

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Б5.У.1 «Учебно-ознакомительная практика»

Учебно-ознакомительная практика реализуется на факультете гуманитарного образования ФГБОУ ВПО «Самарский государственный технический университет» кафедрой психологии и педагогики.

Целями учебно-ознакомительной практики являются закрепление и углубление теоретической подготовки обучающегося, приобретение им опыта самостоятельной профессиональной деятельности, а также практических навыков и компетенций, необходимых для осуществления организационно-управленческой, проектной, коммуникационной, рекламно-информационной, рыночно-исследовательской, прогнозно-аналитической деятельности:

- готовность к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-3);
- способность находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готов нести за них ответственность (ОК-4);
- умение использовать нормативные правовые документы в своей деятельности (ОК-5);
- использование основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способен анализировать социально значимые проблемы и процессы (ОК-9);
- владение основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией (ОК-12);
- способность работать с информацией в глобальных компьютерных сетях (ОК-13);
- владение одним из иностранных языков на уровне не ниже разговорного (ОК-14);
- владение новыми методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-15);
- владение средствами самостоятельного, методически правильного использования методов физического воспитания и самовоспитания для повышения адаптационных резервов организма, укрепления здоровья, коррекции физического развития (ОК-16);
- способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта (ПК-1);
- владение знаниями и навыками работы в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах (ПК-2);
- способность под контролем планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ПК-3);
- способностью под контролем использовать методики и техники проведения опросов общественного мнения и фокус-групп в рыночных исследованиях (ПК-4);
- владение основами речи, знает ее виды, правила речевого этикета и ведения диалога, законы композиции и стиля, приемы убеждения (ПК-5);
- обладание базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, владеет навыками литературного редактирования, копирайтинга (ПК-6);
- обладание базовыми навыками бренд-менеджмента (ПК-7);
- обладание базовыми навыками медиапланирования (ПК-8);
- обладание базовыми навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных

государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами (ПК-9);

- способность обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы (ПК-10);

- способность реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности (ПК-12);

- владение навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве (ПК-13).

Задачами практики являются:

- ознакомление с будущей сферой профессиональной деятельности;
- подготовка студентов к осознанному и углубленному изучению общепрофессиональных и специальных дисциплин;

- освоение студентами первичных профессиональных компетенций по избранной специальности;

- освоение практических должностных обязанностей, предусмотренных направлением подготовки «Реклама и связи с общественностью» для различных государственных, политических, общественных, коммерческих структур;

- ознакомление с общими принципами деятельности специалиста по связям с общественностью и рекламе в организации (учреждении), в которой проходят практику;

- ознакомление с законодательной и нормативной базой деятельности служб (организаций, специалистов) по связям с общественностью и рекламе;

- оказание помощи PR-менеджерам менеджерам по рекламе в их работе;

- самостоятельное выполнение некоторых видов PR-работ и рекламных работ;

- освоение практических приемов и методов работы PR-специалистов и специалистов по рекламе;

- применение основ деловой коммуникации PR-специалистов и специалистов по рекламе, этических норм PR- и рекламной деятельности;

- применение основных правовых норм, регулирующих PR- и рекламную деятельность;

- использование полученных теоретических знаний в практической деятельности, общих приемов профессиональной коммуникации;

- работа с информационными источниками и материалами с использованием оргтехники;

- овладение первичными навыками организации и проведения специальных мероприятий – презентаций, PR-акций, рекламных мероприятий контактов со СМИ;

- овладение навыками составления отчетов о проделанной работе.

Полнота и степень детализации этих задач регламентируется в индивидуальном задании применительно к особенностям и возможностям конкретной базы практики, а также с учетом интересов будущего трудоустройства студентов.

В результате прохождения практики студент должен:

Знать:

- практические приемы и методы работы PR- специалистов;
- основы деловой коммуникации PR-специалистов;
- этические нормы PR- и рекламной деятельности;
- основные правовые нормы, регулирующие PR- и рекламную деятельность.

Уметь:

- использовать полученные теоретические знания в практической деятельности;
- реализовать приемы профессиональной коммуникации;
- работать с информационными источниками и материалами;
- работать с использованием оргтехники;

- первичными навыками организации и проведения специальных мероприятий – презентаций, PR-акций, рекламных мероприятий контактов со СМИ;
- составлять отчеты о проделанной работе.

Владеть:

- первичными навыками организации и проведения специальных мероприятий – презентаций, PR-акций, рекламных мероприятий контактов со СМИ;
- навыками подготовки отчета о проделанной работе.

Содержание практики. Основные виды работ: участие в работе отделов по связям с общественностью и рекламе, помощь в проведении опросов общественного мнения, распространении рекламных материалов. Сбор материалов для проведения PR-мероприятий, рекламных акций, проводимых отделами по рекламе и связям с общественностью, и помощь в их организации.

Форма, место и время прохождения практики. Учебно-ознакомительная практика проходит в самостоятельно выбранной студентом организации, либо организации, предоставляемой студенту от университета из утверждённого списка баз практики в форме получения первичных профессиональных умений и навыков по связям с общественностью. Студенты весь срок практики находятся на базе практики в соответствии с графиком учебного процесса в течение 4 недель (2 курс)

Программой практики предусмотрены виды контроля: текущий контроль прохождения практики производится в дискретные временные интервалы руководителем практики в следующих формах: фиксация посещений базы практики, проверка ведения дневника практики, проверка выполнения индивидуальных заданий.

Промежуточный контроль по окончании практики производится в следующей форме: защита отчета по практике.

Общая трудоемкость составляет 6 зачетных единиц, 216 часа.