

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

УТВЕРЖДАЮ
Директор по образовательной деятельности
_____ С.Т.Князев
«__» _____ 20... г.

ПРОГРАММА ПРАКТИК
42.03.01/33.02

Перечень сведений о рабочей программе практик	Учетные данные
Образовательная программа 1. Коммуникативные технологии в рекламе и связях с общественностью	Код ОП 1. 42.03.01/33.02
Направление подготовки 1. Реклама и связи с общественностью	Код направления и уровня подготовки 1. 42.03.01

Программа практик составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Скуратов Алексей Борисович	кандидат социологических наук, без ученого звания	Доцент	научно-образовательный центр цифровой гуманитаристики

Согласовано:

Управление образовательных программ

Л.А. Щенникова

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРАКТИК

1.1. Аннотация программы практик

В модуль «Практика 1» входят «Производственная практика, практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности» и «Производственная практика, преддипломная». Модуль предполагает закрепление и углубление теоретических знаний, полученных студентами при изучении специальных дисциплин, приобретение необходимых умений, навыков и опыта практической работы в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, участие в научных разработках исследовательских отделов организаций, сбор материала для экспериментальной части квалификационной работы.

1.2. Структура практик, их сроки и продолжительность

Таблица 1.

№ п/п	Виды и типы практик	Объем практик	
		в неделях	в з.е.
1.	Производственная практика		
1.1	Производственная практика, практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности	3	4
1.2	Производственная практика, преддипломная	14	21
	Итого:	17	25

1.3. Базы практик, форма проведения практик

Таблица 2.

42.03.01/33.02 Коммуникативные технологии в рекламе и связях с общественностью

№ п/п	Виды и типы практик	Форма проведения практики	Базы практики
1.	Производственная практика		
1.1	Производственная практика, практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности	Путем чередования, дискретно	Практика проводится на основе договора(ов) в организации(ях), осуществляющей(щих) деятельность по профилю образовательной программы.

			<p>Практика проводится в структурных подразделениях университета.</p> <p>Практика проводится на основе договора(ов) в организации(ях), осуществляющей(щих) образовательную деятельность.</p>
1.2	Производственная практика, преддипломная	Путем чередования, дискретно	<p>Практика проводится на основе договора(ов) в организации(ях), осуществляющей(щих) деятельность по профилю образовательной программы.</p> <p>Практика проводится в структурных подразделениях университета.</p> <p>Практика проводится на основе договора(ов) в организации(ях), осуществляющей(щих) образовательную деятельность.</p>

1.4. Процедура организации практик

Порядок планирования, организации и проведения практик, структура и форма документов по организации практик и их аттестации регулируется отдельным положением.

1.5. Перечень планируемых к формированию в процессе прохождения практик результатов освоения образовательной программы – компетенций

В результате освоения программ практик у обучающихся будут сформированы следующие компетенции:

Таблица 3.

42.03.01/33.02 Коммуникативные технологии в рекламе и связях с общественностью

№ п/п	Виды и типы практик	Компетенции
-------	---------------------	-------------

1.	Производственная практика	
1.1	Производственная практика, практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности	<p>ПК-М Способность к приобретению новых, расширению и углублению полученных ранее знаний, умений и компетенций в различных областях жизнедеятельности, необходимых для успешной реализации в сфере профессиональной деятельности, в том числе на стыке разных направлений деятельности и областей наук</p> <p>ПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p> <p>ПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p> <p>ПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p> <p>ПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности</p> <p>ПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p> <p>ПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности</p> <p>ПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности</p> <p>ПК-8 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p> <p>ПК-9 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта</p> <p>ПК-10 Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникативного продукта</p>

		<p>ПК-11 Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций</p> <p>ПК-12 Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа</p>
1.2	Производственная практика, преддипломная	<p>ОПК-1 Способен анализировать и объяснять природу явлений и процессов, протекающих в сфере профессиональной деятельности на основе критериев научного знания с использованием различных методологических и теоретических подходов</p> <p>ОПК-2 Способен применять методы сбора, анализа и интерпретации данных и составлять и оформлять документы и отчеты по результатам профессиональной деятельности</p> <p>ОПК-3 Способен выявлять, концептуализировать и предлагать обоснованные решения проблем в профессиональной деятельности на основе знания научных теорий, концепций, подходов, в том числе обладающие инновационным потенциалом</p> <p>ОПК-4 Способен выполнять свои профессиональные функции в организациях различного типа, осознанно соблюдая организационные политики и процедуры</p> <p>ОПК-5 Способен к осуществлению внутриорганизационного, межведомственного и межсекторного взаимодействия с органами власти, коммерческими организациями и институтами гражданского общества, образовательными организациями, СМИ с учетом запросов клиентов, партнеров, других субъектов для эффективного решения профессиональных задач</p> <p>ОПК-6 Способен поддерживать уровень профессиональной культуры, соблюдать профессиональные этические нормы. Демонстрирует открытость в получении обратной связи о своей профессиональной деятельности, ее социальном эффекте и последствиях</p> <p>ПК-М Способность к приобретению новых, расширению и углублению полученных ранее знаний, умений и компетенций в различных областях жизнедеятельности, необходимых для успешной реализации в сфере профессиональной деятельности, в том числе на стыке разных направлений деятельности и областей наук</p> <p>ПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и</p>

