

## **АННОТАЦИЯ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ**

«Производственная практика: научно-исследовательская работа»  
для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

### **1. Цели и задачи освоения дисциплины**

Целью производственной практики являются:

овладение методами аналитической и самостоятельной научно-исследовательской работы в сфере исследований потребителей, рынка, товаров и услуг.

Задачи практики:

а) изучить:

литературные источники по разрабатываемой теме с целью их использования при выполнении индивидуального задания полученного от руководителя НИР;

методы организации и подготовки научно-исследовательских работ, методы сбора эмпирических данных;

методы обработки и анализа эмпирических данных, относящиеся к профессиональной сфере;

порядок внедрения результатов научных исследований и разработок;

б) выполнить:

анализ, систематизацию и обобщение информации по теме исследований; теоретическое или практическое исследование в рамках поставленных задач; анализ научной и практической значимости проводимых исследований;

в) приобрести навыки:

формулирования целей и задач научного исследования; выбора и обоснования методики исследования;

организации и менеджмента проводимых научно-исследовательских работ;

оформления результатов научных исследований (оформление отчёта, написание научных статей, тезисов докладов).

### **2. Место практики в структуре ОПОП**

Производственная практика студентов является составной частью основной образовательной программы высшего профессионального образования по направлению

"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. Производственная практика – научно-исследовательская работа проводится в 5- 6 семестрах (рассредоточенно)

Циклы (разделы) ОПОП, предметы, курсы, дисциплины на освоении которых базируется практика: Русский язык и культура речи Иностранный язык Межкультурные коммуникации Философия Психология, педагогика, Технологии деловой коммуникации в рекламе и связях с общественностью Современные медиакоммуникации Основы маркетинга Введение в медиаисследования и медиаизмерения Работа с рекламными и PR-текстами Речевые коммуникации в рекламе и связях с общественностью Психология массовых коммуникаций Социология массовых коммуникаций Маркетинговые исследования и ситуационный анализ Планирование PR-кампаний Технологии имиджмейкинга Профессионально ознакомительная учебная практика Учебная практика - Проектная деятельность

**Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей:**

Социология массовых коммуникаций Демография и социальная статистика Реклама и связи с общественностью в государственных учреждениях Социальные институты и процессы Планирование рекламных кампаний Поведение потребителей Основы брендинга Исследования визуальных коммуникаций в масс-медиа Основы интегрированных коммуникаций Консалтинг в рекламе и связях с общественностью Профессиональный электив. UX-исследования и управление пользовательским опытом Профессионально-творческая производственная практика Преддипломная практика ГИА

### 3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
УК-1Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	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 навыками применения основ поиска, критического анализа и синтеза информации, системного подхода для решения поставленных задач
УК-4Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	Знать нормы устной и письменной речи, основы выстраивания логически правильных рассуждений, правила оформления научных текстов, способы аргументации; принципы языкового оформления, официально-деловых текстов в сфере профессиональной деятельности; правила делового этикета; Уметь логически верно, аргументировано, ясно строить устную и письменную речь, научный текст; составить текст публичного выступления и произнести его, аргументировано и доказательно вести полемику; использовать возможности официально-делового стиля в процессе составления и редактирования документов в профессиональной деятельности Владеть навыками использования и составления документов в профессиональной деятельности с учетом требований делового этикета,
ОПК-4Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	Знать: возможности практического использования коммуникационных кампаний в различных сферах деятельности, знать методы организации и проведения опросов потребителей и общественного мнения Уметь анализировать возможные ситуации на рынке, моделируя ту или иную коммуникационную компанию, уметь осуществлять обработку и подготовку данных для анализа

	Владеть навыками анализа, планирования, реализации и мониторинга коммуникационной компании
ПК-5Способен владеть навыками подготовки аналитических справок, обзоров и прогнозов	Знать: виды и типовую структуру аналитических справок, обзоров и прогнозов Уметь пользоваться технологиями данной области знания, информационными технологиями для поиска, сбора, оформления и визуализации и презентации социологической и маркетинговой информации Владеть технологией разработки и составления отчетных документов в форме аналитических справок, обзоров и прогнозов
ПК-6Способен применять исследовательские инструменты при проведении маркетинговых и социологических исследований в профессиональной деятельности	Знать: особенности и виды маркетинговых и социологических исследований; методы их проведения Уметь выделять цель и проблему исследования, систематизировать и анализировать полученные результаты; учитывать результатов исследований в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью, Владеть способностью планирования исследований, навыками проведения маркетингового, социологического исследования; сбора и обработки информации; анализа при разработке и реализации коммуникационных кампаний

#### 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 всех заданий в соответствии с ПП, оценивая сформированность всех компетенций по данному виду практики, используя ФОС по практике.