

Направление подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

АННОТАЦИИ ПРАКТИК

Б2.У.1 ПРАКТИКА ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПЕРВИЧНЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ

Курс – I семестр – 2

Общая трудоемкость дисциплины – 2 недели, 108час.

Работа на базе практики – 48час.

Самостоятельная работа – 60час.

Форма контроля – зачет с оценкой

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПЕРВИЧНЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ

Целью практики по получению первичных профессиональных умений и навыков бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью является:

- закрепление и расширение знаний, полученных студентами за время теоретического обучения на основе практического участия в деятельности предприятий, организаций, учреждений, формирование умения применять их в профессиональной деятельности, расширение практических навыков научно-исследовательской работы, а также получение необходимых общекультурных и профессиональных компетенций.

В перечень общих задач практики входит:

1. ознакомление с будущей сферой профессиональной деятельности;
2. подготовка студентов к осознанному и углубленному изучению общепрофессиональных и специальных дисциплин;
3. освоение студентами первичных профессиональных компетенций по избранной специальности;
4. освоение практических должностных обязанностей, предусмотренных направлением подготовки «Реклама и связи с общественностью» для различных государственных, политических, общественных, коммерческих структур.

К специфическим задачам практики относятся:

1. ознакомление с общими принципами деятельности специалиста по связям с общественностью и рекламе в организации (учреждении), в которой проходят практику;
2. ознакомление с законодательной и нормативной базой деятельности служб (организаций, специалистов) по связям с общественностью и рекламе;
3. оказание помощи PR-менеджерам по рекламе в их работе;
4. самостоятельное выполнение некоторых видов PR-работ и рекламных работ;

Также в ходе практики важно:

узнать:

- практические приемы и методы работы PR-специалистов и специалистов по рекламе,
- основы деловой коммуникации PR-специалистов и специалистов по рекламе,
- этические нормы PR- и рекламной деятельности,
- основные правовые нормы, регулирующие PR- и рекламную деятельность;

научиться:

- использовать полученные теоретические знания в практической деятельности;

- общим приемам профессиональной коммуникации;
- работать с информационными источниками и материалами;
- работать с использованием оргтехники;
- первичным навыкам организации и проведения специальных мероприятий – презентаций, PR-акций, рекламных мероприятий контактов со СМИ;
- составлять отчеты о проделанной работе.

Полнота и степень детализации этих задач регламентируется в индивидуальном задании применительно к особенностям и возможностям конкретной базы практики, а также с учетом интересов будущего трудоустройства студентов.

2. СПОСОБЫ И ФОРМЫ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПЕРВИЧНЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ

Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков проводится на базах практики – предприятия, учреждения и организации РСО-Алания – по договоренности. В период учебной практики организуются ознакомительные экскурсии на предприятиях с изучением деятельности на рабочих местах.

Место практики выбирается руководителем. Перед прохождением практики студент должен получить задание. Руководство практикой осуществляется руководителем от института преподавателем дисциплин «Основы рекламы» и «Теория и практика массовой информации».

Форма проведения практики может быть групповая или индивидуальная.

Основными принципами проведения практики студентов являются интеграция теоретической и профессионально-практической, учебной деятельности студентов.

Способ проведения практики стационарный.

Руководитель практики от кафедры планирует, организует и контролирует практику бакалавра. Руководитель от предприятия дает конкретные задания, объясняет и направляет деятельность практиканта, корректирует деятельность практиканта.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПЕРВИЧНЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОП

В результате прохождения практики у обучающегося формируются компетенции и по итогам практики обучающийся должен продемонстрировать следующие результаты:

Код компетенции	Результаты освоения ОП <i>содержание компетенций (в соответствии с ФГОС)</i>	Перечень планируемых результатов обучения
ОК-6	способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	Знать: – приёмы межличностного и группового взаимодействия в общении; – основы управления работой в коллективе; -методы управления временем, самоанализа и самоуправления. Уметь: организовать работу малого коллектива, рабочей группы; – организовать выполнение

