

АННОТАЦИЯ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

«Производственная практика: преддипломная практика»
для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Целью преддипломной практики является:

- закрепление и углубление теоретических знаний, полученных студентами при изучении специальных дисциплин;
- углубление практических умений и навыков по профессиональной деятельности по специальности «Реклама и связи с общественностью»
- приобретение опыта работы на должностях в различных организациях в целях приобретения навыков самостоятельной работы по решению стоящих перед ними задач;
- развитие навыков оказания рекламных и PR-услуг и проведение рекламных и PR-кампаний и мероприятий;
- изучение опыта по избранной специальности;
- овладение методами аналитической и самостоятельной научно-исследовательской работы в сфере исследований потребителей, рынка, товаров и услуг общественного мнения;
- разработка методологического раздела программы исследования как составной части плана выпускной квалификационной работы.

Задачи практики:

- изучение конкретной организации (предприятия) как самостоятельного субъекта хозяйственной деятельности и объектно-предметной области исследования;
- анализ литературы с целью сбора и обработки информации (для теоретической части дипломной работы), разработка программы и инструментария исследования (для эмпирической части);
- создание информационной базы по заявленной теме дипломного исследования (проектирования), первичный анализ данных, составление плана дипломной работы и выдвижение рабочих гипотез исследования.

Преддипломная практика проводится для выполнения выпускной квалификационной работы.

2. Место практики в структуре ОПОП

Преддипломная практика студентов является составной частью основной образовательной программы высшего профессионального образования по направлению 42.03.01. "Реклама и связи с общественностью" подготовки бакалавра и проводится в соответствии с утвержденными рабочими учебными планами и графиком учебного процесса в целях приобретения студентами навыков профессиональной работы, углубления и закрепления знаний и компетенций, полученных в процессе теоретического обучения.

Циклы (разделы) ОПОП, предметы, курсы, дисциплины на освоении которых базируется практика:

Иностранный язык, История России, Философия, Безопасность жизнедеятельности, Основы российской государственности, Физическая культура и спорт, Основы проектного управления, Основы предпринимательского права, Социальное предпринимательство, Психология и педагогика, Русский язык и культура речи, Основы научных исследований, Демография и социальная статистика, Социальные институты и процессы,

Управление конфликтами в рекламе и связях с общественностью, Введения в медиаисследования и медиаизмерения, Основы речевой коммуникации в СМИ, Современные медиакоммуникации, Основы социального государства, Социальная психология, Межкультурные коммуникации, Методика изучения исторической информации, Основы теории коммуникации, Методы исследования визуальной коммуникации, Современная массовая культура и медиа, Основы продвижения коммуникационных продуктов Социология массовых коммуникаций, Психология массовых коммуникаций, Теория и практика массовой информации, Основы маркетинга, Основы менеджмента, Технологии деловой коммуникации в рекламе и связях с общественностью, Маркетинговые исследования и ситуационный анализ, Организация работы отдела рекламы и связей с общественностью, Основы интегрированных коммуникаций, Коммуникации в политических процессах и институтах Основы брендинга, Правовое регулирование рекламы и связей с общественностью, Профессиональная этика специалиста по рекламе и связям с общественностью, Планирование рекламных кампаний, Планирование PR-кампаний, Технологии имиджмейкинга, Речевые коммуникации в рекламе и связях с общественностью, Работа с рекламными и PR-текстами, Цифровой маркетинг, Поведение потребителей, Основы теории и практики рекламы, основы теории и практики связей с общественностью, Консалтинг в рекламе и связях с общественностью, Организация рекламных и PR-мероприятий, Продвижение СМИ, Управление информацией (контентом) Интернет-ресурсов, Работа с клиентами в рекламе и связях с общественностью, Современная пресс-служба, Технологии производства рекламного продукта, Креативные технологии в рекламе, Дизайн в рекламе, Конструирование рекламы, Внутрифирменные коммуникации, Коммуникационный менеджмент, Связи с общественностью и реклама в некоммерческих организациях, PR в сфере культуры, Реклама и связи с общественностью в государственных учреждениях, Управление общественным мнением, , Интернациональная и национальная реклама, Планирование антикризисных коммуникаций, проектная деятельность, профессионально-ознакомительная практика, профессионально-творческая практика, научно-исследовательская работа.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
УК1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Знать - Знать принципы сбора, отбора и обобщения информации, извлекаемой из различных источников, специфику системного подхода для решения исследовательских и практических задач Уметь: применять основы поиска, критического анализа и синтеза информации, системного подхода для решения поставленных задач Владеть: навыками применения основ поиска, критического анализа и синтеза информации, системного подхода для решения поставленных задач

