целей;

- стратегические концепции и бизнес-планы проектов;

- теоретические основы экономического анализа и технико-экономического обоснования проектов, используемые в практической деятельности специалиста по рекламе и PR,

- принципы создания проектной документации, планов мероприятий и контроля этапов реализации проекта и коммуникационных программ и мероприятий;

- основные методы оценки затрат и результатов деятельности организации;

- принципы работы с текстами различного содержания и жанров;

- виды и возможности синтезировать творческие и технологические решения;

Уметь:

- устанавливать профессиональные контакты в соответствии с потребностями совместной деятельности, включая обмен информацией и выработку единой стратегии взаимодействия;

- аргументированно и конструктивно отстаивать свои позиции и идеи в академических и профессиональных дискуссиях на государственном языке РФ и иностранном языке;

- формулировать цель проекта, критерии и способы достижения целей;

- использовать элементы экономического анализа в практической деятельности;

- осуществлять руководство проектной деятельностью, контролировать все этапы реализации проектов;

- проводить корректировку и контроль коммуникационных программ и мероприятий;

- оценивать затраты и результаты деятельности организации;

- использовать корректную устную и письменную речь в рамках профессиональной тематики; - синтезировать набор возможных творческих и технологических решений;

Владеть:

- навыками представления результатов профессиональной деятельности на различных публичных мероприятиях, включая международные, выбирая наиболее подходящий формат;

- выстраивать социальное профессиональное взаимодействие с учетом особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей различных социальных групп; обеспечивать создание недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач;

- экономического анализа и разработки технико-экономические обоснования проектов;

- разработки проектной документации, плана мероприятий и контроля всех этапов реализации проекта;

- корректировки и контроля коммуникационных программ и мероприятий;

- выработки нестандартных решений в профессиональной деятельности;

- работы с текстами различного содержания и жанров;

- разработки стратегических концепций и бизнес-планов проектов, заданий на их разработку;

- иметь опыт профессиональной деятельности в планировании и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации;

- проектировании программ и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью;

- создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации;

- разработке, подготовке к выпуску, производстве и распространении рекламной продукции;

- организации и проведении маркетинговых и социологических исследований; проектировании и технологическом обеспечении реализуемых проектов.

Профессионально-творческая практика №2 завершается зачетом с оценкой.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 216 часов, 6 зачетных единиц.

Вид промежуточной аттестации: зачет с оценкой

Разработчик

канд. экон. наук, доцент

Ханахок З.А.

Зав. выпускающей кафедрой

Кумпилова А.Р.