		<p>конкретного порученного этапа работы;</p> <ul style="list-style-type: none"> - представлять результаты аналитической и исследовательской работы в виде выступления, доклада, информационного обзора, аналитического отчета, статьи; - адаптироваться в новом коллективе и выполнять свою часть работы в общем ритме; - налаживать конструктивный диалог с другими членами коллектива; - аргументированно убеждать коллег в правильности предлагаемого решения; - признавать свои ошибки и принимать чужую точку зрения; - делегировать полномочия; - как руководить, так и подчиняться в зависимости от поставленной перед коллективом задачей; <p>управлять своими эмоциями и абстрагироваться от личных симпатий/антипатии.</p> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками самостоятельной работы, самоорганизации и организации выполнения поручений; - навыками философского мышления для выработки системного, целостного взгляда на проблемы общества; - навыками выражения своих мыслей и мнения в межличностном и деловом общении; <p>навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссии.</p>
ОПК-3	обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - приемами работы при создании текстов рекламы;

	История зарубежной литературы История русской литературы История рекламы		Основы печатной рекламы Введение в специальность
--	--	--	---

Студент, направляемый на практику должен:

знать:

- основные понятия и современные принципы работы с деловой информацией, а также иметь представление о корпоративных информационных системах и базах данных;
- основные понятия в области рекламы;

уметь:

- работать с компьютером как средством управления информацией;
- работать с информацией в глобальных компьютерных сетях

владеть:

- программным обеспечением для работы с деловой информацией и основами Интернет-технологий;
- основными методами, способами и средствами получения информации.

Прохождение практики является базой для дальнейшего изучения курсов дисциплин направления, в частности «Основы теории массовых коммуникаций», «Основы интегрированных коммуникаций (реклама и связи с общественностью)», «Организация работы отделов рекламы и связи с общественностью», «Деловое общение» и др., а также для прохождения производственной практики.

Практика организуется и проводится для студентов очной формы обучения на первом курсе;

5. ОБЪЁМ ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПЕРВИЧНЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ И ЕЁ ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ

Продолжительность практики в соответствии с ФГОС ВО составляет две недели.

Общая трудоемкость учебной практики составляет 3 зачетных единицы 108 часов.

Практика проводится на 1 курсе (2 семестр), продолжительность практики 2 недели, 3 зачетные единицы. Студенты проходят учебную практику на территории РСО-Алания:

- в PR-агентствах;
- в рекламных агентствах;
- в средствах массовой информации;
- в коммерческих структурах;
- в научных и учебных организациях и т.д.

Места прохождения учебной практики определяются выпускающей кафедрой с учетом профиля будущей профессиональной деятельности студентов.

6. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПЕРВИЧНЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ

Практика состоит из следующих этапов: подготовительный, основной, завершающий.

№	Разделы (этапы) практики	Виды учебной работы, на практике включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля
		Устан	Инструкта	Выполнени	Подведен	

		о вочная лекци я	ж по технике безопаснос ти	е задания на учебную практику	ие итогов по результатам учебной практик и	
1.	Подготовительный этап: инструктаж по технике безопасности, ознакомление с заданием практики, правилами прохождения практики, подготовка плана практики и его обсуждение с руководителем	2	2			групповая консультация,
2.	Основной этап Выполнение задания			40		просмотр
3.	Завершающий этап (, подготовка отчета)				4	дифференцированный зачет

Б2.П.1 НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА

Курс – 2 семестр –4

Общая трудоемкость дисциплины – 2 недели, 108час.

Работа на базе практики – 48час.

Самостоятельная работа – 60час.

Форма контроля – зачет с оценкой

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ РАБОТЫ

Научно-исследовательская работа – этап закрепления знаний будущего бакалавра – специалиста по рекламе и связей с общественностью. По своему содержанию данная научно-исследовательская работа (НИР) является технологической, что обусловлено особенностью работы в области рекламы.

Целью практики бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью является:

- закрепление и расширение знаний, полученных студентами по дисциплинам общепрофессиональной подготовки бакалавра в области рекламы и PR-деятельности;
- обучение на основе практического участия в деятельности предприятий, организаций, учреждений;
- формирование умения применять полученные за время теоретического обучения знания в профессиональной деятельности;
- расширение практических навыков научно-исследовательской работы, а также получение необходимых общекультурных и профессиональных компетенций.

