

Частное образовательное учреждение высшего образования

«Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса»

АННОТАЦИЯ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ:

Б2.В.01.01(Пд) ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

Направление подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль «Реклама и связи с общественностью в отраслях и сферах деятельности»

**Курск – 2023**

## 1. Вид практики, способы и формы проведения производственной практики: преддипломной практики

**Цель преддипломной практики** - закрепление, полученных в процессе обучения знаний, умений и навыков профессиональной деятельности, сбор материала для написания выпускной квалификационной работы, выполнение выпускной квалификационной работы.

### 2. Задачи преддипломной практики:

- 1) систематизация, закрепление и расширение теоретических знаний, полученных студентами при изучении специальных дисциплин;
- 2) практическое развитие профессиональных навыков и компетенции будущих специалистов, а также навыков организационно-управленческой деятельности в трудовом коллективе;
- 3) формирование навыков эффективного управления на государственном или муниципальном уровне, в том числе с учетом профиля подготовки;
- 4) приобретение опыта решения практических задач, требующих применения профессиональных знаний и умений;
- 5) формирование у студентов навыков творческого мышления и самостоятельной деятельности при анализе проблемы;
- 6) анализ деятельности базы практики по направлению, соответствующему теме ВКР;
- 7) сбор, обобщение и анализ полученных в ходе практики материалов для подготовки отчета по практике и использование результатов при написании ВКР;
- 8) выявление степени профессиональной подготовленности студента и его готовности к самостоятельной профессиональной деятельности.
- 9) выполнение выпускной квалификационной работы.

**Вид практики** – производственная практика.

**Тип практики** – преддипломная практика.

**Способы проведения практики** – стационарный, выездной.

**Форма проведения практики** – дискретно.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья выбор мест прохождения практики может быть произведен с учетом состояния здоровья и требований по доступности.

Практическая подготовка при проведении практики организуется путем непосредственного выполнения обучающимися определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Практическая подготовка - форма организации образовательной деятельности при освоении образовательной программы в условиях выполнения обучающимися определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью и направленных на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенций по профилю соответствующей образовательной программы.

Обучающиеся, совмещающие обучение с трудовой деятельностью, вправе проходить практику по месту трудовой деятельности в случаях, если профессиональная деятельность, осуществляемая ими, соответствует требованиям образовательной программы к проведению практики.

## 2. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Таблица 1 - Трудовые действия и виды деятельности на практике

Наименование трудового действия	Наименование вида деятельности	Количество часов /ЗЕТ
---------------------------------	--------------------------------	-----------------------

<p>Об Связь, информационные и коммуникационные технологии          ПС 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации  <i>В/01.6 Организация маркетинговых исследований в области СМИ</i>  <i>В/02.6 Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ</i>          ПС 06.013 Специалист по информационным ресурсам          С/02.6 Управление информацией из различных источников</p>		
<p><i>Поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ</i>          Формирование запросов и получение информации от сотрудников организации</p>	<p>Проектная деятельность          1 этап          1. Изучение действующих в подразделении нормативно-правовых актов по его функциональному предназначению, режиму работы, делопроизводству, структуре данной организации и др.          2. Подготовка информационных, аналитических и исследовательских материалов, включающих в себя: общие сведения о компании (организации), такие как полное название и юридический адрес, организационно-правовая форма, структура управления; перечень оказываемых услуг и производимых продуктов; корпоративная и маркетинговая стратегия; общие показатели экономической деятельности (прибыль, товароборот, затраты на маркетинговую и рекламную деятельность) по согласованию с руководителем базы практики</p>	144/4
<p>Профессиональное обеспечение создания и реализации рекламного и PR-продукта  <i>Анализ на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ</i>  <i>Разработка концепции продвижения продукции СМИ, формирование коммуникационных целей и маркетинговых стратегий</i>          Мониторинг появления новой или необходимой информации внутри организации, в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и других источниках</p>	<p>Проектная деятельность. 2 этап          Подготовка информационных, аналитических и исследовательских материалов, включающих в себя:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• показатели рекламной и PR-политики, включающие: описание коммуникативной стратегии предприятия, компании, организации; брифы, техзадания, виды и график рекламных и PR-мероприятий, промо-акций; показатели доли марки и её узнаваемости; бюджет на рекламные и PR-кампании, результаты оценки эффективности рекламной и PR-политики.</li> <li>• разработка авторского рекламного или PR-проекта (подготовка проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт), подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы), проведение экономического обоснования и прогноз эффективности проекта.</li> </ul>	1008 /14
<p>Общая оценка значимости и приоритетности получаемой информации          Подготовка информационных, аналитических и исследовательских материалов</p>	<p>Проектная деятельность (составление проектов документов и информационных материалов, оформление дневников, отчетов и защита отчета в последний день практики)</p>	144/4

**Преддипломная практика** способствует комплексному формированию универсальных и профессиональных компетенций у обучающихся:

**УК-8.3; УК-9.3; УК-10.3; ПК-1.3; ПК-2.3; ПК-3.3; ПК-4.3**

УК-8	Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов
УК-8.3	Использует методы прогнозирования возникновения опасных или чрезвычайных ситуаций; поддерживает безопасные условия жизнедеятельности
УК-9	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
УК-9.3	Способность использовать основные положения и методы экономических наук при решении профессиональных задач
УК-10	Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности
УК-10.3	Вырабатывает пути решения конкретной профессиональной задачи, демонстрируя нетерпимое отношение к коррупционному поведению, экстремизму и терроризму
ПК-1	Способен принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью
ПК-1.3	Проводит мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивает эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью
ПК-2	Способен организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы
ПК-2.3	Применяет навыки организации подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы
ПК-3	Способен разрабатывать и реализовывать проекты в сфере рекламы и связей с общественностью
ПК-3.3	Применяет навыки реализации проектов в сфере рекламы и связей с общественностью
ПК-4	Способен участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий
ПК-4.3	Использует навыки участия в организации и оценке внутренних и внешних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры

Перечень компетенций с указанием индикаторов их формирования в процессе освоения образовательной программы на практике, а также критерии оценивания представлены в таблице 2.

