

Аннотация
рабочей программы практики Б2.В.04(Пд) «Преддипломная практика для
выполнения выпускной квалификационной работы»
направления подготовки бакалавров 42.03.01 Реклама и связи с
общественностью
профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Цели практики – совершенствование навыков научно-исследовательской работы, оформление результатов; завершение выполнения выпускной квалификационной работы (ВКР).

Задачами практики являются:

- уточнение методологического аппарата ВКР;
- окончательное формулирование рабочей гипотезы исследования;
- подготовка и окончательная обработка материалов исследования;
- уточнение библиографического списка и его оформление по ГОСТу;
- посещение установочных занятий и консультаций научных руководителей;
- подготовка текста выступления, иллюстративного и раздаточного материала для защиты ВКР.

Основные этапы практики: подготовительный, основной, научно-исследовательский, заключительный.

Преддипломная практика входит в БЛОК 2 «Практики» вариативной части ОПОП.

В результате прохождения практики у обучающегося формируются следующие общекультурные (ОК), общепрофессиональные (ОПК) и профессиональные (ПК) компетенции, предусмотренные ФГОС ВО:

Общекультурные:

ОК-1 – способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции;

ОК-2 - способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции;

ОК-3 - способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности;

ОК-4 - способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности;

ОК-5 - способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;

ОК-6 - способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;

ОК-7 - способностью к самоорганизации и самообразованию;

ОК-8 - способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности;

ОК-9 - готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий.

Общепрофессиональные:

ОПК-1 - способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;

ОПК-2 - владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью;

ОПК-3 - обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга;

ОПК-4 – умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;

ОПК-5 – умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;

ОПК-6 - способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

Профессиональные:

ПК-1 - способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью;

ПК-2 - владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы;

ПК-3 - владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами;

ПК-8 - способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;

ПК-9 - способностью проводить маркетинговые исследования;

ПК-10 - способностью организовывать и проводить социологические исследования;

ПК-11 - способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов;

ПК-12 - способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;

ПК-13 - способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия;

ПК-14 - способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности;

ПК-15 - владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве;

ПК-16 - способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы.

В результате прохождения производственной практики обучающийся должен приобрести следующие практические навыки, умения:

знать: принципы создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечения внутренней и внешней коммуникации; принципы планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий; правила проведения маркетинговых исследований;

уметь: находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готов нести за них ответственность; под контролем планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия; под контролем использовать методики и техники проведения опросов общественного мнения и фокус-групп в рыночных исследованиях; обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы; проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий; навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве;

владеть: знаниями и навыками работы в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью,

центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах; базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, владеет навыками литературного редактирования, копирайтинга.

Преддипломная практика для выполнения выпускной квалификационной работы реализуется посредством ознакомления с нормативно-правовой базой и историческими и географическими справками, организационно-управленческой структурой базы практики, прохождения инструктажа по технике безопасности, изучения рабочих мест, правил внутреннего распорядка, изучения положений должностных инструкций, рабочих мест, выполнения функций менеджера по рекламе, изучения, обработки и систематизации научно-исследовательского материала согласно заданию, составления отчета о проделанной работе.

Общая трудоемкость практики составляет 648 часов, 18 зачетных единиц.

Вид промежуточной аттестации: зачет с оценкой.

Разработчик:
канд. экон. наук



Галинская Н.Н.

Зав. выпускающей кафедрой
направления



Кумпилова А.Р.