

АННОТАЦИЯ

программы производственной практики

Б2.В.02.02(Пд) «ПРЕДДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА»

42.03.01 Реклама и связи с общественностью (ЗФО)

Объем трудоемкости: Объем практики составляет 12 зачетных единиц 432 часа, 4 часа выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем, и 428 часа самостоятельной работы обучающихся.

Продолжительность преддипломной практики 8 недель.

4 курс 3 сессия 2 часа выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем, и 214 часа самостоятельной работы обучающихся.

5 курс 2 сессия 2 часа выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем, и 214 часа самостоятельной работы обучающихся.

Продолжительность преддипломной практики 8 недель.

Цель дисциплины:

Преддипломная практика проводится для выполнения выпускной квалификационной работы и является обязательной.

Задачи дисциплины:

Сбор, обработка и анализ материала для выполнения выпускной квалификационной работы (для преддипломной практики)

Место дисциплины в структуре ООП ВО

Преддипломная практика относится к вариативной части Блок 2 ПРАКТИКИ.

Она базируется на освоении следующих общепрофессиональных дисциплин: «Организация работы отделов и рекламы и связей с общественностью», «Разработка и технология производства рекламного и PR-продукта», «Основы медиапланирования», «Подготовка и проведение рекламной и PR-кампаний», «Проектирование и выпуск рекламного ролика».

Преддипломная практика является обязательным этапом обучения студента по направлению «Реклама и связи с общественностью». Она базируется на освоении следующих общепрофессиональных дисциплин: «Предпринимательство в сфере рекламы и PR», «Инновационные технологии в рекламе и PR», «Основы медиапланирования», «Основы репутационного менеджмента», «Политический маркетинг в СМИ».

Обучающийся должен обладать «входными» знаниями и умениями, приобретенными в результате освоения предшествующих частей основной образовательной программы.

Преддипломная практика проводится в восьмом семестре как самостоятельная работа студентов во внеаудиторное время в течение 8 недель.

Преддипломная практика проходит в форме выполнения выпускной квалификационной работы.

Тип (форма) и способ проведения преддипломной практики

Тип производственной практики: преддипломная.

Способ проведения практики: стационарная, выездная.

Стационарной является практика, которая проводится в организации либо в профильной организации, расположенной на территории населенного пункта, в котором расположена организация.

Перечень планируемых результатов обучения при прохождении преддипломной практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

В результате прохождения преддипломной практики студент должен приобрести следующие *профессиональные* компетенции в соответствии с ФГОС ВО: ПК-4; ПК-5; ПК-9; ПК- 10; ПК-11.

№ п.п.	Код компетенции	Содержание компетенции (или её части)	Планируемые результаты при прохождении практики
1	ПК-4	владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)	Знать основы делопроизводства Уметь готовить проектную документацию Владеть владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)
2	ПК-5	способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации	Знать основы проектной деятельности Уметь реализовывать проекты Владеть навыками реализации проектов и методами их реализации
3	ПК-9	способностью проводить маркетинговые исследования	Знать основы маркетинга Уметь проводить маркетинговые исследования Владеть навыком проведения маркетинговых исследований
4	ПК-10	способностью организовывать и проводить социологические исследования	Знать теоретические основы проведения социологических исследований Уметь проводить социологические исследования Владеть навыками организации и проведения социологических исследований
5	ПК-11	способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов	Знать основы написания аналитических справок, обзоров и прогнозов Уметь составлять аналитические справки, обзоры и прогнозы Владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов

Форма проведения аттестации по дисциплине: дифференцированный зачет

Основная литература.

1. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учеб. пособие для студентов вузов [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Аспект Пресс, 2014. — 159 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/68866>

Дополнительная литература.

1. Дымова, И. Редактирование текстов массовой коммуникации : учебное пособие / И. Дымова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Оренбургский государственный университет». – Оренбург : ОГУ, 2012. – 191 с. ; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=259176>
2. Костромина, Е.А. Изучение рекламы как средства массовых коммуникаций: социолингвистический аспект : сборник статей / Е.А. Костромина. - Москва ; Берлин : Директ- Медиа, 2014. – 92 с. : ил. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-3088-4 ; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=272546>
3. Судоргина, З. Копирайтинг: тексты, которые продаются / З. Судоргина. – Изд. 2-е. – Ростов-н/Д : Феникс, 2014. – 288 с. : ил. - (Бизнес-класс). – ISBN 978-5-222-21909-6 ; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=256458>

Автор РПД: док. филол. наук, доц. Патюкова Р.В.
ст. преподаватель Николаева Ю.Е.