В перечень общих задач практики входит:

- ознакомление с будущей сферой профессиональной деятельности;
- подготовка студентов к осознанному и углубленному изучению общепрофессиональных и специальных дисциплин;
- освоение студентами первичных профессиональных компетенций по избранной специальности;
- освоение практических должностных обязанностей, предусмотренных направлением подготовки «Реклама и связи с общественностью» для различных государственных, политических, общественных, коммерческих структур.

К специфическим задачам практики относится:

- ознакомление с общими принципами деятельности специалиста по связям с общественностью и рекламе в организации (учреждении), в которой проходят практику;
- ознакомление с законодательной и нормативной базой деятельности служб (организаций, специалистов) по связям с общественностью и рекламе;
- оказание помощи PR-менеджерам по рекламе в их работе;
- самостоятельное выполнение некоторых видов PR-работ и рекламных работ;

Также в ходе практики важно:

узнать:

- практические приемы и методы работы PR-специалистов и специалистов по рекламе,
- основы деловой коммуникации PR-специалистов и специалистов по рекламе,
- этические нормы PR- и рекламной деятельности,
- основные правовые нормы, регулирующие PR- и рекламную деятельность;

научиться:

- использовать полученные теоретические знания в практической деятельности;
- общим приемам профессиональной коммуникации;
- работать с информационными источниками и материалами;

- работать с использованием оргтехники;
- первичным навыкам организации и проведения специальных мероприятий – презентаций, PR-акций, рекламных мероприятий контактов со СМИ;
- составлять отчеты о проделанной работе.

Полнота и степень детализации этих задач регламентируется в индивидуальном задании применительно к особенностям и возможностям конкретной базы практики, а также с учетом интересов будущего трудоустройства студентов.

Тип практики

Научно-исследовательская работа (НИР) относится к производственным практикам и является практикой по получению первичных умений и навыков выполнения научно-исследовательских разработок в области создания рекламного продукта.

2. СПОСОБЫ И ФОРМЫ ПРОХОЖДЕНИЯ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ РАБОТЫ

НИР проходит на базах практики – предприятия, учреждения и организации РСО-Алания – по договоренности. В период практики организуются ознакомительные экскурсии на предприятиях с изучением деятельности на рабочих местах. Осваиваются различные аспекты работы специалиста в области производства рекламного продукта. Проводятся исследования и анализ различных технологий изготовления рекламной продукции.

Форма проведения практики может быть групповая или индивидуальная.

Основными принципами проведения НИР студентов являются интеграция теоретической и профессионально-практической, учебной и научно-исследовательской деятельности студентов.

Способ проведения НИР стационарный.

Руководитель НИР от кафедры планирует, организует и контролирует работу студента. Руководитель от предприятия дает конкретные задания, объясняет и направляет деятельность практиканта, корректирует деятельность практиканта.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ РАБОТЫ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОП

В результате прохождения НИР у обучающегося формируются компетенции и по итогам практики обучающийся должен продемонстрировать следующие результаты:

Код компетенции	Результаты освоения ОП содержание компетенций (в соответствии с ФГОС)	Перечень планируемых результатов обучения
ОК-6	способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	Знать: – приёмы межличностного и группового взаимодействия в общении; – основы управления работой в коллективе; -методы управления временем, самоанализа и самоуправления. Уметь: организовать работу малого коллектива, рабочей группы;

		<ul style="list-style-type: none"> – организовать выполнение конкретного порученного этапа работы; – представлять результаты аналитической и исследовательской работы в виде выступления, доклада, информационного обзора, аналитического отчета, статьи; – адаптироваться в новом коллективе и выполнять свою часть работы в общем ритме; – налаживать конструктивный диалог с другими членами коллектива; – аргументированно убеждать коллег в правильности предлагаемого решения; – признавать свои ошибки и принимать чужую точку зрения; – делегировать полномочия; – как руководить, так и подчиняться в зависимости от поставленной перед коллективом задачей; <p>управлять своими эмоциями и абстрагироваться от личных симпатий/антипатии.</p> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками самостоятельной работы, самоорганизации и организации выполнения поручений; – навыками философского мышления для выработки системного, целостного взгляда на проблемы общества; – навыками выражения своих мыслей и мнения в межличностном и деловом общении; <p>навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссии.</p>
ОПК-2	владением знаниями и навыками	знать:

	работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью	<ul style="list-style-type: none"> - приемами работы владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы - приемами работы в отделах связей с общественностью; уметь: - проводить работу с клиентской базой рекламных агентств; - разрабатывать эскизы, рекламных продуктов; владеть: - принципами работы в отделах связей с общественностью.
--	---	---

4. МЕСТО НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ РАБОТЫ И В СТРУКТУРЕ ОП

НИР требует знаний, умений и навыков, полученных студентами при изучении дисциплин первого и второго курсов обучения, базовой части, вариативной части и дисциплин по выбору.

