Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Северо-Осетинский государственный университет имени Коста Левановича Хетагурова»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

«Преддипломная практика»

Направление подготовки 42.03.01
Реклама и связи с общественностью

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

Форма обучения – очная

Год начала подготовки - 2026

Утверждена в составе ОПОП.

Владикавказ 2026

1. Трудоемкость практики.

Общая трудоемкость составляет 12 зачетных единиц (432 часов).

2. Цели и задачи практики.

Целью преддипломной практики является приобретение обучающимися опыта самостоятельной профессиональной деятельности, а так же закрепление накопленных в процессе обучения знаний, умений и практических навыков профессиональной деятельности, сбор материалов по теме выпускной квалификационной работы.

Задачами преддипломной практики являются:

– участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации;

– участие в формировании и поддержании корпоративной культуры;

– разработка, подготовка к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;

– сбор, обработка и систематизация практического материала для дальнейшего использования и написания выпускной квалификационной работы бакалавра.

3. Место практики в структуре ОПОП *бакалавриата.*

Преддипломная практика является составляющей учебного плана. Преддипломная практика входит в состав блока 2 «Практики» программы бакалавриата и относится к вариативной части программы подготовки и представляет собой вид работы, ориентированной на профессионально-практическую подготовку.

Преддипломная практика проводится для выполнения выпускной квалификационной работы и является обязательной. Прохождение преддипломной практики и полученные при этом компетенции необходимы для подготовки к итоговой аттестации и непосредственного использования в последующей профессионально-экономической деятельности.

Прохождение производственной практики базируется на знаниях, умениях и навыках, приобретенных студентами при изучении дисциплин учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью для решения задач профессиональной деятельности.

4. Требования к результатам прохождения практики (компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения практики).

В результате прохождения преддипломной практики обучающийся должен освоить:
Обобщенную трудовую функцию: Организация продвижения продукции СМИ
Трудовую функцию: Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ
Трудовые действия:
- Разработка концепции продвижения продукции СМИ, формирование коммуникационных целей и маркетинговых стратегий.
- Выбор маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя

необходимой информации.
- Разработка и обоснование проекта ценовой стратегии организации, включая предложения по ценам на продукцию СМИ.
- Разработка плана мероприятий по продвижению продукции СМИ.
- Согласование маркетинговой стратегии с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом.
- Формирование проекта бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции СМИ.
- Представление проектов управленческих решений по продвижению продукции СМИ руководству организации.

Трудовую функцию: Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ
Трудовые действия:
- Подготовка предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ.
- Поиск и отбор организаций, осуществляющих разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах.
- Составление и заключение договора на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах.
- Контроль выполнения договора на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для предвидения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах.
- Организация представления продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях.
- Организация проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия.

Трудовую функцию: Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ
Трудовые действия:
- Разработка системы показателей для оценки эффективности мероприятий по продвижению продукции СМИ
- Организация сбора информации об узнаваемости продвигаемой продукции СМИ, удовлетворенности потребителей, мнении потребителей о характеристиках продвигаемой продукции
- Поиск и отбор организаций, проводящих социологические опросы, заключение договоров на проведение социологических опросов
- Анализ эффективности продвижения продукции СМИ
- Разработка предложений по корректировке стратегий и программ продвижения продукции СМИ

Трудовую функцию: Организация маркетинговых исследований в области СМИ
Трудовые действия:
- Поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ.
- Поиск и отбор организаций, осуществляющих маркетинговые исследования, проводящих социологические опросы, предоставление информации и оказание иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ.

- Составление и заключение договоров на проведение маркетингового исследования, социологического опроса, о предоставлении информации или оказании иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ.
- Контроль выполнения договора, приемка результатов маркетингового исследования, социологического опроса, иных работ и услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ.
- Анализ на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ.
- Определение целевой аудитории потребителей продукции СМИ.

