

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

ФИО: Худин Александр Николаевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 04.08.2022 10:20:05

Уникальный программный ключ:

08303ad8de1c60b987361de7085acb509ac5da145f4155621af0ee37e73a19

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования

"Курский государственный университет"

Кафедра теории и практики журналистской работы

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания

Ученого совета от 29.04.2019 г., №9

Рабочая программа дисциплины УЧЕБНАЯ ПРАКТИКА профессионально-ознакомительная практика

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 3 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:

зачет(ы) 2

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	2 (1.2)		Итого	
	Неделя		17	
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	4	4	4	4
В том числе в форме практ.подготовки	83		83	
Итого ауд.	4	4	4	4
Контактная работа	4	4	4	4
Сам. работа	104	104	104	104
Итого	108	108	108	108

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Познакомить с работой конкретной организации, научить применять полученные в ходе изучения дисциплин общепрофессионального и профессионального циклов теоретические знания на практике, сформировать представления об общественной миссии и социальной ответственности специалиста в области рекламы и СО, познакомить с социально-психологическими закономерностями функционирования рекламной и PR-деятельности в данной структуре, приобрести начальный опыт работы с информацией в производственных условиях (наблюдение за тем, как ведут сбор, обработку, компоновку, передачу, информации и самостоятельное освоение методов работы с источниками); развить первичные навыки создания текстов рекламы и СО, познакомить с технологией создания текстов рекламы и связей с общественностью непосредственно в условиях производственного процесса.
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б2.В.01
--------------------	---------

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПК-1: Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

Знать:

основы организации рекламной деятельности в СМИ
методику реализации рекламных кампаний в СМИ
функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе

Уметь:

организовывать работу отдела по рекламе в СМИ
осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии
планировать и осуществлять коммуникационные кампании, проекты и мероприятия

Владеть:

навыками управленческой деятельности в профессиональной сфере
методикой планирования рекламных кампаний
навыками по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры

ПК-2 : Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

Знать:

специфику каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта
специфики разных типов СМИ и других медиа
инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде

Уметь:

создавать рекламные тексты с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта
создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью
создавать основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании

Владеть:

навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта
навыками создания информационных поводов для кампаний и проектов
инструментами трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде

ПК-3: Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

Знать:

основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта
систему организации маркетинговых исследований
как осуществлять маркетинговые коммуникации

Уметь:

применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта
использовать основные маркетинговые инструменты при планировании производства и реализации коммуникационного продукта
осуществлять мониторинг обратной связи с разными целевыми группами

Владеть:

технологиями и методиками маркетинговых коммуникаций
--

маркетинговыми инструментами при производстве рекламного продукта

методами мониторинга обратной связи с разными целевыми группами

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования
"Курский государственный университет"

Кафедра теории и практики журналистской работы

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания
Ученого совета от 29.04.2019 г., №9

Рабочая программа дисциплины
ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА
первая профессионально-творческая практика

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 6 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:

зачет(ы) с оценкой 4

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	4 (2.2)		Итого	
	Неделя		15	
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	4	4	4	4
В том числе в форме практ.подготовки	169		169	
Итого ауд.	4	4	4	4
Контактная работа	4	4	4	4
Сам. работа	212	212	212	212
Итого	216	216	216	216

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Проверить полученные в течение учебного семестра знания на практике.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП: Б2.В.02

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**УК-3: Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде****Знать:**

специфику организации работы отделов рекламы и связей с общественностью
 свою роль в команде, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели
 установленные нормы и правила командной работы

Уметь:

осуществлять социальное взаимодействие
 определять свою роль в команде, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели
 реализовать свою роль в команде

Владеть:

навыками социального взаимодействия в команде
 навыками планирования своих действия для достижения заданного результата
 навыками обмена информацией, знаниями и опытом с членами команды

ПК-1: Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий**Знать:**

основы организации рекламной деятельности в СМИ
 методику реализации рекламных кампаний в СМИ
 функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе

Уметь:

организовывать работу отдела по рекламе в СМИ
 осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии
 планировать и осуществлять коммуникационные кампании, проекты и мероприятия

Владеть:

навыками управленческой деятельности в профессиональной сфере
 методикой планирования рекламных кампаний
 навыками по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры

ПК-2 : Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта**Знать:**

специфику каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта
 специфики разных типов СМИ и других медиа
 инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде

Уметь:

создавать рекламные тексты с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта
 создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью
 создавать основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании

Владеть:

навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта
 навыками создания информационных поводы для кампаний и проектов
 инструментами трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде

ПК-3: Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта**Знать:**

основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта
систему организации маркетинговых исследований
как осуществлять маркетинговые коммуникации
Уметь:
применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта
использовать основные маркетинговые инструменты при планировании производства и реализации коммуникационного продукта
осуществлять мониторинг обратной связи с разными целевыми группами
Владеть:
технологиями и методиками маркетинговых коммуникаций
маркетинговыми инструментами при производстве рекламного продукта
методами мониторинга обратной связи с разными целевыми группами

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования
"Курский государственный университет"

Кафедра теории и практики журналистской работы

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания
Ученого совета от 29.04.2019 г., №9

Рабочая программа дисциплины
ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА
вторая профессионально-творческая практика

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 9 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:

зачет(ы) с оценкой 6

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	6 (3.2)		Итого	
	Неделя		13	
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	4	4	4	4
В том числе в форме практ.подготовки	256		256	
Итого ауд.	4	4	4	4
Контактная работа	4	4	4	4
Сам. работа	320	320	320	320
Итого	324	324	324	324

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Цель данной практики - научиться применять полученные в ходе изучения дисциплин общепрофессионального и профессионального циклов теоретические знания при выполнении конкретных практических профессиональных заданий, сформировать необходимые для проектирования профессионального будущего приемы самоорганизации, освоить навыки, значимые для подготовки новостных и аналитических материалов, включая умение соблюдать языковые, этические и правовые нормы; научить учитывать жанровую и стилевую специфику медиатекстов, специфику работы в мультимедийной среде, развить способность реагировать на изменения в условиях работы, осваивать новые технологии в сфере медиаиндустрии и учитывать формат конкретного СМИ.
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б2.В.02
--------------------	---------

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**ПК-1: Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий****Знать:**

основы организации рекламной деятельности в СМИ

методику реализации рекламных кампаний в СМИ

функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе

Уметь:

организовывать работу отдела по рекламе в СМИ

осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии

планировать и осуществлять коммуникационные кампании, проекты и мероприятия

Владеть:

навыками управленческой деятельности в профессиональной сфере

методикой планирования рекламных кампаний

навыками по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры

ПК-2 : Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта**Знать:**

специфику каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта

специфики разных типов СМИ и других медиа

инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде

Уметь:

создавать рекламные тексты с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта

создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью

создавать основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании

Владеть:

навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта

навыками создания информационных поводов для кампаний и проектов

инструментами трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде

ПК-3: Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта**Знать:**

основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта

систему организации маркетинговых исследований

как осуществлять маркетинговые коммуникации

Уметь:

применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

разрабатывать коммуникационные кампании

осуществлять мониторинг обратной связи с разными целевыми группами

Владеть:

технологиями и методиками маркетинговых коммуникаций

- маркетинговыми инструментами при производстве рекламного продукта
методами мониторинга обратной связи с разными целевыми группами

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования
"Курский государственный университет"

Кафедра теории и практики журналистской работы

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания
Ученого совета от 29.04.2019 г., №9

Рабочая программа дисциплины
ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА
преддипломная практика

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 9 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:

зачет(ы) с оценкой 8

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	8 (4.2)		Итого	
	9,7			
Неделя	9,7			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	4	4	4	4
В том числе в форме практ.подготовки	256		256	
Итого ауд.	4	4	4	4
Контактная работа	4	4	4	4
Сам. работа	320	320	320	320
Итого	324	324	324	324

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель проведения практики - проверить сформированность компетенций на практике

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП: Б2.В.02

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**УК-6: Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни****Знать:**

инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей

основные возможности и инструменты непрерывного образования (образования в течение всей жизни)

личностные возможности, временные перспективы развития деятельности и требования рынка труда

Уметь:

использовать инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей

определять задачи саморазвития и профессионального роста, распределять их на долго-, средне- и краткосрочные с обоснованием актуальности и определением необходимых ресурсов для их выполнения

использовать основные возможности и инструменты непрерывного образования для реализации собственных потребностей

Владеть:

навыками выстраивания траектории саморазвития

инструментами и методами управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей

инструментами непрерывного образования

ПК-2 : Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта**Знать:**

специфику каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта

специфики разных типов СМИ и других медиа

инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде

Уметь:

создавать рекламные тексты с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта

создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью

создавать основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании

Владеть:

навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта

навыками создания информационных поводов для кампаний и проектов

инструментами трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде