

# **ПРАКТИКА ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПЕРВИЧНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ)**

## **1. Цели проведения практики**

Развитие и систематизация, расширение и закрепление профессиональных знаний, формирование у студентов навыков ведения самостоятельной научно-исследовательской деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.

## **2. Место практики в структуре ОПОП**

Для прохождения практики «Практика по получению первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности (организационно-управленческая)» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Основы интегрированных коммуникаций», «Теория и практика массовой информации», «Теория и практика связей с общественностью», прохождения практики «Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков (коммуникационная)».

Прохождение данной практики является необходимой основой для последующего изучения дисциплин «Выставочное дело», «Консалтинг в связях с общественностью», «Корпоративный менеджмент», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Основы организации отделов рекламы и связей с общественностью», «Реклама в коммуникационном процессе», «Технология создания имиджа в рекламе и связях с общественностью», «Политическая реклама», «Социальная реклама», прохождения практик «Научно-исследовательская работа», «Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью», «Преддипломная практика».

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

**В результате прохождения практики обучающийся должен:**

### ***знать***

- основные виды и характеристику направлений деятельности в сфере рекламы и связи с общественностью;
- технологии и инструменты рекламы и связей с общественностью, направленные на продвижение организации и взаимодействие с общественностью;

### ***уметь***

- выявлять, формулировать проблемы в сфере рекламы и связей с общественностью на основе проведения прикладных исследований;

– применять знания по формированию публичного капитала организации, взаимодействию со СМИ;

***владеет***

– методами прикладных исследований;

– методикой представления результатов научной и практической деятельности в формах отчетов, рефератов, публикаций и дискуссий.

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

количество зачётных единиц – 6,

общая продолжительность практики – 4 нед.,

распределение по семестрам – 5.

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

Подготовительный этап.

Анализ современных проблем в области научных исследований и разработок в сфере РиСО, составление плана исследования, библиографического списка с привлечением современных информационных технологий и

Исследовательский этап.

Основные виды и общая характеристика технологий и инструменты в сфере РиСО, проведение исследования с использованием выбранных методов на базе исследования. Оформление результатов научно-практической деятельности в форме отчета

#### **6. Разработчик**

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