

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Баламирзоев Назим Лидович
Должность: И.о. ректора
Дата подписания: 13.08.2023 22:24:18
Уникальный программный ключ:
2a04bb882d7edb7f479cb266eb4aaadebeea849

АННОТАЦИИ РАБОЧИХ ПРОГРАММ ПРАКТИК и ГИА
основной профессиональной образовательной программы
подготовки бакалавров

направление подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

профиль подготовки

***«Реклама и связи с общественностью Реклама и связи с
общественностью в сфере государственного и муниципального
управления»***

ПРАКТИКИ, В ТОМ ЧИСЛЕ ГЭК

УЧЕБНАЯ (ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНАЯ) ПРАКТИКА

Закрепление и углубление теоретической подготовки студентов, приобретение ими первых практических навыков и компетенций, а так же опыта самостоятельной профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью; адаптация студентов к профессиональной деятельности в условиях действующих предприятий (организаций); знакомство с реальной практической работой предприятия, изучение истории, состояния и перспектив развития организации; изучение опыта организации управления, анализ организационной структуры и должностных обязанностей сотрудников. Основы организации трудовой деятельности по избранному профилю, документообороту, распределению обязанностей, должностные инструкции, правилами размещения материалов в СМИ; культура труда, этика сотрудника, соблюдение требований охраны труда; сбор материалов (нормативные документы, учебные и аналитические материалы, статистические данные) в рамках полученного индивидуального задания; проведение анализа и систематизация собранных материалов и показателей; развитие навыков презентации и защиты результатов выполняемой работы; освоение работы с разнообразными источниками информации, умение систематизировать и обобщать результаты по индивидуальным заданиям.

УЧЕБНАЯ (ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНАЯ) ПРАКТИКА

Закрепление и углубление теоретической подготовки студентов, приобретение ими первых практических навыков и компетенций, а так же опыта самостоятельной профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью; адаптация студентов к профессиональной деятельности в условиях действующих предприятий (организаций); знакомство с реальной практической работой предприятия, изучение истории, состояния и перспектив развития организации; изучение опыта организации управления, анализ организационной структуры и должностных обязанностей сотрудников. Основы организации трудовой деятельности по избранному профилю, документообороту, распределению обязанностей, должностные инструкции, правилами размещения материалов в СМИ; культура труда, этика сотрудника, соблюдение требований охраны труда; сбор материалов (нормативные документы, учебные и аналитические материалы, статистические данные) в рамках полученного индивидуального задания; проведение анализа и систематизация собранных материалов и

показателей; развитие навыков презентации и защиты результатов выполняемой работы; освоение работы с разнообразными источниками информации, умение систематизировать и обобщать результаты по индивидуальным заданиям.

УЧЕБНАЯ (ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНАЯ) ПРАКТИКА

Общая характеристика агентства; специализация агентства; существующая на предприятии практика планирования и проведения рекламных и других коммуникационных кампаний; порядок заключения и реализации договоров по оказанию рекламных услуг или услуг по связям с общественностью; используемые в агентстве методы и порядок ценообразования на предоставляемые услуги; практика составления медиапланов; основные этапы и технология процесса разработки рекламного и СО продукта; организация взаимоотношений с заказчиками; порядок формирования рекламного бюджета; основные каналы распространения рекламы производимой продукции; основные этапы и технология процесса разработки рекламного и СО продукта; оценка эффективности рекламной деятельности. Выполнение реальных работ закрепление теоретических знаний, полученные студентами при изучении дисциплин направления. Приобретение практических навыков, необходимые в будущей профессиональной деятельности и опыта работы в области рекламного дела. Последовательное расширение и усложнение формируемых у студентов умений и практических навыков по мере перехода от одного вида практики к другому; связь практики с теоретическими основами обучения. Тематическая направленность и содержание практики определяются её видом. Содержание базируется на материалах лекций, программах семинарских и практических занятий, курсовых работ, изучаемых и выполняемых на соответствующем курсе обучения, а также с тематикой госбюджетных и хоздоговорных НИР, выполняемых на кафедре.

ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ (ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКАЯ) ПРАКТИКА

Освоение новых методов планирования, организации и проведения рекламных и PR-кампаний. Изучение специфики проведение маркетинговых исследований.

Исследование и разработка концептуальных основ продвижения коммерческого предприятия. Изучение специфики проведения маркетинговых исследований и социологических исследований. Ситуационный анализ рынка, исследование конкурентной среды. Исследование и разработка рыночной и рекламной стратегии продвижения товара на рынок. Организация индивидуальной и коллективной творческой работы в рамках планирования и проведения рекламной и PR-кампании. Разработка рекламного креатива на основе результатов исследований. Освоение методов анализа эффективности рекламной и PR-кампании. Руководство осуществлением профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью. Специфика проектной деятельности в области рекламы и связей с общественностью.

ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ (ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКАЯ) ПРАКТИКА

Освоение новых методов планирования, организации и проведения рекламных и PR-кампаний. Изучение специфики проведение маркетинговых исследований. Исследование и разработка концептуальных основ продвижения коммерческого предприятия. Изучение специфики проведения маркетинговых исследований и социологических исследований. Ситуационный анализ рынка, исследование конкурентной среды. Исследование и разработка рыночной и рекламной стратегии продвижения товара на рынок. Организация индивидуальной и коллективной творческой работы в рамках планирования и проведения рекламной и PR-кампании. Разработка рекламного креатива на основе результатов исследований. Освоение методов анализа эффективности рекламной и PR-кампании.

Руководство осуществлением профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью. Специфика проектной деятельности в области рекламы и связей с общественностью.

ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ (ПРЕДДИПЛОМНАЯ) ПРАКТИКА

Преддипломная практика относится к обязательной части учебного плана. Она обеспечивает логическую взаимосвязь между требованиями к практической деятельности и теоретическими знаниями. Практика базируется на изучение сферы деятельности, структуры предприятия, его организационно-правовой формы, маркетинговой коммуникационной, или рекламной деятельности; участие студента-выпускника в практической работе на функциональном рабочем месте в соответствии со специализацией; способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации. Навыки по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации и навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами; осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью; проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, проведение маркетинговых исследований на предприятии; сбор и обработка материалов для подготовки и написания выпускником квалификационной работы; владеть навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт).

ЗАЩИТА ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

Подбор литературы, ее изучение и обработка. Составление библиографии по основным источникам. Накопление, систематизация анализ практических материалов. Подготовка текста выпускной квалификационной работы. Оформление текста выпускной квалификационной работы к защите.