Таблица 2 - Перечень компетенций с указанием индикаторов их формирования в процессе освоения образовательной программы, показателей оценивания

Ши фр	Компетенции	Индикатор	Наименование индикатора	Планируемые результаты освоения
----------	-------------	-----------	-------------------------	---------------------------------

УК-8	Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	УК-8.3	Использует методы прогнозирования возникновения опасных или чрезвычайных ситуаций; поддерживает безопасные условия жизнедеятельности	Знать: основные принципы прогнозирования возникновения опасных или чрезвычайных ситуаций Уметь: прогнозировать опасные или чрезвычайные ситуации Владеть: навыками поддержания безопасных условий жизнедеятельности
		Показатель оценивания	Владение навыками применять методы прогнозирования возникновения опасных или чрезвычайных ситуаций; поддерживает безопасные условия жизнедеятельности	
УК-9	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9.3.	Способность использовать основные положения и методы экономических наук при решении профессиональных задач	Знать: основные приемы и технологии экономических наук Уметь: использовать приемы и технологии экономических наук Владеть: навыками использования методов экономических наук при решении профессиональных задач
		Показатель оценивания	Способность использовать основные положения и методы экономических наук при решении профессиональных задач	
УК-10	Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности	УК-10.3	Вырабатывает пути решения конкретной профессиональной задачи, демонстрируя нетерпимое отношение к коррупционному поведению, экстремизму и терроризму	Знать: основы антикоррупционного поведения, противодействия экстремизму и терроризму Уметь: демонстрировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению, экстремизму и терроризму Владеть: навыками решения конкретных профессиональных задач противодействия коррупции, экстремизму и терроризму
		Показатель оценивания	Знание путей решения конкретной профессиональной задачи, демонстрируя нетерпимое отношение к коррупционному поведению, экстремизму и терроризму	
ПК-1	Способен принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью	ПК-1.3	Проводит мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивает эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью	Знать: основы прогнозирования эффектов и последствий своей профессиональной деятельности в соответствии с принципами социальной ответственности Уметь: осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью Владеть: навыками проведения мероприятий по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг, оценки эффективности рекламной и PR-деятельности.
		Показатель оценивания	Проведение мероприятий по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценка эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью	

ПК-2	Способен организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	ПК-2.3	Применяет навыки организации подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	Знать: особенности языка графики как средства коммуникации, основы процессов создания графическими средствами рекламной продукции, включая текстовые и графические материалы рекламы. Уметь: решать стандартные профессиональные задачи с применением знаний перспективы, методов графического моделирования. Владеть: навыками работы графическими художественными материалами, методами композиционного решения макетов медиапродуктов.
		Показатель оценивания	навыки организации подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	
ПК-3	Способен разрабатывать и реализовывать проекты в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-3.3	Применяет навыки реализации проектов в сфере рекламы и связей с общественностью	Знать: основы использования традиционных и современных средств рекламы для подготовки и выпуска рекламной и PR-продукции Уметь: реализовывать типовые алгоритмы работы с рекламной продукцией и технологии в сфере рекламы и связей с общественностью Владеть: навыками организации подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы
		Показатель оценивания	навыки реализации проектов в сфере рекламы и связей с общественностью	
ПК-4	Способен участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	ПК-4.3	Использует навыки участия в организации и оценке внутренних и внешних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	Знать: основы теории коммуникации и психологические основы массовых коммуникаций Уметь: осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии организации, а также оценивает эффективность коммуникационной инфраструктуры Владеть: навыками участия в организации и оценке внутренних и внешних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной культуры
		Показатель оценивания	навыки участия в организации и оценке внутренних и внешних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	

### 3. Место преддипломной практики в структуре программы

Тип производственной практики: **Б2.В.01.01 (Пд) преддипломная практика** является обязательным разделом ОПОП ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Практика относится к блоку Б2 учебного плана ОПОП ВО. Практика

вырабатывает умения и практические навыки, приобретаемые обучающимися в результате освоения теоретических дисциплин Блока Б.1., способствует комплексному формированию универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций у обучающихся.

**Преддипломная практика** для студентов ОФО и организуется на 4 курсе в 7 и 8 семестрах, для ОЗФО – в 8 и 9 семестрах, для студентов ЗФО - в 9-10 семестре. Практика базируется на дисциплинах 1-4 курсов для ОФО и ОЗФО и 1-5 курсов ЗФО.

Общее методическое руководство практикой осуществляет кафедра управления и связей с общественностью. Заведующий кафедрой несет ответственность за уровень организации практики и ее результаты. Непосредственное руководство практикой студентов возлагается на ППС кафедры, имеющий необходимый практический опыт.

Руководство практикой студентов в структурном подразделении организации - базы практики возлагается на высококвалифицированных специалистов и руководителей подразделений.

#### **4. Объем практики в зачетных единицах и ее продолжительность в неделях**

Объем в зачетных единицах – 36 (15 и 21).

Продолжительности в неделях, либо в академических часах – 10 и 14 недель, 540 ч. и 756 ч.