НИР является составной частью Блока Б2 «Практики», которая базируется на дисциплинах «Компьютерная графика», «Основы менеджмента», и др.

Студент должен знать соответствующие техники и приемы, уметь работать с учебной литературой.

Полученный в ходе НИР опыт и собранные материалы в дальнейшем следует использовать для выполнения курсовых работ, при изучении профессиональных дисциплин, при прохождении производственной и преддипломной практик.

Структурно-логическая схема формирования компетенции

Компетенция	Предшествующие дисциплины, модули, практики	Данная дисциплина	Последующие Дисциплины, модули, практики
ОК-6	История Психология Социология Кобанская культура История искусств Осетии Социология массовых коммуникаций Основы теории коммуникаций История Осетии практика по получению первичных профессиональных умений и навыков	НИР	Культурология Деловое общение Религиоведение Психология художественного творчества Политология Информационные технологии в рекламе Мифы и легенды народов мира Культура и традиции Осетии

ОПК-2	Основы рекламы Информационные технологии в рекламе		Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
-------	---	--	---

Студент, выполняющий НИР, должен:

знать:

- основные понятия и современные принципы работы с деловой информацией, а также иметь представление о корпоративных информационных системах и базах данных;

уметь:

- работать с компьютером как средством управления информацией;
- применять информационные технологии для решения задач при создании рекламного продукта;
- работать с информацией в глобальных компьютерных сетях

владеть:

- программным обеспечением для работы с деловой информацией и основами Интернет-технологий;
- основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации.
- навыками в подготовке написании и рассылке пресс-релизов, рекламных и иных информационных материалов;

Прохождение НИР является базой для дальнейшего изучения курсов дисциплин направления, в частности «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью», «Информационные технологии в рекламе» и др., а также для прохождения последующих практик.

НИР организуется и проводится для студентов очной формы обучения на втором курсе;

5. ОБЪЁМ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ РАБОТЫ И ЕЁ ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ

Продолжительность НИР в соответствии с ФГОС ВО составляет две недели.

Общая трудоемкость учебной практики составляет 3 зачетных единицы 108 часов.

Перед началом НИР студент должен получить задание. Руководство осуществляется руководителем от института преподавателем дисциплин «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью», «Основы теории коммуникаций».

6. СОДЕРЖАНИЕ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ РАБОТЫ

НИР состоит из следующих этапов: подготовительный, основной, завершающий.

№	Разделы (этапы) практики	Виды учебной работы, на практике включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля
		Установочная лекция	Инструктаж по технике безопасности	Выполнение задания на учебную практику	Подведение итогов по результатам учебной	

					практик и	
1.	Подготовительный этап: инструктаж по технике безопасности, ознакомление с заданием НИР, правилами, подготовка плана НИР и его обсуждение с руководителем	2	2			групповая консультация,
2.	Основной этап Выполнение задания			88		Просмотр работ, опрос
3.	Завершающий этап (Изготовление образца, подготовка отчета)				4	дифференцированный зачет

Б2.П.2 ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Курс – 3 семестр – 6

Общая трудоемкость дисциплины – 4 недели, 216 час.

Работа на базе практики – 96 час.

Самостоятельная работа – 120 час.

Форма контроля – зачет с оценкой

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Целью практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью является:

- закрепление и расширение знаний, полученных студентами за время теоретического обучения на основе практического участия в деятельности предприятий, организаций, учреждений;

- формирование умения применять их в профессиональной деятельности;

- расширение практических навыков научно-исследовательской работы, а также получение необходимых общекультурных и профессиональных компетенций.

