

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
42.04.01/33.03

Перечень сведений о рабочей программе практик	Учетные данные
Образовательная программа 1. PR и реклама в интернет-маркетинге	Код ОП 1. 42.04.01/33.03
Направление подготовки 1. Реклама и связи с общественностью	Код направления и уровня подготовки 1. 42.04.01

Программа практик составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Кульпин Сергей Владимирович	кандидат экономических наук, доцент	Доцент	интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга

Согласовано:

Управление образовательных программ

Р.Х. Токарева

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРАКТИК

1.1. Аннотация программы практик

Целью модуля практика является знакомство магистрантов с основными принципами деятельности в профессиональной сфере. Практика проходит на базе предприятий-партнеров программы или в подразделения университета, связанных с коммуникационной деятельностью. Профессионально-творческая практика нацелена на формирование творческого подхода к решению производственных задач профессиональной деятельности. Научно-исследовательская практика сосредоточена на развитии профессиональных компетенций студента с помощью проведения комплекса практических и научно-исследовательских работ. Научно-исследовательская работа связана с дальнейшим развитием теоретической модели диссертационного исследования, операционализацией основных понятий, сбором, обработкой и анализом эмпирического материала для магистерской диссертации.

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, научно-исследовательская	4	6
1.2	Производственная практика, научно-исследовательская работа	6	9
1.3	Производственная практика, профессионально-творческая	4	6
	Итого:	14	21

1.3. Базы практик, форма проведения практик

Таблица 2.

42.04.01/33.03 PR и реклама в интернет-маркетинге

№ п/п	Виды и типы практик	Форма проведения практики	Базы практики
1.	Производственная практика		
1.1	Производственная практика, научно-исследовательская	Путем чередования, дискретно	Практика проводится в структурных подразделениях университета.

1.2	Производственная практика, научно-исследовательская работа	Путем чередования, дискретно	Практика проводится на основе договора(ов) в организации(ях), осуществляющей(щих) деятельность по профилю образовательной программы. Практика проводится в структурных подразделениях университета.
1.3	Производственная практика, профессионально-творческая	Путем чередования, дискретно	Практика проводится на основе договора(ов) в организации(ях), осуществляющей(щих) деятельность по профилю образовательной программы. Практика проводится в структурных подразделениях университета.

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.

42.04.01/33.03 PR и реклама в интернет-маркетинге

№ п/п	Виды и типы практик	Компетенции
1.	Производственная практика	
1.1	Производственная практика, научно-исследовательская	ОПК-3 Способен планировать и проводить фундаментальные или прикладные исследования, в том числе в междисциплинарных областях, самостоятельно формулировать научные гипотезы,

		<p>проверять их достоверность и представлять результаты исследований в виде аналитических отчетов, научных статей, докладов и тезисов на конференциях, научных симпозиумах, семинарах, круглых столах</p> <p>ПК-7 Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности</p> <p>ПК-9 Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность любого характера и уровня сложности с учетом специфики профессиональной сферы</p> <p>ПК-12 Способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью</p>
1.2	Производственная практика, научно-исследовательская работа	<p>ОПК-1 Способен применять фундаментальные знания (на продвинутом уровне) при решении теоретических, практических или исследовательских задач</p> <p>ОПК-2 Способен объяснять, прогнозировать явления и процессы, выявлять значимые проблемы и выработать пути их решения на основе анализа и оценки профессиональной информации, научных теорий и концепций</p> <p>ОПК-4 Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в профессиональной сфере и смежных областях</p> <p>ПК-2 Способен анализировать основные 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 анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p> <p>ПК-4 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты, и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты</p> <p>ПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p>

1.3	Производственная практика, профессионально-творческая	<p>ОПК-5 Способен к разработке, внедрению, контролю, оценке и корректировке методов и приемов осуществления профессиональной деятельности</p> <p>ПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; отслеживать и учитывать изменение норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем</p> <p>ПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии</p> <p>ПК-8 Способен осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого характера и уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта</p> <p>ПК-10 Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>ПК-11 Способен применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций</p>
-----	---	---

2. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИК

Таблица 4.

42.04.01/33.03 PR и реклама в интернет-маркетинге

№ 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, научно-исследовательская	<p>Авторский</p> <p>Проектно-аналитический, научно-исследовательский</p>

1.2	Производственная практика, научно-исследовательская работа	Авторский Проектно-аналитический, научно-исследовательский
1.3	Производственная практика, профессионально-творческая	Авторский Организационно-управленческий Проектно-аналитический, организационно-управленческий, производственно-технологический

3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИК

42.04.01/33.03 PR и реклама в интернет-маркетинге

Электронные ресурсы (издания)

Производственная практика

1. Кульпин, С. В., Попов, Е. В.; Структура и содержание интернет-маркетинга : учебное пособие.; Издательство Уральского университета, Екатеринбург; 2020; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=699056> (Электронное издание)
2. Кульпин, С. В.; Создание интернет-товара : учебное пособие.; Издательство Уральского университета, Екатеринбург; 2019; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=697287> (Электронное издание)
3. Акулич, М. В.; Интернет-маркетинг : учебник.; Дашков и К°, Москва; 2021; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684274> (Электронное издание)
4. Катаев, А. В.; Интернет-маркетинг : учебное пособие.; Южный федеральный университет, Ростов-на-Дону, Таганрог; 2018; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=499687> (Электронное издание)
5. Котлер, Ф., Ф., Суханова, М.; Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер : практическое пособие.; Альпина Паблишер, Москва; 2016; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279742> (Электронное издание)

Печатные издания

Производственная практика

1. Кульпин, С. В., Попов, Е. В.; Структура и содержание интернет-маркетинга : учебное пособие.; Издательство Уральского университета, Екатеринбург; 2020 (84 экз.)

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

Производственная практика

1. Электронный научный архив УрФУ - <http://elar.urfu.ru/>
2. Справочно-библиографическая система - <http://search.ebscohost.com/>

3. Российская государственная библиотека (Москва) – РГБ <http://www.rsl.ru/>
4. Российская национальная библиотека (Санкт-Петербург) - <http://www.nlr.ru/>
5. Свердловская областная универсальная научная библиотека им. В.Г. Белинского http://book.uraic.ru/el_library

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. Научная электронная библиотека - <http://elibrary.ru/>

4. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИК

Таблица 5

42.04.01/33.03 PR и реклама в интернет-маркетинге

№ 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 Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Персональные компьютеры по количеству обучающихся Подключение к сети Интернет	Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms P7-Офис Профессиональный (Десктопная версия)