

АННОТАЦИЯ
программы производственной практики
Б2.О.02.02(Пд) «ПРЕДДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА»

42.03.01 Реклама и связи с общественностью (ОФО)

Объем трудоемкости: Объем практики составляет 21 зачетных единиц (756 часов), в том числе 14 часов в форме практической подготовки и в форме самостоятельной подготовки 742 часа. для ЗФО 21 зачетных единиц (864 часов), в том числе 48 часов в форме практической подготовки и в форме самостоятельной подготовки 816 часов. Время проведения практики 8 семестр, 9 семестр.

Целью прохождения производственной практики (преддипломной практики) является написание выпускной квалификационной работы и формирование следующих компетенций, регламентируемых ФГОС ВО: ОПК-4; ПК-1; ПК-3; ПК-4.

Задачи практики:

В задачи производственной практики (преддипломной практики) входит: сбор, обработка и анализ материала для выполнения выпускной квалификационной работы;

Место практики в структуре ООП.

Производственная практика (преддипломная практика) относится к обязательной части Блока 2 ПРАКТИКА.

Она базируется на освоении следующих общепрофессиональных дисциплин: «Информационно-коммуникационные технологии и анализ данных», «Интегрированные коммуникации в рекламе и связях с общественностью»; «Маркетинг в рекламе и связях с общественностью»; «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью»; «Основы проектной деятельности»; «Социология массовых коммуникаций»; «Психология массовых коммуникаций».

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. Результатом прохождения преддипломной практики является подготовка выпускной квалификационной работы.

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

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

В результате прохождения практики студент должен приобрести следующие компетенции в соответствии с ФГОС ВО и учебным планом.

Код и наименование индикатора*	Результаты прохождения практики
ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	
ИОПК 4.1. Знает запросы и потребности аудитории.	Работа с информационными источниками по теме ВКР
ИОПК 4.2. Умеет анализировать информацию о запросах и потребностях аудитории.	Реферативный обзор по теме ВКР
ИОПК 4.3. Владеет навыками работы с медиатекстами, отвечающими	Анализ отечественных и зарубежных информационных ресурсов по теме ВКР

Код и наименование индикатора*	Результаты прохождения практики
запросам и потребностям аудитории.	
ПК-1. Способен разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации, способствующую увеличению продаж продукции СМИ	
ИПК 1.1 Знает основы маркетинга и маркетинговых исследований.	Сбор и анализ документации по теме ВКР. Аналитический отчет о состоянии о степени разработанности проблемы ВКР
ИПК 1.2 Умеет разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации.	План-проект маркетинговой стратегии
ИПК 1.3 Владеет техниками и технологиями разработки и планирования маркетинговой стратегии организации, способствующей увеличению продаж продукции СМИ.	Описательная статистика: исследование PR и рекламных технологий в границах проблемного поля ВКР
ПК-3. Способен организовывать работу по созданию и редактированию контента сайта, в том числе осуществлять управление и контроль в данной сфере	
ИПК – 3.1 Знает специфику создания и редактирования контента сайта.	Анализ информационного контента, представленного в сети Интернет по теме ВКР
ИПК – 3.2 Умеет организовывать работу по созданию и редактированию контента сайта.	Реферативный обзор актуальных информационных баз данных по теме ВКР
ИПК - 3.3 Владеет навыками создания, редактирования, управления и контроля контента сайта	Создание плана-проекта информационного сопровождения сайта организации
ПК-4. Способен осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта	
ИПК 4.1 Знает методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации.	Опросные методы (интервью, анкета, беседа)
ИПК 4.2 Умеет осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта.	Описательная статистика
ИПК 4.3 Владеет м методами и приемами проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта.	Презентационные материалы: схемы, графики, таблицы.

Форма проведения аттестации по дисциплине: дифференцированный зачет

Основная литература.

1. Структура и оформление бакалаврской, дипломной, курсовой работы и магистерской диссертации: учебно-методические указания / сост. М.Б. Астапов, О.А.

Дополнительная литература.

1. Бельтюков А.А. Организация деятельности отделов рекламы и связей с общественностью: учебное пособие / А.А. Бельтюков. – Краснодар: Просвещение-Юг, 2020. – 91 с. – ISBN 978-5-93491-896-6.
2. Демина Л.И., Немец Г.Н. Основы теории коммуникации: лабораторные работы / Л.И. Демина, Г.Н. Немец; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Кубанский государственный университет. – Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2023. – 91 с. – ISBN 978-5-8209-227-0.
3. 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. Касьянов, В. В. Социология массовой коммуникации: учебник для вузов / В. В. Касьянов. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2025. – 221 с. – ISBN 978-5-534-09602-6. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/56339>.
4. Кучменко М.А. Публичное выступление в сфере PR: учебное пособие / М.А. Кучменко; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Кубанский государственный университет. – Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2024. – 179 с. – ISBN 978-5-8209-2400-2.
5. Недыхалов Л.А., Николаева Ю.Е. Интегрированные маркетинговые коммуникации: современный подход: учебное пособие / Л.А. Недыхалов, Ю.Е. Николаева; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Кубанский государственный университет. – Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2023. – 235 с. – ISBN 978-5-8209-2248-0.
6. Патюкова Р.В., Никулин И.О. Национальные модели менеджмента. Специфика управления в рекламе и связях с общественностью: учебное пособие / Р.В. Патюкова, И.О. Никулин; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Кубанский государственный университет. – Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2022. – 207 с. – ISBN 978-5-8209-2145-2.
7. Патюкова, Р.В., Никулин И.О. Традиционные и инновационные технологии в рекламе и PR: учебное пособие / Р.В. Патюкова, И.О. Никулин. – Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2020. – 210 с. – ISBN 978-5-8209-1804-9.
8. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации : реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф. И. Шарков. – 3-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2022. – 323 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684408>. – ISBN 978-5-394-04536-3.
9. Шарков, Ф. И. Коммуникология : коммуникационный консалтинг : учебное пособие / Ф. И. Шарков. – 4-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2023. – 406 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=720200>. – ISBN 978-5-394-05308-5.

Авторы В.В. Касьянов, проф., д-р ист. н., д-р социол. н., проф.; Р.В. Патюкова, зав. кафедрой, д-р филол. наук, профессор; А.А. Бельтюков, доцент, канд. филол. наук, доцент; К.В. Виноградова, доцент, канд. истор. наук, доцент; Л.И. Демина, профессор, д-р филол. наук, профессор; М.А. Кучменко, доцент, канд. филол. наук; Л.А. Недыхалов, доцент, канд. экон. наук, доцент; Г.Н. Немец, доцент, канд. филол. наук, доцент; Ю.Е. Николаева, доцент, канд. филол. наук; И.О. Никулин, доцент, канд. филол. наук, доцент; Д.А. Носаев, доцент, канд. филол. наук, доцент; Н.Н. Оломская, профессор, д-р филол. наук, доцент; Е.В. Пономаренко, доцент, канд. полит. наук, доцент; Е.В. Тарасенко, доцент, канд. филол. наук.; А.Н. Минская, доцент, канд. филол.наук