

# ПРЕДДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА

## 1. Цели проведения практики

Участие студента в работе рекламных служб и служб по связям с общественностью, закрепление и углубление теоретической подготовки, приобретение практических навыков и опыта самостоятельной профессиональной деятельности, накопление материала для написания дипломной работы.

## 2. Место практики в структуре ОПОП

Для прохождения практики «Преддипломная практика» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Основы интегрированных коммуникаций», «Основы маркетинга», «Основы менеджмента», «Основы организации отделов рекламы и связей с общественностью», «Профессионально-этические основы взаимодействия со СМИ в рекламе и связях с общественностью», «Реклама в коммуникационном процессе», «Связи с общественностью и общественное мнение», «Теория и практика массовой информации», «Теория и практика связей с общественностью», «История рекламы», «История связей с общественностью», «Политическая реклама», «Социальная реклама», прохождения практик «Научно-исследовательская работа», «Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков (коммуникационная)», «Практика по получению первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности (организационно-управленческая)», «Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью».

## 3. Требования к результатам прохождения практики

В результате прохождения практики выпускник должен обладать следующими компетенциями:

- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);
- 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).

**В результате прохождения практики обучающийся должен:**

### *знать*

- формулировать и обосновывать цели своей практической деятельности на различных этапах исследовательской работы;
- виды методов исследования, специфику их применения;
- требования к подготовке индивидуального отчета о практической деятельности;

### *уметь*

- составлять и обсуждать с научным руководителем план дипломной работы, выделять проблемные моменты;
- составлять программу эмпирического исследования с обоснованием методологического аппарата;
- обосновать и представить индивидуальный отчет на заключительной конференции по практике;

### *владеть*

- теоретическими знаниями в области изучаемой проблемы;
- общими способами построения исследовательской работы;
- навыками оформления и анализа результатов исследования в законченный вариант.

#### **4. Объём и продолжительность практики**

количество зачётных единиц – 6,  
общая продолжительность практики – 4 нед.,  
распределение по семестрам – 8.

#### **5. Краткое содержание практики**

Подготовительный этап.

Обсуждение плана работы на практике по теме дипломного исследования, написание плана дипломной работы

Основной этап.

Выполнение профессиональных функций специалиста по рекламе и связям с общественностью на практике, обсуждение с научным руководителем предварительного текста дипломной работы, уточнение структуры и методики исследования, проведение и описание собственного исследования (или апробация проекта)

Итоговый этап.

Подготовка индивидуального отчета о прохождении практики, защита отчета на конференции. Оформление результатов собственного исследования. Оформление дипломной работы с включением рекомендаций по усовершенствованию работы организации

#### **6. Разработчик**

Овсянникова Татьяна Владимировна, канд. социол. наук, доцент кафедры социальной работы.