Процесс проведения государственной итоговой аттестации направлен на формирование следующих компетенций:

Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Категория (группа) универсальной компетенции	Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
Системное и критическое мышление	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Знает: -методы критического анализа и оценки современных научных достижений; методы критического анализа; основные принципы критического анализа.
		УК-1.2. Умеет: -получать новые знания на основе анализа, синтеза и др.; собирать данные по сложным научным проблемам, относящимся к профессиональной области; осуществлять поиск информации и решений на основе действий, эксперимента и опыта.
		УК-1.3. Имеет опыт исследования проблемы профессиональной деятельности с применением анализа; синтеза и других методов интеллектуальной деятельности; выявлением научных проблем и использованием адекватных методов для их решения; демонстрированием оценочных суждений в решении проблемных профессиональных ситуаций.
Разработка и реализация проектов	УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их	УК-2.1. Знает: - методы представления и описания результатов проектной деятельности; методы, критерии и параметры оценки результатов выполнения проекта; принципы, методы и требования, предъявляемые к проектной работе.
		УК-2.2. Умеет: - обосновывать практическую и

Категория (группа) универсальной компетенции	Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
	решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	теоретическую значимость полученных результатов; проверять и анализировать проектную документацию; прогнозировать развитие процессов в проектной профессиональной области; выдвигать инновационные идеи и нестандартные подходы к их реализации в целях реализации проекта; анализировать проектную документацию; рассчитывать качественные и количественные результаты, сроки выполнения проектной работы.
		УК-2.3. Владеет: управлением проектами в области спортивной журналистики; распределением заданий и побуждением других к достижению целей; участием в разработке задания проекта, разработкой программы реализации проекта в профессиональной области; организацией проведения профессионального обсуждения проекта, участием в ведении проектной документации; проектированием план-графика реализации проекта; определением требований к результатам реализации проекта, участием в научных дискуссиях и круглых столах.
Командная работа и лидерство	УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1. Знает: - проблемы подбора эффективной команды; основные условия эффективной командной работы; основы стратегического управления человеческими ресурсами, нормативные правовые акты, касающиеся организации и осуществления профессиональной деятельности; модели организационного поведения, факторы формирования организационных отношений; стратегии и принципы командной работы, основные характеристики организационного климата и взаимодействия людей в организации; методы интерпретации и представления результатов исследования.
		УК-3.2. Умеет: - определять стиль управления и эффективность руководства командой; вырабатывать командную стратегию; владеть

Категория (группа) универсальной компетенции	Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
		технологией реализации основных функций управления, анализировать интерпретировать результаты научного исследования в области управления человеческими ресурсами; применять принципы и методы организации командной деятельности; подбирать методы и методики исследования профессиональных практических задач; уметь анализировать и интерпретировать результаты научного исследования.
		УК-3.3. Имеет опыт организации и управления командным взаимодействием в решении поставленных целей; создания команды для выполнения практических задач; участия в разработке стратегии командной работы; составления деловых писем с целью организации и сопровождения командной работы; работы в команде; разработки программы эмпирического исследования профессиональных практических задач.
Коммуникация	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке РФ и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.1. Знает: - стиль делового общения на государственном языке РФ и иностранном языке в зависимости от цели и условий партнерства; адаптирует речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия; факторы улучшения коммуникации в организации, коммуникационные технологии в профессиональном взаимодействии; характеристики коммуникационных потоков; значение коммуникации в профессиональном взаимодействии; методы исследования коммуникативного потенциала личности; современные средства информационно-коммуникационных технологий.
		УК-4.2. Умеет: создавать на русском и иностранном языке письменные тексты научного и официально-делового стилей речи по профессиональным вопросам; исследовать прохождение информации по управленческим коммуникациям; определять внутренние

Категория (группа) универсальной компетенции	Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
		коммуникации в организации; производить редакторскую и корректорскую правку текстов научного и официально-делового стилей речи на русском и иностранном языке; владеть принципами формирования системы коммуникации; анализировать систему коммуникационных связей в организации.
		УК-4.3. Имеет опыт: - ведения деловой переписки на государственном языке РФ и иностранном языке с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем и социокультурных различий в формате корреспонденции; представления планов и результатов собственной и командной деятельности с использованием коммуникативных технологий; владеет технологией построения эффективной коммуникации в организации; передачей профессиональной информации в информационно-телекоммуникационных сетях; использованием современных средств информационно-коммуникационных технологий.
Межкультурное взаимодействие	УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1. Знает: - социально-исторические основы социального взаимодействия; направленного на решение профессиональных задач; основные принципы организации деловых контактов; методы подготовки к переговорам, национальные, этнокультурные и конфессиональные особенности и народные традиции населения; основные концепции взаимодействия людей в организации, особенности взаимодействия.
		УК-5.2. Умеет: - грамотно, доступно излагать профессиональную информацию в процессе межкультурного взаимодействия; соблюдать этические нормы человека; анализировать особенности социального взаимодействия с

