

## АННОТАЦИЯ

программы производственной практики «Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности» по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Процесс прохождения производственной практики «Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности» направлен на формирование профессиональных компетенций:

- «*владение навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)*» (ПК-4);
- «*способность реализовывать проекты и владение методами их реализации*» (ПК-5);
- «*способность 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);
- «*способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы*» (ПК-8);
- «*способность проводить маркетинговые исследования*» (ПК-9);
- «*способность организовывать и проводить социологические исследования*» (ПК-10);
- «*способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов*» (ПК-11);
- «*способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации*» (ПК-12);
- «*способность под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия*» (ПК-13);
- «*способность реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности*» (ПК-14);
- «*владение навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве*» (ПК-15);
- «*способность под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы*» (ПК-16).

Целью производственной практики является формирование и развитие профессиональных знаний и навыков у студентов в сфере избранного направления обучения. В задачи производственной практики входит закрепление и углубление полученных теоретических знаний по общепрофессиональным и специальным дисциплинам, приобретение необходимых практических умений и навыков по избранному направлению, использование результатов практики в дальнейшей научно-исследовательской деятельности.

В результате прохождения производственной практики студент должен:

- *знать: принципы работы рекламных агентств, а также подразделений организации, ответственных за коммуникационную деятельность учреждения (PR-отдел, отдел рекламы, творческий отдел, пресс-служба и т.п.); практические приемы и методы работы специалистов по связям с общественностью и рекламе;*
- *уметь: работать в кооперации с сотрудниками подразделений организации, устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными агентствами;*

- владеть: навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, навыками литературного редактирования, копирайтинга; планирования работы отдела по связям с общественностью, организации и проведении коммуникационных кампаний; навыками разработки планов мероприятий, создания различных форматов рекламных материалов, используемых в сфере внешних и внутренних коммуникаций организации; навыками проведения маркетинговых и социологических исследований, конкурентного и ситуационного анализа;

- иметь опыт профессиональной деятельности в планировании и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации; проектировании программ и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью; создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации; разработке, подготовке к выпуску, производстве и распространении рекламной продукции; организации и проведении маркетинговых и социологических исследований; проектировании и технологическом обеспечении реализуемых проектов.

Производственная практика «Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности» включена в Блок 2 «Практики» **Б2.2.2**. Опирается на знания, полученные в ходе изучения курсов «Введение в специальность», «Основы интегрированных коммуникаций», «Основы теории коммуникаций», «Информационные и телекоммуникационные технологии в рекламе и связях с общественностью», «Теория и практика массовой информации», «Теория и практика связей с общественностью», «Основы копирайтинга», «Организация и проведение кампаний в рекламе и связях с общественностью», «Разработка и технологии производства рекламного продукта», «Организация работы отделов по связям с общественностью», «Организация работы рекламных агентств», «Основы проектной деятельности в рекламе и связях с общественностью».

Полученные знания, умения и навыки необходимы для прохождения преддипломной практики, дальнейшей работы по специальности, а также при организации собственного дела.

Общая трудоемкость производственной практики составляет 15 зачетных единиц (540 часов для очной и заочной форм обучения).