<p>УК2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</p>	<p>Знать: базовые экономические понятия, объективные основы функционирования экономики и поведения экономических агентов ; понятия и факторы экономического роста, систему отечественного законодательства; основные положения основных нормативно-правовых документов;.</p> <p>Уметь: оперативно находить нужную информацию в нормативно-правовых актах, грамотно её использовать; принимать адекватные решения при возникновении критических, спорных ситуаций, анализировать финансовую и экономическую информацию, необходимую для принятия обоснованных решений в профессиональной сфере,</p> <p>Владеть: методами планирования профессиональной деятельности, использования экономических знаний в профессиональной практике, навыками применения правовых знаний в текущей профессиональной деятельности</p>
<p>УК3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде</p>	<p>Знать: принципы распределения функциональных обязанностей в отделах рекламы и PR</p> <p>Уметь: Формировать систему задач и планов в процессе осуществления профессиональной деятельности</p> <p>Владеть навыками коллективной работы в процессе решения профессиональных задач</p>
<p>УК4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)</p>	<p>Знать: нормы словоупотребления; нормы русской грамматики, орфографические нормы современного языка; нормы пунктуации, разнообразные языковые средства для обеспечения логической связности письменного и устного текста.</p> <p>Уметь: создавать устные и письменные речевые произведения научных деловых жанров с учетом целей, задач, условий общения,</p> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - различными формами, видами устной и письменной коммуникации в учебной и профессиональной деятельности; - технологиями самостоятельной подготовки текстов различной жанрово-стилистической принадлежности - культурой речи; - иностранным языком на уровне контакта с носителями языка с целью быть понятным по широкому кругу жизненных и профессиональных вопросов.
<p>УК5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие обществ социально-историческом, этическом и философском контекстах</p>	<p>Знать: Основы историко-культурного развития; всемирную и отечественную историю и культуру; особенности национальных традиций,</p> <p>Уметь: определять ценность того или иного исторического или культурного факта, явления; уметь соотносить факты и явления с исторической эпохой, принадлежностью к культурной традиции; проявлять и транслировать уважительное и бережное отношение к историческому наследию и культурным традициям; анализировать многообразие культур и цивилизаций; оценивать роль цивилизаций в их взаимодействии.</p> <p>Владеть: навыками бережного отношения к культурному наследию и человеку; информацией о движущих силах исторического процесса; приемами анализа сложных социальных проблем в контексте событий мировой истории.</p>

<p>К6 Способен управлять своим временем, выстраивать реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</p>	<p>Знать: основы работы с информацией, приемы личностного роста и способы самоорганизации и самообразования Уметь: критически оценивать накопленный опыт, систематизировать и анализировать профессиональную и социальную информацию Владеть: навыками эффективной организации своей деятельности по выполнению поставленных руководством задач</p>
<p>ОПК1 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>Знает: основные виды и типы ПР-текстов, особенности рекламных текстов на различных носителях и специфику использования различных жанров в рекламных текстах; строение рекламного текста, его компоненты и этапы разработки Умеет: составлять и редактировать рекламные и ПР-тексты с учетом полученных в рамках освоения дисциплины знаний и изученных примеров навыков в области копирайтинга; составлять рекламные тексты для различных носителей, в частности тексты радио-рекламы, наружной рекламы и пр.; Владеет навыками составления основных видов ПР-текстов</p>
<p>ОПК2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p>	<p>Знать: систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития Уметь учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов. Владеть навыками создания коммуникационных продуктов, учитывая основные тенденции развития общественных и государственных институтов</p>
<p>ОПК3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p>	<p>Знать: процесс историко-культурного развития человека и человечества; всемирную и отечественную историю и культуру; особенности национальных традиций, место человека в историческом процессе; политическую организацию общества. Уметь: определять ценность того или иного исторического или культурного факта или явления; уметь соотносить факты и явления с исторической эпохой и принадлежностью к культурной традиции. Владеть: навыками анализа для определения места профессиональной деятельности в культурно-исторической парадигме; навыками бережного отношения к культурному наследию и человеку; информацией о движущих силах исторического процесса; приемами анализа сложных социальных проблем в контексте событий мировой истории и современного социума.</p>
<p>ОПК4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности</p>	<p>Знать: основные направления разработки коммуникационных кампаний Уметь выявлять новые сферы деятельности и разрабатывать стратегические планы коммуникационных кампаний Владеть навыками анализа проблемных ситуаций при планировании коммуникационных кампаний</p>

