

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование практики	УЧЕБНАЯ (ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНАЯ) 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
Цель (цели) практики	Целью «Учебной (профессионально-ознакомительной) практики» является получение первичных профессиональных умений и навыков для решения задач профессиональной деятельности маркетингового, авторского, организационного и проектного типов, обучение профессиональным приемам, операциям и способам, необходимым для последующего формирования универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций.
Место в структуре образовательной программы	Обязательная часть. Блок 2. Практика. 2 семестр
Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения практики	УК-1; УК-5; УК-6; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-1; ПК-3
Трудоемкость практики	6 зачетных единиц, 216 академических часов
Содержание практики. Основные разделы	<p>Этап 1. Подготовительный этап:</p> <ul style="list-style-type: none"> – прохождение инструктажа по технике безопасности в организации; – прохождение инструктажа на рабочем месте. <p>Этап 2. Исследовательский этап:</p> <ul style="list-style-type: none"> – изучение особенностей работы структурного подразделения организации; – изучение нормативно –правовых документов, регулирующих деятельность подразделения или организации; – составление опросного листа для формирования информационного портрета организации (внутренние и внешние коммуникации); – ознакомление с видами и формами информационно-коммуникационной деятельности организации или подразделения <p>Этап 3. Экспериментальный этап:</p> <ul style="list-style-type: none"> – сбор эмпирического материала для выполнения отчёта по учебной практике; – проведение социологического опроса . <p>Этап 4. Производственный этап:</p> <ul style="list-style-type: none"> – изучение структуры различных отделов рекламы и отделов связей с общественностью, организации их работы;

	<ul style="list-style-type: none"> – изучение видов деятельности отделов рекламы и отделов связей с общественностью; – предоставление результатов опроса об информационном портрете организации руководству организации. <p>Этап 5. Этап обработки и анализа полученной информации:</p> <ul style="list-style-type: none"> – сбор и обработка статистического материала по деятельности организации. <p>Этап 6. Этап подготовки отчёта по учебной практике</p> <ul style="list-style-type: none"> – написание информационно –аналитического отчета о проведенной практике.
<p>Форма промежуточной аттестации по итогам прохождения практики</p>	<p style="text-align: center;">Зачет с оценкой</p>