		<p>(или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p> <p>ПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p> <p>ПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p> <p>ПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности</p> <p>ПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p> <p>ПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности</p> <p>ПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности</p> <p>ПК-8 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p> <p>ПК-9 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта</p> <p>ПК-10 Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникативного продукта</p> <p>ПК-11 Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций</p> <p>ПК-12 Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа</p>
--	--	--

2. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИК

Таблица 4.

42.03.01/33.02 Коммуникативные технологии в рекламе и связях с общественностью

№ п/п	Виды и типы практик	Перечень видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью, выполняемых в период прохождения практик
1.	Производственная практика	
1.1	Производственная практика, практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности	<p>Маркетинговый. Продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации</p> <p>Технологический. Участие в производственном процессе выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных и коммуникационных технологий</p> <p>Организационный. Организация процесса создания коммуникационного продукта</p> <p>Редакторский. Осуществление редакторской деятельности в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных каналов коммуникации</p>
1.2	Производственная практика, преддипломная	<p>Авторский. Осуществление авторской деятельности по созданию текста рекламы / связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации</p> <p>Маркетинговый. Продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации</p> <p>Организационный. Организация процесса создания коммуникационного продукта</p>

		<p>Редакторский. Осуществление редакторской деятельности в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных каналов коммуникации</p> <p>Технологический. Участие в производственном процессе выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных и коммуникационных технологий</p>
--	--	---

3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИК

Электронные ресурсы (издания)

42.03.01/33.02 Коммуникативные технологии в рекламе и связях с общественностью

Производственная практика

1. Антипов, К. В.; Основы рекламы : учебник.; Дашков и К°, Москва; 2020; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573332> (Электронное издание)
2. Михайлов, Ю. М.; Связи с общественностью по-русски : практическое пособие.; Директ-Медиа, Москва, Берлин; 2014; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=253694> (Электронное издание)

Печатные издания

Производственная практика

1. Кондратьев, Э. В., Резник, С. Д.; Связи с общественностью : Учеб. пособие для вузов.; Академический Проект, Москва; 2003 (59 экз.)
2. Коноваленко, В. А.; Реклама и связи с общественностью: введение в специальность : учебник для бакалавров.; Юрайт, Москва; 2013 (26 экз.)

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

Производственная практика

IPRbooks: <http://www.iprbookshop.ru/>;
Библиокомплектатор: <http://www.bibliocomplectator.ru/available>;
Научная электронная библиотека <http://elibrary.ru>;
ЭБС Университетская библиотека онлайн «Директ-Медиа» <http://www.biblioclub.ru/>;
зональная научная библиотека (УрФУ) - <http://lib2.urfu.ru/>
электронная библиотека MYBRARY - <http://mybrary.ru/>

справочно-библиографическая система - <http://search.ebscohost.com/>

Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

Производственная практика

1. Международная база цитирований Web of Science - <https://apps.webofknowledge.com/>
2. Международная база цитирований Scopus - <https://www.scopus.com/>
3. Электронный научный архив УрФУ - <http://elar.urfu.ru/>
4. Российская государственная библиотека (Москва) – РГБ <http://www.rsl.ru/>
5. Российская национальная библиотека (Санкт-Петербург) - <http://www.nlr.ru/>
6. Свердловская областная универсальная научная библиотека им. В.Г. Белинского - http://book.uraic.ru/el_library

4. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИК

Таблица 5

42.03.01/33.02 Коммуникативные технологии в рекламе и связях с общественностью

№ п/п	Вид практики	Оснащенность организаций, предоставляющих места практики, оборудованием и техническими средствами обучения	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
1.	Производственная практика	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Персональные компьютеры по количеству обучающихся Подключение к сети Интернет	Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM