

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Куижева Саида Казбековна
Должность: Ректор
Дата подписания: 14.09.2021 11:00:21
Уникальный программный ключ:
71183e1134ef9c5a69b2116d440271b3c15975e66f

Аннотация

рабочей программы практики Б2.В.03(П) Научно-исследовательская работа
направления подготовки бакалавров 42.03.01 Реклама и связи с
общественностью
профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Цели практики – углубление и закрепление теоретических знаний, приобретенных во время лекционных и практических занятий, а также развитие навыков их применения при подготовке научных работ.

Задачами практики являются:

- приобретение навыков формулирования целей и задач научного исследования, выбора и обоснования методики исследования;
- изучение студентами отечественной научно-методической литературы по теме НИР с целью их использования при проведении теоретических и экспериментальных исследований и подготовки выпускной квалификационной работы;
- освоение студентами методов исследования, анализа и обработки экспериментальных данных, полученных в ходе выполнения НИР;
- освоение студентами современных информационных технологий и программных продуктов, применяемых для научных исследований в области рекламы общественностью;
- проведение анализа, систематизации и обобщение научной и методической информации по теме исследований;
- оценка научной и практической значимости проводимых исследований и достоверности полученных результатов НИР;
- формирование у студентов навыков оформления результатов научных исследований (оформление отчета, написание научных статей, тезисов докладов);
- приобретение навыков самостоятельной работы над практико-ориентированными методическими проектами в области рекламы и связей с общественности.

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

Научно-исследовательская работа 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: применять информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности; участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации; планировать, готовить и проводить коммуникационные кампании и мероприятия;

владеть: навыком решения стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с учетом основных требований информационной безопасности; навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов.

«Научно-исследовательская работа» реализуется посредством составления плана научно-исследовательской работы, подготовки аналитической информации, раскрывающей теоретические аспекты разрабатываемой в рамках ВКР тематики, сбора и систематизации эмпирической информации об общих основах функционирования предприятия, на котором обучающимся осуществляется научно-исследовательская работа в сфере рассматриваемой в ВКР проблемы, подготовки библиографического списка по теме ВКР, составления отчета о проделанной работе.

Общая трудоемкость практики составляет 216 часов, 6 зачетных единиц.

Вид промежуточной аттестации: зачет с оценкой.

Разработчик:
канд. экон. наук



Галинская Н.Н.

Зав. выпускающей кафедрой
направления

Кумпилова А.Р.