

Практики 2016

АННОТАЦИЯ

Производственная практика: практика в профессиональной сфере

Направление подготовки: 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью"

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 2-й семестр, 4-го года обучения

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Практика в профессиональной сфере как вид производственной практики входит в вариативную часть ООП бакалавриата и является обязательной для освоения. «Производственная практика: практика в профессиональной сфере» логически и содержательно-методически взаимосвязана с такими дисциплинами ООП, как «Математика», «История мирового искусства», «История мирового кино», «Основы интегрированных коммуникаций», «Правоведение», «Психология личности», «Социология», «Основы теории коммуникации», «Основы конфликтологии», «Теория и практика массовой информации», «Основы маркетинга», «Основы менеджмента», «Организация работы отделов по связям с общественностью и рекламы». «ИМК в Интернет», «Основы брендинга», «Социология сетевых коммуникаций», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Основы медиапланирования», «Блоггинг», а также с другими видами производственной практики, ГИА.

Общая трудоемкость практики в профессиональной сфере составляет 6 зачетных единиц (216 часов).

Основная **цель** «Производственной практики: практики в профессиональной сфере» состоит в закреплении, расширении и систематизации знаний, полученных при освоении специальных дисциплин, на основе изучения деятельности отдела связей с общественностью в конкретной организации (общественной, производственной, коммерческой структуре, средстве массовой информации); приобретение практического опыта работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве.

Задачи «Производственной практики: практики в профессиональной сфере»:

- 1) ознакомление с предприятием (организацией) как объектом производственной практики, включая изучение нормативно-правовой документации, регулирующей деятельности организации;
- 2) закрепление, углубление и развитие знаний, полученных студентами в процессе теоретической подготовки в предшествующий период обучения, включая формирование навыков проведения социологических и маркетинговых исследований;
- 3) приобретение обучающимися опыта научно-исследовательской и управленческой работы в организациях;
- 4) приобретение умений и выработка навыков по подготовке и проведению коммуникационных кампаний и мероприятий, а также по планированию своей деятельности и деятельности фирмы;
- 5) изучение и проектирование рекламного и PR-продукта, технологии его изготовления.

В результате прохождения «Производственной практики: практики в профессиональной сфере» у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **компетенции**:

- ОК-4 – способность использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности;
- ОК-7 – способность к самоорганизации и самообразованию;
- ОПК-1 – способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;
- ОПК-5 – умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;
- ПК-2 – владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы;
- ПК-7 – способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;
- ПК-9 – способность проводить маркетинговые исследования;
- ПК-10 – способность организовывать и проводить социологические исследования;
- ПК-12 – способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;

– ПК-15 - владение навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение срока прохождения практики. Промежуточная аттестация проходит по окончании практики в форме публичной защиты. Соответствующие ФОС разработаны.

Форма итогового контроля: оценка.

АННОТАЦИЯ

Производственная практика: научно-исследовательская работа (НИР)

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 2-й семестр 3-го года обучения и 2-й семестр 4-го года обучения.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Такой вид производственной практики как НИР входит в вариативную часть ООП бакалавриата, является обязательной для изучения. НИР логически и содержательно-методически взаимосвязана с такими дисциплинами ООП как «Профессиональные стандарты в PR и рекламе», «Основы интегрированных коммуникаций», «Организация специальных мероприятий», «История рекламы и связей с общественностью», «Генезис рекламы и PR: анализ интерпретаций», «Политология», «Социология массовых коммуникаций», «Учебная практика: профильные мастерские», «Психология массовых коммуникаций», «Введение в имиджелогия», «Организация работы отделов по связям с общественностью и рекламы», «Искусство продаж», «Основы медиапланирования», «Блоггинг», а также со всеми видами производственной практики и ГИА.

Общая трудоемкость практики составляет 12 зачетных единицы (432 часа).

Основными **целями** НИР, как разновидности производственной практики, являются - создание условий формирования творческой активности, самостоятельности студентов направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» в их научной работе; развитие и повышение качества научных исследований и разработок обучающихся; формирование у студентов навыков и умений научного познания и отображения мыслей в виде аналитической записки, статьи, тезисах или документах другой отчетной формы; способствование подготовке студентами теоретических материалов к написанию выпускной квалификационной работы (ВКР) бакалавра по направлению «Реклама и связи с общественностью».

Задачи «Производственной практики: НИР» заключаются:

- в формировании навыков самостоятельного анализа информации и выводов;
- в развитии аналитического и творческого мышления у студентов;
- в способности анализировать и делать выводы на основе вторичной информации о деятельности рекламных служб и служб по связям с общественностью;
- в овладении навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов;
- в способности под контролем разрабатывать, осуществлять и анализировать рекламные кампании и мероприятия, их эффективность и потенциал;
- в умении анализировать научную и иную информацию для составления рекомендаций или для принятия управленческого решения в области рекламы и связей с общественностью в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации.

В результате прохождения «Производственной практики: НИР» у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **профессиональные компетенции:**

- ПК-1 - способность 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-5 - способность реализовывать проекты и владением методами их реализации;
- ПК-11 - способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов;
- ПК-12 - способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;
- ПК-13 - способность под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия;
- ПК-14 - способность реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение срока прохождения практики. Промежуточная аттестация проходит по окончании практики. Соответствующие ФОС разработаны.

Формы итогового контроля: дифференцированный зачет; дифференцированный зачет.

АННОТАЦИЯ

Производственная практика: преддипломная практика

Направление подготовки: 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью"

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 2-й семестр, 4-го года обучения

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Преддипломная практика является разновидностью производственной практики, входит в вариативную часть ООП бакалавриата и является обязательной для освоения. «Производственная практика: преддипломная практика» логически и содержательно-методически взаимосвязана с такими дисциплинами ООП, как «Иностранный язык», «Русский язык и культура речи», «Психология личности», «Компьютерные технологии и информатика», «Основы интегрированных коммуникаций», «История мирового искусства», «История мирового кино», «Организация специальных мероприятий», «Шедевры мировой литературы», «История русской и зарубежной литературы», «Философия», «Политология», «История рекламы и связей с общественностью», «Генезис рекламы и PR: анализ интерпретаций», «Стилистика», «Стилистические особенности современного русского языка», «Основы бухгалтерского учета», «Основы менеджмента», «Психология массовых коммуникаций», «Технологии управления общественным мнением», «Введение в имиджелогия», «Организация работы отделов по связям с общественностью и рекламы», «Социология массовых коммуникаций», «Искусство продаж», «Основы медиапланирования», «Блоггинг», а также с «Учебной практикой: профильные мастерские», другими видами производственной практики и ГИА.