Основными принципами проведения производственной практики студентов являются интеграция теоретической и профессионально-практической, учебной и научно-исследовательской деятельности студентов.

В перечень общих задач производственной практики входит:

5. подготовка студентов к осознанному и углубленному изучению общепрофессиональных и специальных дисциплин;

6. освоение студентами профессиональных компетенций по избранной специальности;

7. освоение практических должностных обязанностей, предусмотренных направлением подготовки «Реклама и связи с общественностью» для различных государственных, политических, общественных, коммерческих структур.

К специфическим задачам производственной практики относятся:

5. ознакомление с общими принципами деятельности специалиста по связям с общественностью и рекламе в организации (учреждении), в которой проходят практику;

6. ознакомление с законодательной и нормативной базой деятельности служб (организаций, специалистов) по связям с общественностью и рекламе;

7. оказание помощи PR-менеджерам менеджерам по рекламе в их работе;

8. самостоятельное выполнение некоторых видов PR-работ и рекламных работ;

Также в ходе практики важно:

узнать:

- практические приемы и методы работы PR-специалистов и специалистов по рекламе,
- основы деловой коммуникации PR-специалистов и специалистов по рекламе,
- этические нормы PR- и рекламной деятельности,
- основные правовые нормы, регулирующие PR- и рекламную деятельность;

научиться:

- использовать полученные теоретические знания в практической деятельности;
- общим приемам профессиональной коммуникации;

- работать с информационными источниками и материалами;
- работать с использованием оргтехники;
- навыкам организации и проведения специальных мероприятий – презентаций, PR-акций, рекламных мероприятий контактов со СМИ;
- составлять отчеты о проделанной работе.

Полнота и степень детализации этих задач регламентируется в индивидуальном задании применительно к особенностям и возможностям конкретной базы практики, а также с учетом интересов будущего трудоустройства студентов.

Задача практики - закрепить профессиональные компетенции

2. СПОСОБЫ И ФОРМЫ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Производственная практика относится к циклу Б2 и является составной частью основной образовательной программы профессиональной подготовки студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.0301 «Реклама и связи с общественностью».

Практика базируется на компетенциях и умениях, формируемых при изучении дисциплин гуманитарного, социального и экономического, математического и профессионального циклов и предшествует изучению специальных курсов профессиональных дисциплин, производственной практике и выполнению выпускной квалификационной работы.

Проходит в конце 6-го семестра обучения.

Продолжительность практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности 4 недели (6 зачетных единиц).

Производственная практика предусматривает изучение процесса разработки рекламного продукта на всех этапах его производства в рекламных агентствах, а также изучение деятельности PR компаний, приобретение навыков разработки рекламы и сбор материалов для отчета.

Форма проведения практики может быть групповая или индивидуальная.

Основными принципами проведения практики студентов являются интеграция теоретической и профессионально-практической, учебной и научно-исследовательской деятельности студентов.

Способ проведения практики стационарный.

Руководство практикой осуществляется руководителем от института и руководителем от предприятия (места прохождения практики).

Руководитель практики от института организует производственную практику; консультирует студентов по вопросам практики, контролирует выполнение программы практики. Руководитель практики от предприятия знакомит студентов с исходными данными, планами, схемами, графиками, копиями основных документов, знакомит с организацией работ на конкретном рабочем месте, помогает выполнять задание на данном рабочем месте, консультирует по возникающим вопросам.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОП

В результате прохождения практики у обучающегося формируются компетенции и по итогам практики обучающийся должен продемонстрировать следующие результаты:

Код компетенции	Результаты освоения ОП	Перечень планируемых
------------------------	-------------------------------	-----------------------------

	<i>содержание компетенций (в соответствии с ФГОС)</i>	результатов обучения
ПК14	способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности	Знать: Основные понятия и структуру рекламного дела Уметь: Реализовывать теоретические знания в профессиональной сфере Владеть: Навыками реализации знаний при производстве рекламного продукта
ПК-15	владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве	Знать: Приемы и методы работы рекламных отделов Уметь: Организовывать работу рекламного агентства, маркетингового отдела Владеть: Навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве
ПК-16	способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы	Знать: Основные методы и способы подготовки к выпуску рекламного продукта Уметь: Реализовывать теоретические знания при подготовке и выпуске презентационных материалов Владеть: Навыками реализации знаний при производстве рекламного продукта, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы

4. МЕСТО ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СТРУКТУРЕ ОП

Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности требует знаний, умений и навыков, полученных студентами при изучении дисциплин 1-3 курсов обучения, базовой части, вариативной части и дисциплин по выбору.

