

Аннотация программы производственной практики
Б2.О.01.01 (П) Профессионально-творческая практика

Объем трудоемкости: 9 зач. ед.

Цели производственной практики (профессионально-творческой практики).

Целью производственной практики (профессионально-творческая практика) является закрепление и углубление теоретической подготовки обучающихся, приобретение ими практических навыков и компетенций, а также опыта самостоятельной профессиональной деятельности.

Задачи производственной практики (профессионально-творческой практики):

В задачи производственной практики (профессионально-творческая практика) входит закрепление теоретических знаний, полученных магистрантами в процессе обучения, приобретение практических навыков, необходимых для профессиональной деятельности в соответствии с требованиями к уровню подготовки

Место производственной практики (профессионально-творческой практики) в структуре ООП.

Тип практики: производственная практика (профессионально-творческая).

Способ проведения практики: стационарная, выездная.

Стационарной является практика, которая проводится в организации либо в профильной организации, расположенной на территории населенного пункта, в котором расположена организация.

Выездной является практика, которая проводится вне населенного пункта, в котором расположена организация.

Практика проводится в следующих формах: дискретно.

Производственная практика (профессионально-творческая практика) является обязательным этапом обучения магистранта по направлению 42.04.01 Реклама и связи с общественностью.

Производственная практика (профессионально-творческая практика) является обязательным видом учебной работы магистранта, входит в раздел Блок 2. «Практики».

Обучающийся должен обладать «входными» знаниями и умениями, приобретенными в результате освоения предшествующих частей основной образовательной программы по магистратуре.

Прохождение практики необходимо для дальнейшего освоения магистерской программы, в частности для написания магистерской диссертации.

Согласно учебному плану научно-исследовательская работа проводится на 1 курсе (1 семестр). Продолжительность практики – 6 недель.

Примерные места проведения производственной практики (профессионально-творческая практика) – ООО «ОК-пресс»

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

№ п.п.	Код компетенции	Содержание компетенции (или её части)	Планируемые результаты при прохождении практики (индикаторы достижения компетенции)
1.	ОПК-6	ОПК-6. Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ИОПК-6.1 Знает современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии ИОПК-6.2 Внедряет в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
2.	ПК-01	Способен к предметной реализации требований к художественно-техническому оформлению сетевого издания/сайта информационного агентства	ИПК-1.1 Знает требования к художественно-техническому оформлению сетевого издания/сайта информационного агентства ИПК-1.2 Владеет оформлением художественно-технического сетевого издания/сайта информационного агентства
3.	ПК-02	Способен к организации и контролю выпуска продукции сетевого издания/информационного агентства	ИПК-2.1 Знает процесс организации и контроля выпуска продукции сетевого издания/ информационного агентства ИПК-2.2 Демонстрирует способность к организации и контролю выпуска продукции сетевого издания/ информационного агентства

Структура и содержание производственной практики (профессионально-творческой практики)

№ п/п	Разделы (этапы) практики по видам учебной деятельности, включая самостоятельную работу	Содержание раздела	Бюджет времени, (недели, дни)
Подготовительный этап			
1.	Организационный этап	Подготовка проекта приказа о проведении практики. Проведение установочной конференции по прохождению практики: ознакомление магистрантов с программой практики, ее целями и задачами, распределение магистрантов по месту прохождения практик, проведение инструктажа по технике безопасности, пожарной безопасности, знакомство с правилами внутреннего распорядка.	1 день
Основной этап			
2.	Исследовательский этап	Исследовательский этап (Знакомство со структурой предприятия, проведение инструктажа по технике безопасности, по пожарной безопасности, знакомство с правилами внутреннего распорядка, должностными обязанностями сотрудника на предприятии, выполнение заданий наставника по практике, Участие в установочной конференции, инструктажа по технике безопасности, самостоятельной работы по поиску необходимой	1-5 неделя

		информации, работы на предприятии, написании дневника, отчета и его защиты, подготовки материалов (не менее 8 000 знаков)) и участия в отчетной конференции	
Завершающий этап			
3.	Заключительный этап	Подготовка отчета и дневника по практике, оформление отчетных материалов, заполнение оценочного листа наставником от предприятия, получение характеристики от руководителя предприятия.	6 неделя
4.	Итоговая аттестация	Проведение отчетной конференции по практике. Обсуждение материалов практики. Защита итогового отчета по практике. Оценка руководителем результатов практики.	1 день

Форма проведения аттестации по дисциплине: дифференцированный зачет

Основная литература:

1. Голубкова, Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Голубкова. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2025. – 363 с. – ISBN 978-5-534-04357-0. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/560298>.
2. Кирия, И. В. История и теория медиа: учебник для вузов : [16+] / И. В. Кирия, А. А. Новикова. – Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2020. – 424 с. : ил. – (Учебники Высшей школы экономики). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=471753> (дата обращения: 28.05.2021). – Библиогр.: с. 401-414. – ISBN 978-5-7598-2116-8. – Текст : электронный.
3. Кузьмина, О. Г. Бренд-менеджмент : учебное пособие / О.Г. Кузьмина. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2022. – 176 с. – DOI: <https://doi.org/10.12737/21301>. - ISBN 978-5-369-01614-5. – Текст : электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1856552> (дата обращения: 15.10.2022). – Режим доступа: по подписке.
4. Недыхалов Л.А., Николаева Ю.Е. Интегрированные маркетинговые коммуникации: современный подход: учебное пособие / Л.А. Недыхалов, Ю.Е. Николаева; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Кубанский государственный университет. – Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2023. – 235 с. – ISBN 978-5-8209-2248-0.
5. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации : реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф. И. Шарков. – 3-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2022. – 323 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684408>. – ISBN 978-5-394-04536-3.

Периодическая литература

1. Базы данных компании «Ист Вью» <http://dlib.eastview.com>
2. Электронная библиотека GREBENNIKON.RU <https://grebennikon.ru/>

Автор: доцент кафедры рекламы и связей с общественностью Ю.Е. Николаева