

ПРАКТИКА ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПЕРВИЧНЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ (КОММУНИКАЦИОННАЯ)

1. Цели проведения практики

Формирование у будущих специалистов по связям с общественностью представлений о специфике коммуникативной деятельности по связям с общественностью.

2. Место практики в структуре ОПОП

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

Прохождение данной практики является необходимой основой для последующего изучения дисциплин «Коммуникационный менеджмент», «Консалтинг в связях с общественностью», «Организация и проведение мероприятий в сфере рекламы и связей с общественностью», «Основы правового регулирования рекламно-информационной деятельности», «Профессионально-этические основы взаимодействия со СМИ в рекламе и связях с общественностью», «Связи с общественностью и общественное мнение», «Технология создания имиджа в рекламе и связях с общественностью», «Организация и проведение коммуникационной кампании», «Связи с общественностью и организационная культура», прохождения практик «Научно-исследовательская работа», «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», «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 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).

В результате прохождения практики обучающийся должен:

знать

- основные требования к структуре отчетных документов по практике;
- должностные обязанности специалиста по связям с общественностью, содержание видов деятельности специалиста по связям с общественностью в организации;
- специфику коммуникативной деятельности организации;

уметь

- анализировать коммуникативной деятельности организации;

владеть

- средствами групповой работы с применением ресурсов сети Интернет;
- технологиями оценки коммуникативной деятельности организации.

4. Объём и продолжительность практики

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

5. Краткое содержание практики

Вводное занятие.

Определение целей, задач и подготовка индивидуального плана работы в ходе ознакомительной практики. Участие в установочной конференции. Завершение изучения методической литературы по вопросам, предусмотренным в программе практики. На основе изученных теоретических, и нормативных материалов сформировать ориентировочный план работы в ходе прохождения практики. Разработка вопросов для проведения интервью с педагогом-психологом.

Знакомство с видами и средствами деятельности специалиста по связям с общественностью. Ознакомление студентов с функциональными обязанностями специалиста по связям с общественностью, методами его работы, а также с основными видами используемой документации.

Анализ коммуникативной деятельности организации.

Система научно-практических знаний в области организации и проведения кампаний в сфере связей с общественностью и реализация их в профессиональной деятельности

6. Разработчик

Млечко Лидия Евгеньевна, канд. пед. наук, доцент кафедры социальной работы.