

Аннотация

рабочей программы практики Б2.В.02(П) Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности направления подготовки бакалавров 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Цели практики – закрепление и углубление теоретической подготовки, приобретение необходимых практических умений, навыков и компетенций в осуществлении профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, а также развитие и накопление практических знаний, полученных в период прохождения предыдущей практики.

Задачами производственной практики являются:

- закрепить теоретические знания, полученные в процессе обучения;
- освоить технологии поиска, систематизации, обработки информации в организации;
- принять участие в планировании и организации коммуникационных кампаний и мероприятий;
- приобрести навыки подготовки рекламных продуктов, информационных материалов, презентаций, отчетов, планов и графиков работ;
- сформировать собственные профессиональные навыки, присущие современному специалисту в сфере рекламы и связей с общественностью;
- собрать и систематизировать материал для отчета по практике.

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

Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности 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-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-9 - способностью проводить маркетинговые исследования;

ПК-10 - способностью организовывать и проводить социологические исследования;

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.

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

знать: особенности профессиональной деятельности в рекламных и PR-структурах организации; законодательство в сфере регулирования рекламной и PR-деятельности;

уметь: осуществлять планирование и подготовку коммуникационных компаний и мероприятий; проводить маркетинговые и социологические исследования; участвовать в создании коммуникационной инфраструктуры организации; строить взаимовыгодные отношения с потребителями, партнерами, др. группами организации;

владеть: методами маркетинговых и социологических исследований; навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве; навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами.

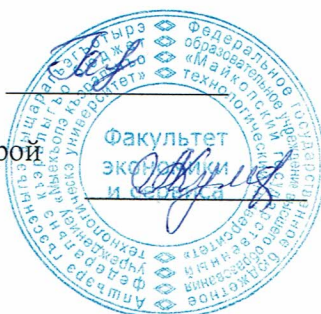
Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности реализуется посредством самостоятельной работы под руководством преподавателя, непосредственной работы на базе практики и самостоятельной работы обучающихся. Завершается практика защитой отчета.

Общая трудоемкость практики составляет 216 часов, 6 зачетных единиц.

Вид промежуточной аттестации: зачет с оценкой.

Разработчик:
канд. экон. наук

Зав. выпускающей кафедрой
направления



Галинская Н.Н.

Кумпилова А.Р.