Общая трудоемкость преддипломной практики составляет 6 зачетных единиц (216 часов).

Основная **цель** «Производственной практики: преддипломной практики» состоит в подготовке к защите выпускной квалификационной работы (ВКР) бакалавра по направлению «Реклама и связи с общественностью».

Задачи преддипломной практики:

- 1) ознакомление с актуальными концепциями и теориями социально-философского знания, изучающими социальные коммуникации сетевого общества;
- 2) формирование нового знания, касающегося изучения частных аспектов сферы социальных коммуникаций сетевого общества;
- 3) применение аналитических навыков и умений студентов для систематизации информации о коммуникационной инфраструктуре базисного субъекта;
- 4) практическое участие студентов в организации внутреннего и внешнего коммуникационного аудита организации;
- 5) разработка и реализация коммуникационного проекта, а также модели оценки его эффективности, исходя из целей и задач базисного субъекта рекламной или PR-деятельности, исследуемой в рамках ВКР;
- 6) выявление и формулирование актуальных коммуникационных проблем базисного субъекта рекламной или PR-деятельности, исследуемой в рамках ВКР на основе сбора, систематизации и анализа информации из различных источников с применением информационно-коммуникационных технологий;

- 7) составление студентами аналитических справок, отчетов и прогнозов для базисного субъекта рекламной и PR-деятельности, включая работу с источниками на иностранном языке;
- 8) планирование и организация рекламных кампаний и кампаний по связям с общественностью;
- 9) разработка механизмов контроля, оценки эффективности и корректировки стратегий, планов, кампаний и отдельных мероприятий базисного субъекта в области рекламы и связей с общественностью.

В результате прохождения преддипломной практики у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **компетенции**:

- ОК-1- способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции;
- ОК-5 - способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;
- ОК-7 - способность к самоорганизации и самообразованию;
- ОПК-4 - умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;
- ОПК-6 - способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;
- ПК-5 - способность реализовывать проекты и владение методами их реализации;
- ПК-11 - способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов;
- ПК-12 - способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;
- ПК-13 - способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия;
- ПК-14 - способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности;
- СПК-1 - владением технологиями формирования и управления имиджем социального субъекта в сети Интернет.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение срока прохождения практики. Промежуточная аттестация проходит по окончании практики в форме публичной защиты. Соответствующие ФОС разработаны.

Форма итогового контроля: оценка.

АННОТАЦИЯ

Учебная практика: профильные мастерские

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 1 и 2-й семестр, 2-го года обучения

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Профильные мастерские как вид учебной практики входит в вариативную часть ООП бакалавриата и является обязательной для освоения. «Учебная практика: профильные мастерские» логически и содержательно-методически взаимосвязана с такими дисциплинами ООП, как «Психология личности», «Социология массовых коммуникаций», а также с другими видами производственной практики, ГИА.

Общая трудоемкость профильного проекта как вида производственной практики составляет 9 зачетных единиц (324 часа).

Целями «Учебной практики: профильные мастерские» являются: закрепление навыков, полученных в период изучения общих и специализированных дисциплин; реализация личностно ориентированного учебного процесса; расширение возможностей выстраивания индивидуальной образовательной траектории; формирование профессиональных навыков, необходимых для выполнения должностных обязанностей в соответствии с квалификационными требованиями к бакалаврам по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью», выбранному профилю.

Задачи «Учебной практики: профильные мастерские» способствовать:

- закреплению теоретического материала, полученного в процессе изучения общепрофессиональных и специальных профильных дисциплин;
- получению первичных профессиональных навыков, включая освоение технологий видеопродакшн, контент-менеджмента, комьюнити-менеджмента, SEO-копирайтинга, копирайтинга, event-менеджмента, организации и проведении маркетинговых и социологических исследований и др. *(по выбору)*;
- приобретению навыков организационно-управленческой работы с малыми коллективами;
- сбору, обработке, анализу и систематизации научно-практической информации по теме (заданию);
- участию под контролем в осуществлении PR, рекламных и маркетинговых кампаний и мероприятий;
- разработки и реализации под контролем коммуникационного офф- и\или онлайн проекта.

В результате прохождения «Учебной практики: профильные мастерские» у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие ключевые **профессиональные компетенции**:

- ПК-3 – владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами;
- ПК-13 – способность под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение срока прохождения практики. Промежуточная аттестация проходит по окончании практики, с обязательным предоставлением письменного отчета. Соответствующие ФОС разработаны.

Форма итогового контроля: дифференцированный зачет, дифференцированный зачет.

АННОТАЦИЯ

Производственная практика: профильный проект

Направление подготовки: 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью"

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 1 и 2-й семестр, 3-го года обучения

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Профильный проект как вид производственной практики входит в вариативную часть ООП бакалавриата и является обязательной для освоения. «Производственная практика: профильный проект» логически и содержательно-методически взаимосвязана с такими дисциплинами ООП, как «Основы интегрированных коммуникаций», «Организация специальных мероприятий», «Основы теории коммуникации», «Организация работы отделов по связям с общественностью и рекламы», «Психология массовых коммуникаций», «Социология сетевых коммуникаций», а также с другими видами производственной практики, ГИА.

Общая трудоемкость профильного проекта как вида производственной практики составляет 9 зачетных единиц (324 часа).

Основной **целью** «Производственной практики: профильный проект» является создание бакалавром по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» профильного проекта - итоговой студенческой работы, имеющей самостоятельный, научно-исследовательский или практико-ориентированный характер, отражающей содержание проектной, научно-исследовательской деятельности студента в рамках профильных мастерских кафедры социальных коммуникаций ФП ТГУ, в рамках других коммуникационных офф- и онлайн, исследовательских проектов, участником которых является студент.

Задачи «Производственной практики: профильный проект» способствовать:

- закреплению теоретического материала, полученного обучающимися в процессе изучения общепрофессиональных и специальных дисциплин;
- реализации знаний студентов в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности;
- сбору, обработке, анализу и систематизации научно-практической информации;
- реализации студентами коммуникационных офф- и онлайн, исследовательских проектов, участником которых они являются;

- участие обучающихся в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;
- развитию навыков написания научных текстов.

