АННОТАЦИЯ

Б2.В.02.01(П) «ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКА»

(практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности)

42.03.01 Реклама и связи с общественностью (ОФО)

Объем трудоемкости: Объем практики составляет 12 зачетных единиц (432), из них 96 часа выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем, и 336 часа самостоятельной работы обучающихся.

Продолжительность первой учебно-ознакомительной практики 6 недель, 2 недели (108 часов) 5 семестр, из них ИКР-24 часа, СР-84, и 6 недели (324 часов) 6 семестр, из них ИКР-72, СР-252.

Время проведения практики 5, 6 семестр.

Цель дисциплины:

Целью прохождения практики является получения профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, знакомство с работой рекламных и PR отделов СМИ, приобретение опыта работы в рекламных и PR-отделах коммерческих и некоммерческих организаций, а также рекламных агентствах.

Задачи дисциплины:

1. Закрепление теоретических знаний, полученных в ходе изучения дисциплин вариативной части учебного плана.
2. Приобретение практических навыков (опыта практической деятельности) в использовании знаний, умений и навыков полученных в ходе лекционных, практических, лабораторных занятий
3. Работа в качестве пресс-секретаря, рекламного агента, менеджера по рекламе;
4. Приобретение практических навыков профессиональной деятельности;
5. Работа с потенциальными рекламодателями;
6. Составление отчетов о публикации рекламных и PR материалов;
7. Подготовка рекламных и других публикаций.

Место дисциплины в структуре ООП ВО

Производственная 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 ПР-продукта», «Основы медиапланирования», «Подготовка и проведение рекламной и ПР-кампании», «Проектирование и выпуск рекламного ролика».

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

Прохождение Производственной практики необходимо для дальнейшего освоения направления, и, особенно, для изучения следующих дисциплин: «Предпринимательство в сфере рекламы и ПР», «Инновационные технологии в рекламе и ПР», «Брендинг территорий», «Политический маркетинг в СМИ».

Производственная практика является обязательным этапом обучения проходит в форме выполнения обязанностей стажера (рекламиста или пиарщика) в рекламных отделах муниципальных и районных СМИ, а также филиалах (отделений, редакций) общероссийских изданий, интернет-ресурсах, издательствах, информационных агентствах, PR и рекламных отделах коммерческих и некоммерческих организациях, рекламных агентствах - при наличии постоянного договора либо ходатайства на имя декана факультета.

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

В результате прохождения производственной практики студент должен приобрести следующие *профессиональные* компетенции в соответствии с ФГОС ВО: ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-8;; ПК-12; ПК-13; ПК-14; ПК-15; ПК-16.

№ п.п.	Код компетенции	Содержание компетенции (или её части)	Планируемые результаты при прохождении практики
1	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	Знать основы деятельности рекламных служб и служб по связям с общественностью Уметь 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 Владеть навыком проведения мероприятий по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью
2	ПК-2	владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы	Знать основы оперативного планирования своей деятельности и деятельности фирмы Уметь составлять план своей деятельности и деятельности фирмы в короткие сроки Владеть навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы
3	ПК-3	владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами	Знать теоретические основы управленческой деятельности Уметь работать с малым коллективом Владеть навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами
4	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	Знать теоретические основы организации, подготовки к выпуску и распространению рекламной продукции Уметь организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции Владеть навыком организации подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы

5	ПК-12	способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации	Знать профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации Уметь под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации Владеть навыком осуществления профессиональных функций в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации
6	ПК-13	способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия	Знать теоретические основы организации рекламных кампаний и мероприятий Уметь под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия Владеть навыком под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия
7	ПК-14	способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности	Знать теорию рекламной деятельности Уметь реализовывать знания в области рекламы Владеть навыком реализации знаний в области рекламы как сферы профессиональной деятельности
8	ПК-15	владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве	Знать теоретические основы работы рекламных и маркетинговых отделов Уметь работать в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве Владеть навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве
9	ПК-16	способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы	Знать основы подготовки к выпуску, производство и распространение рекламной продукции Уметь под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы Владеть навыками подготовки к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы

Форма проведения аттестации по дисциплине: дифференцированный зачет

Основная литература:

1. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс] : учеб. / Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин. – Электрон. дан. – Москва : Дашков и К, 2015. – 488 с. – Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56210

2. 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

3. 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

4. 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

5. Преснякова, Е.А. Работа копирайтера / Е.А. Преснякова. – Москва : Интернет-Университет Информационных Технологий, 2011. - 98 с. ; То же [Электронный ресурс]. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=234558

Дополнительная литература:

1. Деловое общение [Электронный ресурс] : учеб. пособие – Электрон. дан. – Москва : Дашков и К, 2013. – 528 с. – Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56196

2. Деловое общение : учебно-методический комплекс / Министерство культуры Российской Федерации, ФГБОУ ВПО «Кемеровский государственный университет культуры и искусств», Институт социально-культурных технологий, Кафедра управления социальной сферы и др. – Кемерово : КемГУКИ, 2014. – 92 с. ; То же [Электронный ресурс]. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=275366

3. Ломова, О.С. Деловое общение специалиста по рекламе : учебное пособие / О.С. Ломова ; под ред. Л.М. Дмитриевой. - Москва :Юнити-Дана, 2015. - 237 с. : табл. - (Азбука рекламы). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01309-1 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114801

4. Титова, Л.Г. Деловое общение : учебное пособие / Л.Г. Титова. - Москва :Юнити-Дана, 2015. - 271 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-00919-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436853

Автор РПД: ст. преподаватель Николаева Ю.Е.