Практика является составной частью Блока Б2 «Практики», которая базируется на дисциплинах «Социология массовых коммуникаций», «Основы теории коммуникаций», «Основы рекламы», «Информационные технологии в рекламе» и др.

Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности предусматривает самостоятельное изучение процесса разработки рекламной продукции и принципы работы отделов связей с общественностью.

Студент должен знать соответствующие методы и приемы выполнения практических заданий в области рекламы как сферы профессиональной деятельности, уметь работать с учебной литературой.

Полученный в ходе практики опыт и собранные материалы в дальнейшем следует использовать для выполнения курсовых работ, при изучении профессиональных дисциплин, при прохождении практики.

Студент, направляемый на практику по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности должен:

знать:

- приемы работы с объемными формами;

уметь:

- использовать рисунок в практике составления композиции

- разрабатывать эскизы, зарисовки объектов;

-выполнять обмеры объектов

-выполнять макеты объектов

владеть:

-навыками составления документации, содержащей исходную информацию

- принципами выбора техники исполнения рисунка обмеряемого объекта

-навыками разработки чертежей объектов.

Прохождение практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности является базой для дальнейшего изучения курсов дисциплин направления, в частности «Рисунок в интерьере», «Основы производственного мастерства», , успешного прохождения преддипломной практики, государственной итоговой аттестации а также для будущей профессиональной деятельности.

Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности организуется и проводится для студентов очной формы обучения на третьем курсе.

5. ОБЪЁМ ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ЕЁ ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ

Продолжительность практики в соответствии с ФГОС ВО составляет две недели.

Общая трудоемкость практики составляет 3 зачетных единицы 108 часов.

Практика проходит в зданиях, представляющих художественно-архитектурную ценность, в строительных компаниях, в дизайнерских студиях, в организациях и учреждениях, расположенных на территории РСО-Алания.

Также местом прохождения практики могут быть различные организации, занимающиеся творческой деятельностью на строительном рынке, архитектурные и дизайнерские мастерские исследовательских организаций, строительных фирм и др., требующие профессиональных знаний в области дизайна.

Место практики выбирается студентом, исходя из предоставляемого деканатом перечня или из собственных возможностей при наличии письменного согласия руководителя предприятия на проведение практики с указанием названия предприятия, его адреса, вида деятельности, телефона для осуществления контроля со стороны института. Выбор места прохождения производственной практики согласуется с кафедрой и руководителем практики для последующего получения от него индивидуального задания.

Перед прохождением практики студент должен изучить ее программу получить индивидуальное задание, выданное руководителем.

6. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Практика состоит из следующих этапов: подготовительный, основной, завершающий.

№	Разделы (этапы) практики	Виды учебной работы, на практике включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля
		Установочная лекция	Инструктаж по технике безопасности	Выполнение задания на учебную практику	Подведение итогов по результатам учебной практики	
1.	Подготовительный этап: инструктаж по технике безопасности, ознакомление с заданием практики, правилами прохождения практики, подготовка плана практики и его обсуждение с руководителем	4	4			групповая консультация,
2.	Основной этап Выполнение задания			80		просмотр
3.	Завершающий этап (выставка работ (макетов и чертежей), подготовка отчета)				8	дифференцированный зачет

Б2.П.3 ПРЕДДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА

Курс – 4 семестр –8

Общая трудоемкость дисциплины – 16 недель, 900 час.

Работа на базе практики – 384 час.

Самостоятельная работа – 576 час.

Форма контроля – зачет с оценкой

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

Целью преддипломной практики бакалавров по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» является:

- закрепление и расширение знаний, полученных студентами за время теоретического обучения на основе практического участия в деятельности предприятий, организаций, учреждений;

- формирование умения применять их в профессиональной деятельности;

- расширение практических навыков научно-исследовательской работы, а также получение необходимых общекультурных и профессиональных компетенций.