В результате прохождения «Производственной практики: профильный проект» у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие ключевые **профессиональные компетенции:**

- ПК-5 – способность реализовывать проекты и владение методами их реализации;
- ПК-7 – способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;
- ПК-14 - способность реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение срока прохождения практики. Промежуточная аттестация проходит по окончании практики в форме публичной защиты части и/или всего проекта. Соответствующие ФОС разработаны.

Форма итогового контроля: дифференцированный зачет, дифференцированный зачет.

Практики 2015

АННОТАЦИЯ

Производственная практика: практика в профессиональной сфере

Направление подготовки: 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью"

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 2-й семестр, 4-го года обучения

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Практика в профессиональной сфере как вид производственной практики входит в вариативную часть ООП бакалавриата и является обязательной для освоения. «Производственная практика: практика в профессиональной сфере» логически и содержательно-методически взаимосвязана с такими дисциплинами ООП, как «Математика», «История мирового искусства», «История мирового кино», «Основы интегрированных коммуникаций», «Правоведение», «Психология личности», «Социология», «Основы теории коммуникации», «Основы конфликтологии», «Теория и практика массовой информации», «Основы маркетинга», «Основы менеджмента», «Организация работы отделов по связям с общественностью и рекламы». «ИМК в Интернет», «Основы брендинга», «Социология сетевых коммуникаций», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Основы медиапланирования», «Блоггинг», а также с другими видами производственной практики, ГИА.

Общая трудоемкость практики в профессиональной сфере составляет 6 зачетных единиц (216 часов).

Основная **цель** «Производственной практики: практики в профессиональной сфере» состоит в закреплении, расширении и систематизации знаний, полученных при освоении специальных дисциплин, на основе изучения деятельности отдела связей с общественностью в конкретной организации (общественной, производственной, коммерческой структуре, средстве массовой информации); приобретение практического опыта работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве.

Задачи «Производственной практики: практики в профессиональной сфере»:

6) ознакомление с предприятием (организацией) как объектом производственной практики, включая изучение нормативно-правовой документации, регулирующей деятельности организации;

7) закрепление, углубление и развитие знаний, полученных студентами в процессе теоретической подготовки в предшествующий период обучения, включая формирование навыков проведения социологических и маркетинговых исследований;

8) приобретение обучающимися опыта научно-исследовательской и управленческой работы в организациях;

- 9) приобретение умений и выработка навыков по подготовке и проведению коммуникационных кампаний и мероприятий, а также по планированию своей деятельности и деятельности фирмы;
- 10) изучение и проектирование рекламного и PR-продукта, технологии его изготовления.

В результате прохождения «Производственной практики: практики в профессиональной сфере» у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **компетенции**:

- ОК-4 – способность использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности;
- ОК-7 – способность к самоорганизации и самообразованию;
- ОПК-1 – способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;
- ОПК-5 – умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;
- ПК-2 – владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы;
- ПК-7 – способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;
- ПК-9 – способность проводить маркетинговые исследования;
- ПК-10 – способность организовывать и проводить социологические исследования;
- ПК-12 – способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;
- ПК-15 – владение навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение срока прохождения практики. Промежуточная аттестация проходит по окончании практики в форме публичной защиты. Соответствующие ФОС разработаны.

Форма итогового контроля: оценка.

АННОТАЦИЯ

Производственная практика: научно-исследовательская работа (НИР)

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 2-й семестр 3-го года обучения и 2-й семестр 4-го года обучения.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Такой вид производственной практики как НИР входит в вариативную часть ООП бакалавриата, является обязательной для изучения. НИР логически и содержательно-методически взаимосвязана с такими дисциплинами ООП как «Профессиональные стандарты в PR и рекламе», «Основы интегрированных коммуникаций», «Организация специальных мероприятий», «История рекламы и связей с общественностью», «Генезис рекламы и PR: анализ интерпретаций», «Политология», «Социология массовых коммуникаций», «Учебная практика: профильные мастерские», «Психология массовых коммуникаций», «Введение в имиджелогия», «Организация работы отделов по связям с общественностью и рекламы», «Искусство продаж», «Основы медиапланирования», «Блоггинг», а также со всеми видами производственной практики и ГИА.

Общая трудоемкость практики составляет 12 зачетных единицы (432 часа).

Основными **целями** НИР, как разновидности производственной практики, являются - создание условий формирования творческой активности, самостоятельности студентов направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» в их научной работе; развитие и повышение качества научных исследований и разработок обучающихся; формирование у студентов навыков и умений научного познания и отображения мыслей в виде аналитической записки, статьи, тезисах или документах другой

отчетной формы; способствование подготовке студентами теоретических материалов к написанию выпускной квалификационной работы (ВКР) бакалавра по направлению «Реклама и связи с общественностью».

Задачи «Производственной практики: НИР» заключаются:

- в формировании навыков самостоятельного анализа информации и выводов;
- в развитии аналитического и творческого мышления у студентов;
- в способности анализировать и делать выводы на основе вторичной информации о деятельности рекламных служб и служб по связям с общественностью;
- в овладении навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов;
- в способности под контролем разрабатывать, осуществлять и анализировать рекламные кампании и мероприятия, их эффективность и потенциал;
- в умении анализировать научную и иную информацию для составления рекомендаций или для принятия управленческого решения в области рекламы и связей с общественностью в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации.

В результате прохождения «Производственной практики: НИР» у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **профессиональные компетенции**:

- ПК-1 - способность 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-5 - способность реализовывать проекты и владением методами их реализации;
- ПК-11 - способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов;
- ПК-12 - способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;
- ПК-13 - способность под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия;
- ПК-14 - способность реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение срока прохождения практики. Промежуточная аттестация проходит по окончании практики. Соответствующие ФОС разработаны.

Формы итогового контроля: дифференцированный зачет; дифференцированный зачет.