Категория (группа) универсальной компетенции	Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
		учетом национальных, этнокультурных, конфессиональных особенностей; формировать и аргументировано отстаивать собственную позицию по различным проблемам истории; - соотносить общие исторические процессы и отдельные факты, выявлять существенные черты исторических процессов, явлений и событий; - осознавать себя как активного участника исторического процесса, как преемственную и неотъемлемую часть своего народа, динамично развивающейся исторической и культурной общности.
		УК-5.3. Имеет опыт: - анализа исторических и философских источников, политических программ, общественных процессов; организации продуктивного взаимодействия в профессиональной среде с учетом национальных, этнокультурных, конфессиональных особенностей; преодоления коммуникативных, образовательных и других барьеров в процессе межкультурного взаимодействия
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1. Знает: - основные закономерности возрастного развития, стадии и кризисы развития; - основы социализации личности; инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей; принципы образования в течение всей жизни
		УК-6.2. Умеет: - определять свои ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные, временные и др.) для успешного выполнения порученной работы; - разрабатывать (осваивать) и применять современные психолого-педагогические технологии, основанные на знании законов развития личности и поведения в реальной и виртуальной среде
		УК-6.3. Имеет опыт использования основных

Категория (группа) универсальной компетенции	Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
		возможностей и инструментов непрерывного образования (образования в течение всей жизни) для реализации собственных потребностей с учетом личностных возможностей, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда.
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	УК-7.1. Знает: - значение физической культуры как фактора развития человеческого капитала, основной составляющей здорового образа жизни; выбирает здоровьесберегающие технологии для поддержания здорового образа жизни с учетом физиологических особенностей организма.
		УК-7.2. Умеет: - самостоятельно оценивать уровень физической подготовленности; планировать свое рабочее и свободное время для оптимального сочетания физической умственной нагрузки и обеспечения работоспособности.
		УК-7.3. Имеет опыт: соблюдения и пропаганды норм здорового образа жизни в различных жизненных ситуациях и в профессиональной деятельности.
Безопасность жизнедеятельности	УК-8. Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций	УК-8.1. Знает: - терминологию, предмет безопасности жизнедеятельности личности, общества и государства, источники, причины их возникновения, детерминизм опасностей; - методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций; - сущность и содержание чрезвычайных ситуаций, их классификацию, поражающие факторы чрезвычайных ситуаций; - основные методы защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий и способы применения современных средств поражения, основные меры по ликвидации их последствий; - технику безопасности и правила пожарной

Категория (группа) универсальной компетенции	Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
		безопасности при проведении физкультурно-спортивных мероприятий с учетом действующих норм и правил безопасности для участников, зрителей и обслуживающего персонала
		УК-8.2. Умеет: - разрабатывать алгоритм безопасного поведения при опасных ситуациях природного, техногенного и пр. характера; - организовывать защитные мероприятия на объектах при возникновении чрезвычайных ситуаций; выявлять проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте.
		УК-8.3. Имеет опыт: - использования основных средств индивидуальной и коллективной защиты для сохранения жизни и здоровья граждан; - планирования обеспечения безопасности в конкретных техногенных авариях и чрезвычайных ситуациях; - оказания первой помощи пострадавшим, в условиях опасных и чрезвычайных ситуаций; -

Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Категория (группы)	**Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции**	**Код и наименование общепрофессиональных компетенций**
Продукт профессиональной деятельности	ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или)	ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

	коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностям иных знаковых	
Общество и государство	ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при со-здании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.
Культура	ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса ОПК-3.2. Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
Аудитория	ОПК-4. Способен отвечать на	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп

	запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продукто
Медиакоммуникационная система	ОПК-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	ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
Технологии	ОПК-6. Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение ОПК-6.2. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах 21 создания текстов рекламы и связей с общественностью и или) иных коммуникационных продуктов
Эффекты	ОПК-7. Способен учитывать	ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности

	эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом

Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Задача ПД	Объект или область знания	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание: (ПС, анализ опыта)
Тип задач профессиональной деятельности: организационный				
Организация процесса создания коммуникационного продукта	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/груп	ПК-5. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-5.1. 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 ПК-5.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в	06.009. Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 06.013 Специалист по информационнымресурсам

