

АННОТАЦИЯ

«Б2.О.01.01(У) Профессионально-ознакомительная практика. Часть 1» ЗФО

Направление

подготовки/специальность 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Объем трудоемкости: *6 зачетных единиц*

Цель дисциплины.

Целью прохождения профессионально-ознакомительной практики (Часть 1) является получение первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности.

Задачи дисциплины.

1. Закрепление теоретических знаний, полученных в ходе изучения дисциплин базовой части учебного плана.
2. Изучение студентом деятельности специалиста в области рекламы и PR.
3. Проверка степени готовности будущего бакалавра к самостоятельной работе в условиях практической деятельности в организации.
4. Участия в работе коллектива по подготовке рекламных и PR-акций.

Место дисциплины в структуре ООП ВО

Первая учебно-ознакомительная практика относится к базовой части Блок 2 ПРАКТИКИ. Профессионально-ознакомительная практика (Часть1) является обязательным этапом обучения студента по направлению «Реклама и связи с общественностью». Она базируется на освоении следующих общепрофессиональных дисциплин: «Введение в профессию», «Интегрированные коммуникации в рекламе и связях с общественностью».

Профессионально-ознакомительная практика (Часть 1) 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.

Выбор мест прохождения практики для лиц с ограниченными возможностями здоровья производится с учетом состояния здоровья обучающихся и требований по доступности.

Требования к уровню освоения дисциплины

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций: ОПК-4 (способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности), ПК-1 (способен разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации, способствующую увеличению продаж продукции СМИ), ПК-4 (способен осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта).

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *дифференцированный зачет*