АННОТАЦИЯ

Производственная практика: преддипломная практика

Направление подготовки: 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью"

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 2-й семестр, 4-го года обучения

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Преддипломная практика является разновидностью производственной практики, входит в вариативную часть ООП бакалавриата и является обязательной для освоения. «Производственная практика: преддипломная практика» логически и содержательно-методически взаимосвязана с такими дисциплинами ООП, как «Иностранный язык», «Русский язык и культура речи», «Психология личности», «Компьютерные технологии и информатика», «Основы интегрированных коммуникаций», «История мирового искусства», «История мирового кино», «Организация специальных мероприятий», «Шедевры мировой литературы», «История русской и зарубежной литературы», «Философия», «Политология», «История рекламы и связей с общественностью», «Генезис рекламы и PR: анализ интерпретаций», «Стилистика», «Стилистические особенности современного русского языка», «Основы бухгалтерского учета», «Основы менеджмента», «Психология массовых коммуникаций», «Технологии управления общественным мнением», «Введение в имиджелогию», «Организация работы отделов по связям с общественностью и рекламы», «Социология массовых коммуникаций», «Искусство продаж»,

«Основы медиапланирования», «Блоггинг», а также с «Учебной практикой: профильные мастерские», другими видами производственной практики и ГИА.

Общая трудоемкость преддипломной практики составляет 6 зачетных единиц (216 часов).

Основная **цель** «Производственной практики: преддипломной практики» состоит в подготовке к предзащите выпускной квалификационной работы (ВКР) бакалавра по направлению «Реклама и связи с общественностью».

Задачи преддипломной практики:

- 10) ознакомление с актуальными концепциями и теориями социально-философского знания, изучающими социальные коммуникации сетевого общества;
- 11) формирование нового знания, касающегося изучения частных аспектов сферы социальных коммуникаций сетевого общества;
- 12) применение аналитических навыков и умений студентов для систематизации информации о коммуникационной инфраструктуре базисного субъекта;
- 13) практическое участие студентов в организации внутреннего и внешнего коммуникационного аудита организации;
- 14) разработка и реализация коммуникационного проекта, а также модели оценки его эффективности, исходя из целей и задач базисного субъекта рекламной или PR-деятельности, исследуемой в рамках ВКР;
- 15) выявление и формулирование актуальных коммуникационных проблем базисного субъекта рекламной или PR-деятельности, исследуемой в рамках ВКР на основе сбора, систематизации и анализа информации из различных источников с применением информационно-коммуникационных технологий;
- 16) составление студентами аналитических справок, отчетов и прогнозов для базисного субъекта рекламной и PR-деятельности, включая работу с источниками на иностранном языке;
- 17) планирование и организация рекламных кампаний и кампаний по связям с общественностью;
- 18) разработка механизмов контроля, оценки эффективности и корректировки стратегий, планов, кампаний и отдельных мероприятий базисного субъекта в области рекламы и связей с общественностью.

В результате прохождения преддипломной практики у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **компетенции**:

- ОК-1- способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции;
- ОК-5 - способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;
- ОК-7 - способность к самоорганизации и самообразованию;
- ОПК-4 - умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;
- ОПК-6 - способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;
- ПК-5 - способность реализовывать проекты и владение методами их реализации;
- ПК-11 - способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов;
- ПК-12 - способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;
- ПК-13 - способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия;
- ПК-14 - способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности;
- СПК-1 - владением технологиями формирования и управления имиджем социального субъекта в сети Интернет.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение срока прохождения практики. Промежуточная аттестация проходит по окончании практики в форме публичной защиты. Соответствующие ФОС разработаны.

Форма итогового контроля: оценка.

АННОТАЦИЯ

Учебная практика: профильные мастерские

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 1 и 2-й семестр, 2-го года обучения

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Профильные мастерские как вид учебной практики входит в вариативную часть ООП бакалавриата и является обязательной для освоения. «Учебная практика: профильные мастерские» логически и содержательно-методически взаимосвязана с такими дисциплинами ООП, как «Психология личности», «Социология массовых коммуникаций», а также с другими видами производственной практики, ГИА.

Общая трудоемкость профильного проекта как вида производственной практики составляет 9 зачетных единиц (324 часа).

Целями «Учебной практики: профильные мастерские» являются: закрепление навыков, полученных в период изучения общих и специализированных дисциплин; реализация личностно ориентированного учебного процесса; расширение возможностей выстраивания индивидуальной образовательной траектории; формирование профессиональных навыков, необходимых для выполнения должностных обязанностей в соответствии с квалификационными требованиями к бакалаврам по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью», выбранному профилю.

Задачи «Учебной практики: профильные мастерские» способствовать:

- закреплению теоретического материала, полученного в процессе изучения общепрофессиональных и специальных профильных дисциплин;
- получению первичных профессиональных навыков, включая освоение технологий видеопродакшн, контент-менеджмента, комьюнити-менеджмента, SEO-копирайтинга, копирайтинга, event-менеджмента, организации и проведении маркетинговых и социологических исследований и др. *(по выбору)*;
- приобретению навыков организационно-управленческой работы с малыми коллективами;
- сбору, обработке, анализу и систематизации научно-практической информации по теме (заданию);
- участию под контролем в осуществлении PR, рекламных и маркетинговых кампаний и мероприятий;
- разработки и реализации под контролем коммуникационного офф- и\или онлайн проекта.

В результате прохождения «Учебной практики: профильные мастерские» у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие ключевые **профессиональные компетенции:**

- ПК-3 – владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами;
- ПК-13 – способность под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение срока прохождения практики. Промежуточная аттестация проходит по окончании практики, с обязательным предоставлением письменного отчета. Соответствующие ФОС разработаны.

Форма итогового контроля: дифференцированный зачет, дифференцированный зачет.

АННОТАЦИЯ

Производственная практика: профильный проект

Направление подготовки: 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью"

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 1 и 2-й семестр, 3-го года обучения

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Профильный проект как вид производственной практики входит в вариативную часть ООП бакалавриата и является обязательной для освоения. «Производственная практика: профильный проект» логически и содержательно-методически взаимосвязана с такими дисциплинами ООП, как «Основы интегрированных коммуникаций», «Организация специальных мероприятий», «Основы теории

коммуникации», «Организация работы отделов по связям с общественностью и рекламы», «Психология массовых коммуникаций», «Социология сетевых коммуникаций», а также с другими видами производственной практики, ГИА.

Общая трудоемкость профильного проекта как вида производственной практики составляет 9 зачетных единиц (324 часа).

Основной **целью** «Производственной практики: профильный проект» является создание бакалавром по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» профильного проекта - итоговой студенческой работы, имеющей самостоятельный, научно-исследовательский или практико-ориентированный характер, отражающей содержание проектной, научно-исследовательской деятельности студента в рамках профильных мастерских кафедры социальных коммуникаций ФП ТГУ, в рамках других коммуникационных офф- и онлайн, исследовательских проектов, участником которых является студент.

