

АННОТАЦИЯ
рабочей программы по дисциплине
УЧЕБНАЯ ПРАКТИКА

Основная профессиональная образовательная программа
высшего образования программы бакалавриата по направлению подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Квалификация - Бакалавр
Форма обучения – очная/заочная

1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

Практика обучающихся, осваивающих образовательные программы высшего образования, является обязательной частью ОПОП. Практика – вид учебной работы, направленный на развитие практических навыков и умений, а также формирование компетенций обучающихся в процессе выполнения определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью. Учебная практика представляет собой практику по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе по получению первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности.

1.1. ЗАДАЧИ ПРАКТИКИ:

Результаты прохождения практики определяются способностью применять знания, умения и личные качества в соответствии с задачами профессиональной деятельности.

Бакалавр по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью в соответствии с видами профессиональной деятельности и профилем подготовки:

организационно-управленческая деятельность:

участие в управлении, планировании и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации;

участие в формировании эффективных внутренних коммуникаций, создании благоприятного психологического климата в коллективе;

коммуникационная деятельность:

участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации;

участие в формировании и поддержании корпоративной культуры;

рыночно - исследовательская и прогнозно-аналитическая деятельность:

участие в организации и проведении маркетинговых и социологических исследований;

написание аналитических справок, обзоров и прогнозов;

должен решать следующие профессиональные задачи:

- получение представления о деятельности организаций (отделов рекламы и связей с общественностью);
- расширение понимания сущности и социальной значимости будущей профессии;
- анализ коммуникационных процессов в межличностной, социальной, политической, экономической, культурной и образовательной сферах, включая физическую культуру и спорт;
- приобретение навыков в сборе необходимой информации для проведения дальнейших аналитических исследований;
- изучение основных направлений коммерческой деятельности организации или предприятия;
- приобретение навыков работы с рекламными материалами и оперативными документами;
- приобретение навыков работы в трудовых коллективах;

- расширение и закрепление навыков работы с методической, научной литературой и нормативными документами;
- формирование навыков написания отчетов по результатам изучения деятельности организации.

1.2. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОПОП:

Учебная практика Б.2.01 представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся и относится к Блоку 2 «Практики». В соответствии с учебным планом практика проходит на 3 курсе 6 семестра по очной и заочной формам обучения. Вид промежуточной аттестации: **зачет**. Для успешного освоения дисциплины необходимы входные знания, умения и компетенции студента, полученные по следующим дисциплинам (по очной и заочной формам обучения): Введение в специальность; Основы теории коммуникации; Социология массовых коммуникаций; Психология массовых коммуникаций; Теория и практика массовой информации; Основы интегрированных коммуникаций; Стилистика и литературное редактирование; Реклама в сфере ФКиС; Связи с общественностью в сфере ФКиС; Правовое регулирование рекламной деятельности; Деловые коммуникации; Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью и рекламы; Фотодело; Прикладные дисциплины и компьютерный дизайн; Техника видеозаписи; Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью.

1.3.ВИД ПРАКТИКИ: Учебная.

Форма проведения: Учебная практика может быть проведена в форме экскурсий на предприятия.

Практика студентов, обучающихся по заочной форме обучения, проводится по их месту работы.

Способ организации практики: стационарная.

1.4.МЕСТА ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Места прохождения практик определяются выпускающей кафедрой методистом практики с учетом пожеланий студента с последующим заключением договора о сотрудничестве. Учебная практика может быть проведена в государственных структурах федерального, регионального и местного уровней, органах самоуправления; негосударственных, общественных и коммерческих учреждениях и организациях, в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах, структурных подразделениях университета (отдел по связям с общественностью, газета «Лесгафтовец»), обеспечивающих получение обучающимися первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности.

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

1.5.КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

1.5.1. В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Профессиональными (ПК):

организационно-управленческая деятельность:

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 (ПК-1);

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

владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);

коммуникационная деятельность:

способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);

способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);

рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая деятельность:

способностью проводить маркетинговые исследования (ПК-9);

способностью организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10);

способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11).