Основными принципами проведения преддипломной практики студентов являются интеграция теоретической и профессионально-практической, учебной и научно-исследовательской деятельности студентов.

В перечень общих задач преддипломной практики входит:

8. подготовка студентов к осознанному и углубленному изучению общепрофессиональных и специальных дисциплин;

9. освоение студентами профессиональных компетенций по избранной специальности;

10. освоение практических должностных обязанностей, предусмотренных направлением подготовки «Реклама и связи с общественностью» для различных государственных, политических, общественных, коммерческих структур.

К специфическим задачам преддипломной практики относятся:

9. ознакомление с общими принципами деятельности специалиста по связям с общественностью и рекламе в организации (учреждении), в которой проходят практику;

10. ознакомление с законодательной и нормативной базой деятельности служб (организаций, специалистов) по связям с общественностью и рекламе;

11. оказание помощи PR-менеджерам по рекламе в их работе;

12. самостоятельное выполнение некоторых видов PR-работ и рекламных работ;

Также в ходе практики важно:

узнать:

- практические приемы и методы работы PR-специалистов и специалистов по рекламе,
- основы деловой коммуникации PR-специалистов и специалистов по рекламе,
- этические нормы PR- и рекламной деятельности,
- основные правовые нормы, регулирующие PR- и рекламную деятельность;

научиться:

- использовать полученные теоретические знания в практической деятельности;
- общим приемам профессиональной коммуникации;
- работать с информационными источниками и материалами;
- работать с использованием оргтехники;
- первичным навыкам организации и проведения специальных мероприятий – презентаций, PR-акций, рекламных мероприятий контактов со СМИ;

- составлять отчеты о проделанной работе.

Полнота и степень детализации этих задач регламентируется в индивидуальном задании применительно к особенностям и возможностям конкретной базы практики, а также с учетом интересов будущего трудоустройства студентов.

2. СПОСОБЫ И ФОРМЫ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

Преддипломная практика относится к циклу Б2 и является составной частью основной образовательной программы профессиональной подготовки студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.0301 «Реклама и связи с общественностью».

Практика базируется на компетенциях и умениях, формируемых при изучении дисциплин 1-4 курсов и предшествует выполнению выпускной квалификационной работы.

Проходит в конце 8-го семестра обучения.

Продолжительность практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности 16 недели (25 зачетных единиц).

Практика предусматривает изучение процесса разработки рекламного продукта на всех этапах его производства в рекламных агентствах, а также изучение деятельности PR компаний, приобретение навыков разработки рекламы и сбор материалов для отчета.

Форма проведения практики может быть групповая или индивидуальная.

Основными принципами проведения практики студентов являются интеграция теоретической и профессионально-практической, учебной и научно-исследовательской деятельности студентов.

Способ проведения практики стационарный.

Руководство практикой осуществляется руководителем от института и руководителем от предприятия (места прохождения практики).

Руководитель практики от института организует производственную практику; консультирует студентов по вопросам практики, контролирует выполнение программы практики. Руководитель практики от предприятия знакомит студентов с исходными данными, планами, схемами, графиками, копиями основных документов, знакомит с организацией работ на конкретном рабочем месте, помогает выполнять задание на данном рабочем месте, консультирует по возникающим вопросам.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОП

В результате прохождения практики у обучающегося формируются компетенции и по итогам практики обучающийся должен продемонстрировать следующие результаты:

Код компетенции	Результаты освоения ОП <i>содержание компетенций (в соответствии с ФГОС)</i>	Перечень планируемых результатов обучения
ПК-6	способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	Знать: Основные понятия и структуру коммуникационной инфраструктуры организации Уметь: Реализовывать теоретические знания в профессиональной сфере Владеть:

		Навыками реализации знаний при создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации
ПК-7	способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	Знать: Приемы и методы работы отделов связей с общественностью Уметь: Организовывать работу отделов связей с общественностью Владеть: Навыками работы при планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий
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: Основные методы и способы подготовки к выпуску рекламного продукта Уметь: Реализовывать теоретические знания при подготовке и выпуске презентационных материалов Владеть: Навыками реализации знаний при производстве рекламного продукта, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы

4. МЕСТО ПРЕДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОП

Преддипломная практика требует знаний, умений и навыков, полученных студентами при изучении дисциплин 1-4 курсов обучения, базовой части, вариативной части и дисциплин по выбору.