Задачи «Производственной практики: профильный проект» способствовать:

- закреплению теоретического материала, полученного обучающимися в процессе изучения общепрофессиональных и специальных дисциплин;
- реализации знаний студентов в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности;
- сбору, обработке, анализу и систематизации научно-практической информации;
- реализации студентами коммуникационных офф- и онлайн, исследовательских проектов, участником которых они являются;
- участию обучающихся в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;
- развитию навыков написания научных текстов.

В результате прохождения «Производственной практики: профильный проект» у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **ключевые профессиональные компетенции:**

- ПК-5 – способность реализовывать проекты и владение методами их реализации;
- ПК-7 – способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;
- ПК-14 - способность реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение срока прохождения практики. Промежуточная аттестация проходит по окончании практики в форме публичной защиты части и/или всего проекта. Соответствующие ФОС разработаны.

Форма итогового контроля: дифференцированный зачет, дифференцированный зачет.

Практики 2014

АННОТАЦИЯ

Производственная практика: практика в профессиональной сфере

Направление подготовки: 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью"

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 2-й семестр, 4-го года обучения

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Практика в профессиональной сфере как вид производственной практики входит в вариативную часть ООП бакалавриата и является обязательной для освоения. «Производственная практика: практика в профессиональной сфере» логически и содержательно-методически взаимосвязана с такими дисциплинами ООП, как «Математика», «История мирового искусства», «История мирового кино», «Основы интегрированных коммуникаций», «Правоведение», «Психология личности», «Социология», «Основы теории коммуникации», «Основы конфликтологии», «Теория и практика массовой информации», «Основы маркетинга», «Основы менеджмента», «Организация работы отделов по связям

с общественностью и рекламы». «ИМК в Интернет», «Основы брендинга», «Социология сетевых коммуникаций», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Основы медиапланирования», «Блоггинг», а также с другими видами производственной практики, ГИА.

Общая трудоемкость практики в профессиональной сфере составляет 6 зачетных единиц (216 часов).

Основная **цель** «Производственной практики: практики в профессиональной сфере» состоит в закреплении, расширении и систематизации знаний, полученных при освоении специальных дисциплин, на основе изучения деятельности отдела связей с общественностью в конкретной организации (общественной, производственной, коммерческой структуре, средстве массовой информации); приобретение практического опыта работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве.

Задачи «Производственной практики: практики в профессиональной сфере»:

11) ознакомление с предприятием (организацией) как объектом производственной практики, включая изучение нормативно-правовой документации, регулирующей деятельности организации;

12) закрепление, углубление и развитие знаний, полученных студентами в процессе теоретической подготовки в предшествующий период обучения, включая формирование навыков проведения социологических и маркетинговых исследований;

13) приобретение обучающимися опыта научно-исследовательской и управленческой работы в организациях;

14) приобретение умений и выработка навыков по подготовке и проведению коммуникационных кампаний и мероприятий, а также по планированию своей деятельности и деятельности фирмы;

15) изучение и проектирование рекламного и PR-продукта, технологии его изготовления.

В результате прохождения «Производственной практики: практики в профессиональной сфере» у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **компетенции**:

– ОК-4 – способность использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности;

– ОК-7 – способность к самоорганизации и самообразованию;

– ОПК-1 – способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;

– ОПК-5 – умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;

– ПК-2 – владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы;

– ПК-7 – способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;

– ПК-9 – способность проводить маркетинговые исследования;

– ПК-10 – способность организовывать и проводить социологические исследования;

– ПК-12 – способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;

– ПК-15 – владение навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение срока прохождения практики. Промежуточная аттестация проходит по окончании практики в форме публичной защиты. Соответствующие ФОС разработаны.

Форма итогового контроля: оценка.

АННОТАЦИЯ

Производственная практика: научно-исследовательская работа (НИР)

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 2-й семестр 3-го года обучения и 2-й семестр 4-го года обучения.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Такой вид производственной практики как НИР входит в вариативную часть ООП бакалавриата, является обязательной для изучения. НИР логически и содержательно-методически взаимосвязана с такими дисциплинами ООП как «Профессиональные стандарты в PR и рекламе», «Основы интегрированных коммуникаций», «Организация специальных мероприятий», «История рекламы и связей с общественностью», «Генезис рекламы и PR: анализ интерпретаций», «Политология», «Социология массовых коммуникаций», «Учебная практика: профильные мастерские», «Психология массовых коммуникаций», «Введение в имиджелогия», «Организация работы отделов по связям с общественностью и рекламы», «Искусство продаж», «Основы медиапланирования», «Блоггинг», а также со всеми видами производственной практики и ГИА.

Общая трудоемкость практики составляет 12 зачетных единицы (432 часа).

Основными **целями** НИР, как разновидности производственной практики, являются - создание условий формирования творческой активности, самостоятельности студентов направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» в их научной работе; развитие и повышение качества научных исследований и разработок обучающихся; формирование у студентов навыков и умений научного познания и отображения мыслей в виде аналитической записки, статьи, тезисах или документах другой отчетной формы; способствование подготовке студентами теоретических материалов к написанию выпускной квалификационной работы (ВКР) бакалавра по направлению «Реклама и связи с общественностью».

Задачи «Производственной практики: НИР» заключаются:

- в формировании навыков самостоятельного анализа информации и выводов;
- в развитии аналитического и творческого мышления у студентов;
- в способности анализировать и делать выводы на основе вторичной информации о деятельности рекламных служб и служб по связям с общественностью;
- в овладении навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов;
- в способности под контролем разрабатывать, осуществлять и анализировать рекламные кампании и мероприятия, их эффективность и потенциал;
- в умении анализировать научную и иную информацию для составления рекомендаций или для принятия управленческого решения в области рекламы и связей с общественностью в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации.

В результате прохождения «Производственной практики: НИР» у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **профессиональные компетенции**:

- ПК-1 - способность 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-5 - способность реализовывать проекты и владением методами их реализации;
- ПК-11 - способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов;
- ПК-12 - способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;
- ПК-13 - способность под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия;
- ПК-14 - способность реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение срока прохождения практики. Промежуточная аттестация проходит по окончании практики. Соответствующие ФОС разработаны.

Формы итогового контроля: дифференцированный зачет; дифференцированный зачет.