	пам общественности		рамках реализации коммуникационной стратегии ПК-5.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	
Тип задач профессиональной деятельности: авторский				
Осуществление авторской деятельности по созданию текста рекламы / связей с общественностью и и(или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.	ПК-6. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-6.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ПК-6.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта ПК-6.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR кампании ПК-6.4.	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 06.013 Специалист по информационным ресурсам

			Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде	
Тип задач профессиональной деятельности: технологический				
Участие в производственном процессе выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных и коммуникационных технологий	текст рекламы и связей с общественностью и (или) продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности	ПК-1. Способен применять в медиапланирования в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	ПК-1.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и и медиапланирования в онлайн среде ПК-1.2. При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде ПК-1.3. Применяет основнеы технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами ПК-1.4. Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 06.013 Специалист по информационным ресурсам

			коммуникаций ПК-1.5. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	
Тип задач профессиональной деятельности: социально-просветительский				
Продвижение социально значимых ценностей с помощью коммуникационного продукта	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности	ПК-2. Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	ПК-2.1. Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы ПК-2.2. При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средствмассовойинформации 06.013 Специалист по информационным ресурсам
Тип задач профессиональной деятельности: редакторский				
Осуществление редакторской деятельности в	текст рекламы и связей с общественностью и (или)	ПК-3. Способен осуществлять редакторскую деятельность	ПК-3.1. Осуществляет редактирование текстов рекламы и связей с	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой

соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных каналов коммуникации	иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.	в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа	общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта ПК-3.2. Контролирует соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала	информации 06.013 Специалист по информационным ресурсам
Тип задач профессиональной деятельности: проектный				
Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.	ПК-4. Способен создавать рекламные, PR, коммуникационный продукт разных форматов и жанров для разных каналов коммуникации с учетом их специфики и накопленного профессионального опыта	ПК-4.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью ПК-4.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью ПК-4.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PRкампании при создании коммуникационного продукта	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 06.013 Специалист по информационным ресурсам

В результате освоения практики обучающийся должен:

Знать:

– организацию системы сбыта и товародвижения;

– планирование оптовых и розничных продаж;

– технологии бренд-менеджмента;

– технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний;

– технологии оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов;

– понятия информационного пространства, информационных ресурсов, цифровых коммуникаций;

– основные принципы управления информационными ресурсами;

– общая характеристика и классификация современных программных средств;

– методы оценки позиции интернетсайта в поисковых системах;

– принципы построения и оценки обратной связи с потребителями продукции СМИ;

– нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность в области оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ;

– основные принципы организации и реализации коммуникационных кампаний;

– основные принципы организации рекламной кампании;

– методы оценки эффективности рекламных кампаний;

– маркетинговые технологии; – основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации;

– нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность в области маркетинговых исследований;

Уметь:

– использовать современные интернеттехнологии и специализированные программные продукты;

– интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций;

– управлять информационными ресурсами и цифровыми коммуникациями;

– определять информационные потребности СМИ;

– применять информационные технологии обеспечения управления информационными ресурсами;

– формулировать наблюдаемые, измеримые и достоверные показатели, характеризующие продвижение продукции СМИ;

– использовать современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты;

– осуществлять выбор вида СМИ в зависимости от поставленной задачи;

– оценивать эффективность готовых медиапланов рекламы;

– разрабатывать рекламные кампании различных марок (брендов), фирм, товаров и услуг;

– использовать современные информационно-коммуникационные технологии;

– устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами);

– находить и анализировать необходимую информацию;

– выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ.

Владеть:

– навыками разработки концептуальных и стратегических документов в области маркетинга;

– навыками планирования мероприятий по продвижению продукции и планирования расходов на их проведение;

– навыками работы в информационной среде интернет;

– методикой регулирования информационной деятельности в соответствии с законодательной базой;

– навыки применения количественных и качественных методов анализа оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ;

– навыки анализа результатов продвижения продукции СМИ на основе полученных данных;

– навыками определения существенных характеристик целевой аудитории потребителей продукции СМИ;

– методикой ведения деловых переговоров;

– навыками составления аналитических отчетов;

– стратегиями и алгоритмами построения различных рекламных кампаний и кампаний по связям с общественностью;

– навыками проведения рекламных кампаний и кампаний по СО в различных сферах

5. Место и сроки проведения практики.

.