Практика является составной частью Блока Б2 «Практики», которая базируется на дисциплинах «Социология массовых коммуникаций», «Основы теории коммуникаций», «Основы рекламы», «Информационные технологии в рекламе» и др.

Практика предусматривает самостоятельное изучение процесса разработки рекламной продукции и принципы работы отделов связей с общественностью.

Студент должен знать соответствующие методы и приемы выполнения практических заданий в области рекламы как сферы профессиональной деятельности, уметь работать с учебной литературой.

Полученный в ходе практики опыт и собранные материалы в дальнейшем следует использовать для выполнения ВКР.

Структурно-логическая схема формирования компетенции

Компетенция	Предшествующие дисциплины, модули, практики	Данная дисциплина	Последующие Дисциплины, модули, практики
ПК-6	Социология массовых коммуникаций Психология массовых коммуникаций Паблик рилейшнз	Преддипломная практика	
ПК-7	Государственная итоговая аттестация Основы менеджмента Основы маркетинга Массовые коммуникации и медиапланирование Паблик рилейшнз Речевое воздействие в рекламе Стилистика и речевое редактирование Деловое общение Эстетика		Государственная итоговая аттестация
ПК-8	Теория и практика массовой информации Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью Разработка и технология производства рекламного продукта Креативные технологии в рекламе Информационные технологии в рекламе Теория и практика фоторекламы Физика цвета и психология восприятия Основы брендинга		Государственная итоговая аттестация

Студент, направляемый на преддипломную практику должен:

знать:

- основные понятия и современные принципы работы с деловой информацией, а также иметь представление о корпоративных информационных системах и базах данных;
- принципы работы учреждений, организаций, предприятий, осуществляющих информационно-коммуникативную деятельность;

уметь:

- работать с компьютером как средством управления информацией;
- применять информационные технологии для решения задач при создании рекламного продукта;
- работать с информацией в глобальных компьютерных сетях;
- анализировать информационную среду в работе со СМИ

владеть:

- программным обеспечением для работы с деловой информацией и основами Интернет-технологий;
- основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации;
- навыками в подготовке написании и рассылке пресс-релизов, рекламных и иных информационных материалов;
- комплексом действий специалиста по связям с общественностью и рекламе в условиях рыночной экономики
- навыками в разработке и реализации коммуникационных проектов, рекламных стратегий, создании имиджа организации;

Прохождение практики является базой для дальнейшей успешной сдачи государственной итоговой аттестации.

Практика организуется и проводится для студентов очной формы обучения на 4 курсе.

5. ОБЪЁМ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ И ЕЁ ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ

Продолжительность практики в соответствии с ФГОС ВО составляет 16 недель.

Общая трудоемкость практики составляет 25 зачетных единицы, 900 часов.

Практика проходит в зданиях, в строительных компаниях, в дизайнерских студиях, в организациях и учреждениях, расположенных на территории РСО-Алания.

Перед прохождением практики студент должен изучить ее программу получить индивидуальное задание, выданное руководителем.

Место практики выбирается студентом, исходя из предоставляемого деканатом перечня или из собственных возможностей при наличии письменного согласия руководителя предприятия на проведение практики с указанием названия предприятия, его адреса, вида деятельности, телефона для осуществления контроля со стороны института. Выбор места прохождения производственной практики согласуется с кафедрой и руководителем практики для последующего получения от него индивидуального задания.

6. СОДЕРЖАНИЕ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

Практика состоит из следующих этапов: подготовительный, основной, завершающий.

№	Разделы (этапы) практики	Виды учебной работы, на практике включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля
		Установочная лекция	Инструктаж по технике безопасности	Выполнение задания на учебную практику	Подведение итогов по результатам учебной практики	
1.	Подготовительный этап: инструктаж по технике безопасности, ознакомление с заданием практики, правилами прохождения практики,	8	8			групповая консультация,

	подготовка плана практики и его обсуждение с руководителем					
2.	Основной этап Выполнение задания			360		просмотр
3.	Завершающий этап (выставка работ (макетов и чертежей), подготовка отчета)				8	дифференциро ванный зачет