<p>ОПК5 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>Знать: основные профессиональные понятия организации коммуникационной кампании; технологии подготовки и проведения специальных мероприятий Уметь: анализировать особенности функционирования коммуникационной кампании; Владеть методикой разработки планов различных мероприятий, выстраивать коммуникацию с различными типами аудиторий.</p>
<p>ОПК6 Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии</p>	<p>Знать: основные методы, способы и средства получения, хранения, переработки информации; понятие коммерческой тайны; Уметь использовать возможности Интернет для целей рекламы и связей с общественностью, анализировать их для наиболее оптимального использования; выявлять опасности и угрозы, возникающие при распространении информации владеть: навыками работы с информацией и компьютером, навыками информационной безопасности, навыками оформления и представления результатов деятельности в виде презентаций, отчетных материалов</p>
<p>ОПК7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности</p>	<p>Знать: Деловую этику и принятые профсообществом этические нормы профессии Уметь: Ориентироваться в основных принципах этики деловых отношений Владеть: Способностью к рефлексии и передаче собственного профессионального опыта</p>
<p>ПК-1 Способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации</p>	<p>Знать: технологию создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации Уметь: проводить мероприятия по повышению и продвижению медиа-имиджа организации, ее руководителя, оценивать эффективность связей с общественностью в данном процессе; Владеть: основными методами конструирования медиа-имиджа организации и ее руководителя;</p>
<p>ПК2 Способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении кампаний и мероприятий по продвижению продуктов</p>	<p>Знать: особенности технических средств массовой коммуникации; основные положения теории и практики массовой информации, принципы и правила создания рекламы и принципы работы в сфере связей с общественностью, закономерности функционирования отдела по связям с общественностью, понятия и категории имиджа, подходы к его формированию Уметь: учитывать результатов исследований в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий, создать рекламу и наладить работу отдела по связям с общественностью, выявлять и оценивать имидж личности и организации, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью, разрабатывать рекомендации по улучшению имиджа, принимать участие в работе рекламных и PR-</p>

	<p>служб, осуществлять оперативное планирование и контроль за рекламной и PR-деятельностью</p> <p>Владеть: способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований, приемами создания рекламы и рг-материалов, навыками формирования имиджа: личности, организации, навыками продвижения товара и услуг организации</p>
ПК3 Способен организовывать продвижение продукции СМИ	<p>Знать: особенности и инструменты организации продвижения продукции СМИ</p> <p>Уметь: разрабатывать программу продвижения продукции СМИ, оценивать его экономическую, эффективность.</p> <p>Владеть: навыками разработки программы продвижения продукции СМИ</p>
ПК4 Способен организовывать и осуществлять работу по созданию и редактированию контента	<p>Знать: Технологиях контент-менеджмента и контент-маркетинга, аудита сайта и мониторинга социальных сетей</p> <p>Уметь: организовать работы по наполнению сайта текстовым и графическим контентом, собирать информацию из разных источников, систематизировать и излагать ее, писать, обрабатывать и перерабатывать тексты в различных стилях, создавать уникальный и разнообразный контент (текст, фото, видео)</p> <p>Владеть: навыками разработке и создания качественного информационного контента, технологиями аудита сайта, анализа информационных потребностей посетителей сайта.</p>
ПК5- Способен владеть навыками подготовки аналитических справок, обзоров и прогнозов	<p>знать: формы представления результатов анализа;</p> <p>уметь: ставить задачи для теоретического и практического анализа; содержательно и лаконично излагать полученные результаты и правильно оформлять их;</p> <p>владеть: навыками проведения конкретных аналитических исследований; навыками грамотного изложения результатов собственных научных исследований (справки, обзоры, прогнозы).</p>
ПК6 Способен применять исследовательские инструменты при проведении маркетинговых и социологических исследований в профессиональной деятельности	<p>Знать: современные требования, предъявляемые к проведению маркетинговых и социологических исследований;</p> <p>Уметь: использовать современные технологии проведения маркетинговых и социологических исследований;</p> <p>Владеть: навыками проведения маркетинговых и социологических исследований.</p>

4. Общая трудоемкость практика

Общая трудоемкость практика: 6 зачетных единиц

5. Образовательные технологии

В ходе практики используются следующие образовательные технологии:

- проведение групповых дискуссий,
- выполнение практических заданий.

При организации самостоятельной работы занятий используются следующие образовательные технологии:

- работа с текстами: учебниками, дополнительной литературой, а также проработка конспектов лекций;
- подготовка к выступлению на групповых дискуссиях;
- подготовка к итоговой аттестации по практике.

6. Контроль успеваемости

Аттестация по итогам практики проводится в форме защиты практики: на основании дневника практики, отчета студента о прохождении практики и выполнении плана практики. Выставляется дифференцированный зачет. Дифференцированный зачет проводится на основе контроля выполнения индивидуальных заданий путем наблюдения за деятельностью обучающегося в период прохождения практики, анализа документов, подтверждающих выполнение им всех заданий в соответствии с ПП, оценивая сформированность всех компетенций по данному виду практики, используя ФОС по практике.