№ п/п	Наименование организации/учреждения/предприятия	Реквизиты договора	Срок действия договора
1.	ВГТРК ГТРК «Алания» 8 недель	договор №135 от 6.09.2019	от 26.07.2019 до 26.07.2024
2.	ГБУ «Редакция газеты «Слово» 8 недель	договор б/н от 20.03.2017	от 20.03.2017 по 20.03.2022
3.	ГАУ «Редакция газеты «Северная Осетия» 8 недель	договор б/н от 10.07.2019 по	от 10.07.2019 по 10.07.2024
4.	ГБУ «Редакция газеты «Рæстдзинад» 8 недель	договор б/н от от 10.07.2019 по	от 10.07.2019 по 10.07.2024

6. Структура и содержание практики.

№ п/п	Разделы (этапы) практика	Виды работы на практике, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость	Формы текущего контроля
1.	**I этап - подготовительный**	Составление краткого плана практики; уточнение требований к выпускной квалификационной работе.	Работа с руководителем практики - научным руководителем выпускной квалификационной работы.
2.	**II этап - прохождение практики**	Интенсивная работа над завершением ВКР (в зависимости от характера - исследовательская, профессионально-творческая): — систематизация и анализ	Обсуждение результатов с руководителем ВКР: оценка достаточности материала, являющегося основой работы (эмпирико-фактологического,

		исследовательской информации; — окончательная работа над журналистскими публикациями и другими медиатекста-ми/медиапродуктами, составляющими основу работы. — написание текста ВКР.	исследовательского, профессионально-творческого); — оценка степени готовности и качества подготовленного текста ВКР.
3.	**III этап - подведение итогов практики**	Написание краткого отчета по преддипломной практике,	Обсуждение с руководителем ВКР эффективности пройденной практики. По итогам практики выставляется зачет.

Примечания

– Преддипломная профессионально-творческая практика может проводиться дистанционно на основании локальных нормативных актов.

– В целях реализации индивидуального подхода к обучению студентов, осуществляющих учебный процесс по индивидуальной траектории в рамках индивидуального рабочего плана, преддипломная я практика может осуществляться через индивидуальные консультации преподавателя очно, в часы консультаций, по электронной почте, а также с использованием Webex, платформы дистанционного обучения Moodle, личный кабинет студента на сайте СОГУ, других элементов ЭИОС СОГУ.

7. Образовательные технологии

При подготовке ВКР используются различные исследовательские и профессионально-журналистские методы.

8. Учебно-методическое обеспечение организации и проведения практики.

Работа над ВКР при взаимодействии с ее руководителем.

9. Оценочные средства по итогам прохождения практики.

По результатам преддипломной практики на основе проделанной работы по подготовке текста ВКР, руководителем практики выставляется **зачет с оценкой**.

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

а) основная литература:

1. Бережная, М. А. Телевизионный журналист : Основы творческой деятельности : учебное пособие для студентов вузов / Бережная М. А. - Москва : Аспект Пресс, 2017. - 216 с. - ISBN 978-5-7567-0882-0. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756708820.html.
2. Бровченко, Г. Н. Телевизионная журналистика : учебное пособие для студентов вузов / Бровченко Г. Н. , Долгова Ю. И. , Перипечина Г. В. , Тихонова О. В. , под ред. Ю. И. Долговой, Г. В. Перипечиной. - Москва : Аспект Пресс, 2019. - 208 с. - ISBN 978-5-7567-1004-5. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756710045.html.
3. Муратов, С. А. Телевизионная журналистика. Телевидение в поисках телевидения : учебное пособие для вузов / С. А. Муратов. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 240 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06810-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/451993.
4. Муратов, С. А. Телевизионное общение в кадре и за кадром : учебник и практикум для вузов / С. А. Муратов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 188 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06803-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/451645.

б) дополнительная литература:

5. Кемарская, И. Н. Телевизионный редактор : учебное пособие для студентов вузов / И. Н. Кемарская. - Москва : Аспект Пресс, 2009. - 191 с. (Серия "Телевизионный мастер-класс".) - ISBN 978-5-7567-0356-6. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756703566.html.
6. Магронт, М. Новости как профессия : учебное пособие для студентов вузов / Мария Магронт. - Москва : Аспект Пресс, 2015. - 120 с. - ISBN 978-5-7567-0773-1. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756707731.html.
7. Мамчев, Г. В. Цифровое телевизионное вещание : учебное пособие для вузов / Мамчев Г. В. - Москва : Горячая линия - Телеком, 2014. - 448 с. - ISBN 978-5-9912-0400-2. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785991204002.html.