АННОТАЦИЯ

Производственная практика: преддипломная практика

Направление подготовки: 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью"

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 2-й семестр, 4-го года обучения

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Преддипломная практика является разновидностью производственной практики, входит в вариативную часть ООП бакалавриата и является обязательной для освоения. «Производственная практика: преддипломная практика» логически и содержательно-методически взаимосвязана с такими дисциплинами ООП, как «Иностранный язык», «Русский язык и культура речи», «Психология личности», «Компьютерные технологии и информатика», «Основы интегрированных коммуникаций», «История мирового искусства», «История мирового кино», «Организация специальных мероприятий», «Шедевры мировой литературы», «История русской и зарубежной литературы», «Философия», «Политология», «История рекламы и связей с общественностью», «Генезис рекламы и PR: анализ интерпретаций», «Стилистика», «Стилистические особенности современного русского языка», «Основы бухгалтерского учета», «Основы менеджмента», «Психология массовых коммуникаций», «Технологии управления общественным мнением», «Введение в имиджелогия», «Организация работы отделов по связям с общественностью и рекламы», «Социология массовых коммуникаций», «Искусство продаж», «Основы медиапланирования», «Блоггинг», а также с «Учебной практикой: профильные мастерские», другими видами производственной практики и ГИА.

Общая трудоемкость преддипломной практики составляет 6 зачетных единиц (216 часов).

Основная **цель** «Производственной практики: преддипломной практики» состоит в подготовке к защите выпускной квалификационной работы (ВКР) бакалавра по направлению «Реклама и связи с общественностью».

Задачи преддипломной практики:

- 19) ознакомление с актуальными концепциями и теориями социально-философского знания, изучающими социальные коммуникации сетевого общества;
- 20) формирование нового знания, касающегося изучения частных аспектов сферы социальных коммуникаций сетевого общества;
- 21) применение аналитических навыков и умений студентов для систематизации информации о коммуникационной инфраструктуре базисного субъекта;
- 22) практическое участие студентов в организации внутреннего и внешнего коммуникационного аудита организации;
- 23) разработка и реализация коммуникационного проекта, а также модели оценки его эффективности, исходя из целей и задач базисного субъекта рекламной или PR-деятельности, исследуемой в рамках ВКР;
- 24) выявление и формулирование актуальных коммуникационных проблем базисного субъекта рекламной или PR-деятельности, исследуемой в рамках ВКР на основе сбора, систематизации и анализа информации из различных источников с применением информационно-коммуникационных технологий;
- 25) составление студентами аналитических справок, отчетов и прогнозов для базисного субъекта рекламной и PR-деятельности, включая работу с источниками на иностранном языке;
- 26) планирование и организация рекламных кампаний и кампаний по связям с общественностью;
- 27) разработка механизмов контроля, оценки эффективности и корректировки стратегий, планов, кампаний и отдельных мероприятий базисного субъекта в области рекламы и связей с общественностью.

В результате прохождения преддипломной практики у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **компетенции**:

- ОК-1- способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции;
- ОК-5 - способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;
- ОК-7 - способность к самоорганизации и самообразованию;
- ОПК-4 - умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;

- ОПК-6 - способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;
- ПК-5 - способность реализовывать проекты и владение методами их реализации;
- ПК-11 - способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов;
- ПК-12 - способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;
- ПК-13 - способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия;
- ПК-14 - способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности;
- СПК-1 - владением технологиями формирования и управления имиджем социального субъекта в сети Интернет.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение срока прохождения практики. Промежуточная аттестация проходит по окончании практики в форме публичной защиты. Соответствующие ФОС разработаны.

Форма итогового контроля: оценка.

АННОТАЦИЯ

Учебная практика: профильные мастерские

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 1 и 2-й семестр, 2-го года обучения

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Профильные мастерские как вид учебной практики входит в вариативную часть ООП бакалавриата и является обязательной для освоения. «Учебная практика: профильные мастерские» логически и содержательно-методически взаимосвязана с такими дисциплинами ООП, как «Психология личности», «Социология массовых коммуникаций», а также с другими видами производственной практики, ГИА.

Общая трудоемкость профильного проекта как вида производственной практики составляет 9 зачетных единиц (324 часа).

Целями «Учебной практики: профильные мастерские» являются: закрепление навыков, полученных в период изучения общих и специализированных дисциплин; реализация личностно ориентированного учебного процесса; расширение возможностей выстраивания индивидуальной образовательной траектории; формирование профессиональных навыков, необходимых для выполнения должностных обязанностей в соответствии с квалификационными требованиями к бакалаврам по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью», выбранному профилю.

Задачи «Учебной практики: профильные мастерские» способствовать:

- закреплению теоретического материала, полученного в процессе изучения общепрофессиональных и специальных профильных дисциплин;
- получению первичных профессиональных навыков, включая освоение технологий видеопродакшн, контент-менеджмента, комьюнити-менеджмента, SEO-копирайтинга, копирайтинга, event-менеджмента, организации и проведении маркетинговых и социологических исследований и др. *(по выбору)*;
- приобретению навыков организационно-управленческой работы с малыми коллективами;
- сбору, обработке, анализу и систематизации научно-практической информации по теме (заданию);
- участию под контролем в осуществлении PR, рекламных и маркетинговых кампаний и мероприятий;
- разработки и реализации под контролем коммуникационного офф- и\или онлайн проекта.

В результате прохождения «Учебной практики: профильные мастерские» у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **ключевые профессиональные компетенции:**

- ПК-3 – владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами;
- ПК-13 – способность под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение срока прохождения практики. Промежуточная аттестация проходит по окончании практики, с обязательным предоставлением письменного отчета. Соответствующие ФОС разработаны.

Форма итогового контроля: дифференцированный зачет, дифференцированный зачет.

АННОТАЦИЯ

Производственная практика: профильный проект

Направление подготовки: 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью"

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 1 и 2-й семестр, 3-го года обучения

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Профильный проект как вид производственной практики входит в вариативную часть ООП бакалавриата и является обязательной для освоения. «Производственная практика: профильный проект» логически и содержательно-методически взаимосвязана с такими дисциплинами ООП, как «Основы интегрированных коммуникаций», «Организация специальных мероприятий», «Основы теории коммуникации», «Организация работы отделов по связям с общественностью и рекламы», «Психология массовых коммуникаций», «Социология сетевых коммуникаций», а также с другими видами производственной практики, ГИА.

