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 «Введение в коммуникационные специальности», «Зарубежная литература», «Зарубежная философия», «Иностранный язык», «Иностранный язык в рекламе и связях с общественностью», «Интегрированные коммуникации», «Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях», «Культура речи», «Культурология», «Мировая художественная культура», «Общественные и государственные институты в современном мире», «Организация и проведение коммуникационных кампаний», «Основы социологии», «Основы теории коммуникации: деловые и межличностные коммуникации», «Отечественная литература», «Политология», «Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы», «Психология», «Психология рекламы и связей с общественностью», «Русская философия», «Русский язык», «Социология рекламы и связей с общественностью», «Теория и практика медиакоммуникаций», «Теория и практика рекламы», «Теория и практика связей с общественностью», «Цифровые коммуникации», «Экономика», «Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы», «Управление исследованием и организация ситуационного анализа в проектировании», прохождения практик «Профессионально-ознакомительная практика», «Профессионально-творческая практика», «Учебная практика: Практика получению первичных умений и навыков».

3. Требования к результатам прохождения практики

В результате прохождения практики выпускник должен обладать следующими компетенциями:
– способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1);
– способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем (ОПК-1);
– способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах (ОПК-2);
– способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов (ОПК-3);
– способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности (ОПК-4);
– способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования (ОПК-5);
– способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии (ОПК-6);

– способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности (ОПК-7).

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 представать индивидуальный отчет на заключительной конференции по практике;
владеть
– теоретическими знаниями в области изучаемой проблемы;
– общими методами построения исследовательской работы;
– навыками оформления и анализа результатов исследования в законченный вариант.

4. Объём и продолжительность практики

количество зачётных единиц – 5.8888888888889,
общая продолжительность практики – 3.9259259259259 нед.,
распределение по семестрам – 5 курс, лето.

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 общественнностью 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 ндивидуального отчет о прохождении практики, защита отчета на конференции. Оформление результатов собственного исследования. Оформление дипломной работы с включением рекомендаций по усовершенствованию работы оргнаизации

6. Разработчик

Овсянникова Татьяна Владимировна, канд. социол. наук, доцент кафедры социальной работы ГОУ ВО «ВГСПУ».