8. Познин, В. Ф. Техника и технология СМИ. Радио- и тележурналистика : учебник и практикум для вузов / В. Ф. Познин. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 362 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00656-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/449561.
9. Рохлин, А.М. История отечественного телевидения : учебное пособие : [16+] / А.М. Рохлин. – Москва : Аспект Пресс, 2008. – 128 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=458394 – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7567-0518-8. – Текст : электронный.
10. Ушанов, П. В. Реклама в телевизионной программе : учеб. пособие / П. В. Ушанов - Москва : ФЛИНТА, 2017. - 50 с. - ISBN 978-5-9765-1486-7. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785976514867.html.

в) программное обеспечение и интернет-ресурсы:

11. Windows 10 Enterprise – договор N 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016.

12. Антивирусное программное обеспечение Kasperksy Total Security - договор No17E0-180222-130819-587-185 от 26.02. 2018 до 14.03.2019.

13. Цвик В. Л. Телевизионная журналистика: История, теория, практика : Учебное пособие / В. Л. Цвик. — М.: Аспект Пресс, 2004. — 382 с. — ISBN 5-7567-0318-7. — Текст : электронный // АУП [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/449561

14. ЭБС «Университетская библиотека ONLINE» Договор № 75-06,19 от 8.07.2019 г. срок действия с 01.07.19 г. по31.12.2019 г. Договор №171-12,2019 от 10.02.2020 г. срок действия с 10.02.2020 г. по 31.12.2020 г.

15. Электронная библиотека диссертаций и авторефератов РГБ. Договор № 095/04/0130 от 01.07.2019. срок действия с 05.08.2019 по 05.11.2019. В связи с пандемией доступ продлен до 01.12.2020.

16. ЭБС «Научная электронная библиотека eLibrary.ru». Лицензионное соглашение № 5051 от 02.09.2009 г. (бессрочное)

17. ЭБС «Консультант студента» . Договор №145СЛ/02-2019 от 27.02.2019, срок действия с 01.03.2019 по 01.03.2020. Договор №208СЛ/01-2020 срок действия с 26.01.2020 по 26.02.2021.

18. База данных «ЭБС eLibrary». Договор № SU-20-12/2016-1 от 28.12.2016. Лицензионное соглашение № 4758 срок действия 29.12.2016 по 28.12.2026.

19. ЭБС «Юрайт» — образовательная среда, включающая виртуальный читальный зал учебников и учебных пособий от авторов из ведущих вузов России по всем направлениям и специальностям. Договор № 1ЭЮ от 27.02.2019, срок действия с 01.03.2019 по 01.03.2020.
    Договор №32008816384 срок действия с 01.03.2020 по 28.02 2021.

20. Электронно-библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека онлайн»: http://www.biblioclub.ru/

г) методические указания, разработанные составителем Рабочей программы.

1. **Материально-техническое обеспечение практики.**

Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также самостоятельной работы обучающихся:

ВГТРК ГТРК «Алания» договор №135 от 26.09.2019 до 26.09.2024

1. Творческая лаборатория «AlaniaLab».

2. Аппаратно-студийный комплекс (съемочный павильон, аппаратная режиссерская, аппаратная монтажа, аппаратная инжеста, ньюсрум, центральная аппаратная), компьютеры персональные, монтажная станция на базе ПК с процессором intel Core i7, рабочая станция инженера // HP 8300E SFF i53470,

программное обеспечение: сервера HP DL360 GEN8,
Windows 7 corporate 4шт
Windows 10 LTSC 1шт, пакет ADOBE CC 2019
Программный комплекс "DALET", Windows 7 corporate
Программный комплекс "DALET", Windows server 2008

3. ГБУ «Редакция газеты «Слово» договор б/н от 20.03.2017 по 20.03.2022

Редакция газеты «Слово». Пресс-центр газеты «Слово» Фотоаппарат Sony CX 6500, штатив для фотоаппарата, рекордер ZOOM H6, петлички Samanic, монтажный компьютер
Программное обеспечение: Контур Экстерн,
Антивирус Norton

11. Лист обновления/актуализации

Программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры от 31 августа 2023 г., протокол № 1.

Программа одобрена на заседании совета факультета от 31 августа 2023 г., протокол № 1.