Общая трудоемкость профильного проекта как вида производственной практики составляет 7 зачетных единиц (252 часа).

Основной **целью** «Производственной практики: профильный проект» является создание бакалавром по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» профильного проекта - итоговой студенческой работы, имеющей самостоятельный, научно-исследовательский или практико-ориентированный характер, отражающей содержание проектной, научно-исследовательской деятельности студента в рамках профильных мастерских кафедры социальных коммуникаций ФП ТГУ, в рамках других коммуникационных офф- и онлайн, исследовательских проектов, участником которых является студент.

Задачи «Производственной практики: профильный проект» способствовать:

- закреплению теоретического материала, полученного обучающимися в процессе изучения общепрофессиональных и специальных дисциплин;
- реализации знаний студентов в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности;
- сбору, обработке, анализу и систематизации научно-практической информации;
- реализации студентами коммуникационных офф- и онлайн, исследовательских проектов, участником которых они являются;
- участию обучающихся в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;
- развитию навыков написания научных текстов.

В результате прохождения «Производственной практики: профильный проект» у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **ключевые профессиональные компетенции:**

- ПК-5 – способность реализовывать проекты и владение методами их реализации;
- ПК-7 – способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;
- ПК-14 - способность реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение срока прохождения практики. Промежуточная аттестация проходит по окончании практики в форме публичной защиты части и/или всего проекта. Соответствующие ФОС разработаны.

Форма итогового контроля: дифференцированный зачет, дифференцированный зачет.

Практики 2013

АННОТАЦИЯ

Производственная практика: практика в профессиональной сфере

Направление подготовки: 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью"

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 2-й семестр, 4-го года обучения

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Практика в профессиональной сфере как вид производственной практики входит в вариативную часть ООП бакалавриата и является обязательной для освоения. «Производственная практика: практика в профессиональной сфере» логически и содержательно-методически взаимосвязана с такими дисциплинами ООП, как «Математика», «История мирового искусства», «История мирового кино», «Основы интегрированных коммуникаций», «Правоведение», «Психология личности», «Социология», «Основы теории коммуникации», «Основы конфликтологии», «Теория и практика массовой информации», «Основы маркетинга», «Основы менеджмента», «Организация работы отделов по связям с общественностью и рекламы». «ИМК в Интернет», «Основы брендинга», «Социология сетевых коммуникаций», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Основы медиапланирования», «Блоггинг», а также с другими видами производственной практики, ГИА.

Общая трудоемкость практики в профессиональной сфере составляет 6 зачетных единиц (216 часов).

Основная **цель** «Производственной практики: практики в профессиональной сфере» состоит в закреплении, расширении и систематизации знаний, полученных при освоении специальных дисциплин, на основе изучения деятельности отдела связей с общественностью в конкретной организации (общественной, производственной, коммерческой структуре, средстве массовой информации); приобретение практического опыта работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве.

Задачи «Производственной практики: практики в профессиональной сфере»:

- 1) ознакомление с предприятием (организацией) как объектом производственной практики, включая изучение нормативно-правовой документации, регулирующей деятельности организации;
- 2) закрепление, углубление и развитие знаний, полученных студентами в процессе теоретической подготовки в предшествующий период обучения, включая формирование навыков проведения социологических и маркетинговых исследований;
- 3) приобретение обучающимися опыта научно-исследовательской и управленческой работы в организациях;
- 4) приобретение умений и выработка навыков по подготовке и проведению коммуникационных кампаний и мероприятий, а также по планированию своей деятельности и деятельности фирмы;
- 5) изучение и проектирование рекламного и PR-продукта, технологии его изготовления.

В результате прохождения «Производственной практики: практики в профессиональной сфере» у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **компетенции**:

- ОК-4 – способность использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности;
- ОК-7 – способность к самоорганизации и самообразованию;
- ОПК-1 – способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;
- ОПК-5 – умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;
- ПК-2 – владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы;
- ПК-7 – способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;
- ПК-9 – способность проводить маркетинговые исследования;
- ПК-10 – способность организовывать и проводить социологические исследования;

- ПК-12 – способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;
- ПК-15 - владение навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение срока прохождения практики. Промежуточная аттестация проходит по окончании практики в форме публичной защиты. Соответствующие ФОС разработаны.

Форма итогового контроля: оценка.

АННОТАЦИЯ

Производственная практика: научно-исследовательская работа (НИР)

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 2-й семестр 3-го года обучения и 1-й и 2-й семестр 4-го года обучения.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Такой вид производственной практики как НИР входит в вариативную часть ООП бакалавриата, является обязательной для изучения. НИР логически и содержательно-методически взаимосвязана с такими дисциплинами ООП как «Профессиональные стандарты в PR и рекламе», «Основы интегрированных коммуникаций», «Организация специальных мероприятий», «История рекламы и связей с общественностью», «Генезис рекламы и PR: анализ интерпретаций», «Политология», «Социология массовых коммуникаций», «Учебная практика: профильные мастерские», «Психология массовых коммуникаций», «Введение в имиджелогия», «Организация работы отделов по связям с общественностью и рекламы», «Искусство продаж», «Основы медиапланирования», «Блоггинг», а также со всеми видами производственной практики и ГИА.

Общая трудоемкость практики составляет 18 зачетных единицы (648 часов).

Основными **целями** НИР, как разновидности производственной практики, являются - создание условий формирования творческой активности, самостоятельности студентов направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» в их научной работе; развитие и повышение качества научных исследований и разработок обучающихся; формирование у студентов навыков и умений научного познания и отображения мыслей в виде аналитической записки, статьи, тезисах или документах другой отчетной формы; способствование подготовке студентами теоретических материалов к написанию выпускной квалификационной работы (ВКР) бакалавра по направлению «Реклама и связи с общественностью».

Задачи «Производственной практики: НИР» заключаются:

- в формировании навыков самостоятельного анализа информации и выводов;
- в развитии аналитического и творческого мышления у студентов;
- в способности анализировать и делать выводы на основе вторичной информации о деятельности рекламных служб и служб по связям с общественностью;
- в овладении навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов;
- в способности под контролем разрабатывать, осуществлять и анализировать рекламные кампании и мероприятия, их эффективность и потенциал;
- в умении анализировать научную и иную информацию для составления рекомендаций или для принятия управленческого решения в области рекламы и связей с общественностью в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации.