1.4.2. В результате изучения дисциплины студент будет:

Знать:	Принципы управления и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью (ПК-1); (ПК-2);(ПК-3); коммуникационную инфраструктуру организации (ПК-6); (ПК-7); методы исследований (ПК-9);(ПК-10);(ПК-11).
Уметь:	проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);(ПК-2);(ПК-3); участвовать в создании внутренней и внешней коммуникации (ПК-6); (ПК-7); проводить маркетинговые и социологические исследования (ПК-9); (ПК-10);(ПК-11).
Владеть:	Методикой определения эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1); (ПК-6); (ПК-7); навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2); навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3); методами проведения исследований (ПК-9);(ПК-10); навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11).

1.6. Объем практики:

очная форма обучения

Вид учебной работы		Всего часов	семестры			
			5	6		
Вид промежуточной аттестации (зачет)		зачет				
Общая трудоемкость	часы	324	108	216		
	зачетные единицы	9	3	6		

заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	семестры			
		5	6		
Вид промежуточной аттестации (зачет)	зачет				

Общая трудоемкость	часы	324	108	216		
	зачетные единицы	9	3	6		

№ п\п	Разделы практики	Трудоем- кость	Формы текущего контроля
5 семестр (108 час.)			
1	Ознакомление со структурой организации (учреждения), с нормативно-правовыми документами организации: требованиями техники безопасности, правилами внутреннего распорядка, учредительными документами, правилами и регламентами обслуживания, стандартами, лицензиями и сертификатами, должностными инструкциями	18	Проверка материалов по организационно-штатной структуре и кадровому обеспечению, нормативно-правовым актам организации В отчете практиканта
2	Изучение видов профессиональной деятельности организации (организационно-управленческая деятельность коммуникационная деятельность рыночно - исследовательская и прогнозно-аналитическая деятельность)	18	Проверка записей по видам профессиональной деятельности, в том числе наличие анализа видов профессиональной деятельности В отчете практиканта
3	Ознакомление с методами сбора, хранения, обработки и анализа информации, которая используется в сфере рекламы и связей с общественностью	18	Проверка записей по ознакомлению с методами сбора, хранения, обработки и анализа информации В дневнике практиканта

4	Осуществление самостоятельной практической работы	54	Проверка записей по самостоятельной практической работе (сценарий специальных событий, оперативные и имиджевые документы, рекламная продукция организации в приложении к отчету) В отчете практиканта
6 семестр (216 час.)			
5	Участие в разработке, оформлении документов, связанных с осуществлением видов профессиональной деятельности на предприятии-базе практики	36	Проверка записей по разработке, оформлению документов, связанных с осуществлением видов профессиональной деятельности В отчете практиканта
6	Осуществление самостоятельной практической работы	162	Проверка записей по самостоятельной практической работе. Оформление приложения (фирменный стиль организации, рекламная продукция, оформление сайта) В отчете практиканта
7	Подготовка и защита отчета по учебной практике	18	Проверка и оценка отчетной документации в соответствии с предъявляемыми требованиями к содержанию и оформлению. Оценка защиты отчета по учебной практике в соответствии с установленными критериями оценки.
Итого:		324	

№ п\п	Разделы практики			Трудоемкость (по неделям)						Формы текущего контроля
				I	II	III	IV	V	VI	
1	Ознакомление со структурой организации (учреждения), с нормативно-правовыми документами организации: требованиями техники	30								Проверка материалов по организационно-штатной структуре и кадровому обеспечению, нормативно-правовым

	безопасности, правилами внутреннего распорядка, учредительными документами, правилами и регламентами обслуживания, стандартами, лицензиями и сертификатами, должностными инструкциями							актам организации В отчете практиканта
2	Изучение видов профессиональной деятельности организации (организационно-управленческая деятельность; коммуникационная деятельность; рыночно - исследовательская и прогнозно-аналитическая деятельность)	24	26					Проверка записей по видам профессиональной деятельности, в том числе наличие анализа видов профессиональной деятельности В отчете практиканта
3	Ознакомление с методами сбора, хранения, обработки и анализа информации, которая используется в сфере рекламы и связей с общественностью.		28	22				Проверка записей по ознакомлению с методами сбора, хранения, обработки и анализа информации В дневнике практиканта
4	Осуществление самостоятельной практической работы			32	28			Проверка записей по самостоятельной практической работе В отчете практиканта
5	Участие в разработке, оформлении документов, связанных с осуществлением видов профессиональной деятельности на предприятии-базе практики				26	34		Проверка записей по разработке, оформлению документов, связанных с осуществлением видов профессиональной деятельности В отчете практиканта

[illegible]