

АННОТАЦИЯ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

Наименование практики	Преддипломная практика
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели (цели) практики	<p>Целями преддипломной практики являются:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Получение профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью», профилю «Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе». – Сбор материала для написания выпускной квалификационной работы.
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина (модуль)	Блок 2. Практики. Вариативная часть
Место в структуре образовательной программы	Очная форма – в 8 семестре
Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения практики	ОПК-1; ОПК-2; ОПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-8; ПК-9; ПК-10; ПК-11
Трудоемкость практики	Общая трудоемкость учебной практики составляет 27 зачетных единиц, 972 академических часа.
Содержание практики. Основные разделы (темы)	<p>Этап 1. Исследовательский этап</p> <ul style="list-style-type: none"> – изучение структуры и работы организации, изучение документов (штатного расписания, должностных инструкций и т.д.) <p>Этап 2. Производственный этап</p> <ul style="list-style-type: none"> – наблюдение за технологическим процессом разработки, создания и продвижения рекламного продукта в организации; – выполнение под контролем руководителя профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью; – Применение навыков работы в отделах рекламы и связей с общественностью с учетом технологий производства рекламной продукции; – Использование методов планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий, сегментирования и проведения рекламных и других мероприятий в сфере рекламы

Наименование практики	Преддипломная практика
	<p>и связей с общественностью</p> <ul style="list-style-type: none"> - Использование информационно-коммуникационных технологий с учетом основных требований информационной безопасности; - Использование навыков организации, планирования, подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы; - освоение характера и видов деятельности специалиста в службе рекламы (компании, фирмы); - освоение отдельных видов профессиональной деятельности в соответствии с особенностями организациями, занимающегося рекламой и связями с общественностью; - участие в организационных процессах предприятия при создании рекламных продуктов и услуг выявление проблемных зон в работе структурного подразделения; - разработка предложений по преодолению выявленных проблем рекламной деятельности и связей с общественностью на предприятии. <p>Этап 3. Этап обработки и анализа полученной информации</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализ и обработка статистического материала по рекламной деятельности и связям с общественностью предприятия; - сбор и анализ материала, подготовка обзоров, аналитических справок для проведения маркетинговых и социологических исследований, для составления базового пакета документов к ВКР <p>подготовка отчёта по преддипломной практике</p>
<p>Форма промежуточной аттестации по итогам прохождения практики</p>	<p>Зачет с оценкой</p>