

Аннотация

рабочей программы практики Б2.В.01(У) Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской работы

направления подготовки бакалавров 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Цели практики – закрепить знания по дисциплинам общепрофессиональной подготовки бакалавра по рекламе и связям с общественностью; сформировать навыки использования научного и методического аппарата общепрофессиональных дисциплин, полученного при теоретическом обучении, для решения комплексных задач по постановке, организации и управлению коммуникативной практикой предприятия, оценке результатов коммуникативной деятельности.

Задачами учебной практики являются:

- развитие у обучающихся комплексного системного коммуникативно-маркетингового мышления;
- закрепление общих представлений студентов о принципах и законах функционирования рыночной экономики и места маркетинговой и коммуникативной практики в хозяйственной деятельности предприятия, формирование знаний специальных дисциплин;
- ознакомление с особенностями использования различных инструментов продвижения и коммуникативных средств;
- раскрытие прикладного характера рассматриваемых в учебных дисциплинах базовых категорий;
- развитие навыков презентации и защиты результатов выполняемой работы;
- освоение работы с разнообразными источниками информации, умение систематизировать и обобщать полученные в результате исследования выводы;
- формирование практических навыков самостоятельной работы, навыков самостоятельного формулирования выводов, полученных по результатам собственных расчетов, навыков написания финальных отчетов.

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

Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской работы 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

Общепрофессиональные:

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

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;

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

знать: принципы организации и закономерности развития массовых коммуникаций;- типы организационных структур, их основные параметры и принципы их проектирования для осуществления эффективной рекламной деятельности; теоретические основы маркетинга, понятийный аппарат, принципы и методологию проведения маркетинговых исследований и ситуационного анализа; основные функции и инструментарий рекламного менеджмента применительно к предприятиям различных отраслей экономики;

уметь: анализировать внешнюю и внутреннюю среду предприятия, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на рекламную и PR деятельность; анализировать организационную структуру и разрабатывать предложения по ее совершенствованию для повышения эффективности организации рекламного процесса; проводить анализ рекламной деятельности предприятия и использовать его результаты для подготовки перспективных решений;

владеть: методами реализации основных управленческих функций (принятие решений, организация, мотивирование и контроль); методами SWOT и PEST-анализа и прогнозирования результатов медиапланирования; навыками построения социальных и внутрикорпоративных коммуникаций.

Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской работы 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



Галинская Н.Н.

Зав. выпускающей кафедрой
направления



Кумпилова А.Р.