В результате прохождения «Производственной практики: НИР» у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **профессиональные компетенции:**

- ПК-1 - способность 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-5 - способность реализовывать проекты и владением методами их реализации;
- ПК-11 - способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов;
- ПК-12 - способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;
- ПК-13 - способность под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия;
- ПК-14 - способность реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение срока прохождения практики. Промежуточная аттестация проходит по окончании практики. Соответствующие ФОС разработаны.

Формы итогового контроля: дифференцированный зачет; дифференцированный зачет, дифференцированный зачет.

АННОТАЦИЯ

Производственная практика: преддипломная практика

Направление подготовки: 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью"

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 2-й семестр, 4-го года обучения

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Преддипломная практика является разновидностью производственной практики, входит в вариативную часть ООП бакалавриата и является обязательной для освоения. «Производственная практика: преддипломная практика» логически и содержательно-методически взаимосвязана с такими дисциплинами ООП, как «Иностранный язык», «Русский язык и культура речи», «Психология личности», «Компьютерные технологии и информатика», «Основы интегрированных коммуникаций», «История мирового искусства», «История мирового кино», «Организация специальных мероприятий», «Шедевры мировой литературы», «История русской и зарубежной литературы», «Философия», «Политология», «История рекламы и связей с общественностью», «Генезис рекламы и PR: анализ интерпретаций», «Стилистика», «Стилистические особенности современного русского языка», «Основы бухгалтерского учета», «Основы менеджмента», «Психология массовых коммуникаций», «Технологии управления общественным мнением», «Введение в имиджелогию», «Организация работы отделов по связям с общественностью и рекламы», «Социология массовых коммуникаций», «Искусство продаж», «Основы медиапланирования», «Блоггинг», а также с «Учебной практикой: профильные мастерские», другими видами производственной практики и ГИА.

Общая трудоемкость преддипломной практики составляет 6 зачетных единиц (216 часов).

Основная **цель** «Производственной практики: преддипломной практики» состоит в подготовке к предзащите выпускной квалификационной работы (ВКР) бакалавра по направлению «Реклама и связи с общественностью».

Задачи преддипломной практики:

- 1) ознакомление с актуальными концепциями и теориями социально-философского знания, изучающими социальные коммуникации сетевого общества;
- 2) формирование нового знания, касающегося изучения частных аспектов сферы социальных коммуникаций сетевого общества;
- 3) применение аналитических навыков и умений студентов для систематизации информации о коммуникационной инфраструктуре базисного субъекта;
- 4) практическое участие студентов в организации внутреннего и внешнего коммуникационного аудита организации;
- 5) разработка и реализация коммуникационного проекта, а также модели оценки его эффективности, исходя из целей и задач базисного субъекта рекламной или PR-деятельности, исследуемой в рамках ВКР;
- 6) выявление и формулирование актуальных коммуникационных проблем базисного субъекта рекламной или PR-деятельности, исследуемой в рамках ВКР на основе сбора, систематизации

- и анализа информации из различных источников с применением информационно-коммуникационных технологий;
- 7) составление студентами аналитических справок, отчетов и прогнозов для базисного субъекта рекламной и PR-деятельности, включая работу с источниками на иностранном языке;
 - 8) планирование и организация рекламных кампаний и кампаний по связям с общественностью;
 - 9) разработка механизмов контроля, оценки эффективности и корректировки стратегий, планов, кампаний и отдельных мероприятий базисного субъекта в области рекламы и связей с общественностью.

В результате прохождения преддипломной практики у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **компетенции**:

- ОК-1- способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции;
- ОК-5 - способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;
- ОК-7 - способность к самоорганизации и самообразованию;
- ОПК-4 - умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;
- ОПК-6 - способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;
- ПК-5 - способность реализовывать проекты и владение методами их реализации;
- ПК-11 - способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов;
- ПК-12 - способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;
- ПК-13 - способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия;
- ПК-14 - способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности;
- СПК-1 - владением технологиями формирования и управления имиджем социального субъекта в сети Интернет.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение срока прохождения практики. Промежуточная аттестация проходит по окончании практики в форме публичной защиты. Соответствующие ФОС разработаны.

Форма итогового контроля: оценка.

АННОТАЦИЯ

Учебная практика: профильные мастерские; ознакомительная

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 1 и 2-й семестр, 2-го года обучения и 1-й семестр 3-го года обучения

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Профильные мастерские как вид учебной практики входит в вариативную часть ООП бакалавриата и является обязательной для освоения. «Учебная практика: профильные мастерские» логически и содержательно-методически взаимосвязана с такими дисциплинами ООП, как «Психология личности», «Социология массовых коммуникаций», а также с другими видами производственной практики, ГИА.

Общая трудоемкость профильного проекта как вида производственной практики составляет 11 зачетных единиц (396 часов).

Целями «Учебной практики: профильные мастерские» являются: закрепление навыков, полученных в период изучения общих и специализированных дисциплин; реализация личностно ориентированного учебного процесса; расширение возможностей выстраивания индивидуальной образовательной

траектории; формирование профессиональных навыков, необходимых для выполнения должностных обязанностей в соответствии с квалификационными требованиями к бакалаврам по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью», выбранному профилю.

Задачи «Учебной практики: профильные мастерские» способствовать:

- закреплению теоретического материала, полученного в процессе изучения общепрофессиональных и специальных профильных дисциплин;
- получению первичных профессиональных навыков, включая освоение технологий видеопродакш, контент-менеджмента, комьюнити-менеджмента, SEO-копирайтинга, копирайтинга, event-менеджмента, организации и проведении маркетинговых и социологических исследований и др. *(по выбору)*;
- приобретению навыков организационно-управленческой работы с малыми коллективами;
- сбору, обработке, анализу и систематизации научно-практической информации по теме (заданию);
- участию под контролем в осуществлении PR, рекламных и маркетинговых кампаний и мероприятий;
- разработки и реализации под контролем коммуникационного офф- и\или онлайн проекта.

В результате прохождения «Учебной практики: профильные мастерские» у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие ключевые **профессиональные компетенции:**

- ПК-3 – владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами;
- ПК-13 – способность под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение срока прохождения практики. Промежуточная аттестация проходит по окончании практики, с обязательным предоставлением письменного отчета. Соответствующие ФОС разработаны.

Форма итогового контроля: дифференцированный зачет, дифференцированный зачет, дифференцированный зачет.