

Название практики в соответствии с учебным планом
Учебная профессионально-ознакомительная практика
Описание практики
<p>Проведение учебной профессионально-ознакомительной практики (далее Практики) студентов первого курса направления подготовки «реклама и связи с общественностью», длящейся шесть недель, является обязательной частью подготовки квалифицированных специалистов специальности «Реклама и связи с общественностью» и проводится согласно учебному плану и графику учебного процесса.</p> <p>Целью проведения практики является расширение и углубление знаний о возможных сферах приложения своих профессиональных знаний и приобретения первоначальных практических навыков и компетенций в сфере рекламы и связей с общественностью.</p> <p>Задачами практики являются:</p> <ul style="list-style-type: none"> - посещение и участие в мероприятиях ведущих отраслевых организаций /компаний/агентств в области интегрированных коммуникаций; - ознакомление со структурой коммуникационных групп, рекламных и диджитал агентств, спецификой их деятельности; - ознакомление со структурой рынка коммуникационных услуг и типами коммуникационных услуг. - ознакомление с организационной структурой и основными направлениями работы подразделений по связям с общественностью, рекламе и диджитал. <p>Способ проведения: стационарная.</p> <p>Практика проходит стационарно во внутренних структурных подразделениях ВУЗа или в иных организациях, в соответствии с заключенным договором о прохождении практики.</p> <p>Форма проведения практики: дискретная.</p>
Количество часов/зачетных единиц в соответствии с учебным планом
324 часа/9 З.Е.
Форма итогового контроля в соответствии с учебным планом
Зачёт

Название практики в соответствии с учебным планом
Производственная профессионально-творческая практика
Описание практики

Проведение **производственной профессионально-творческой практики бакалавров второго, третьего и четвертого курсов направления подготовки «Реклама и связи с общественностью»** является обязательной частью подготовки квалифицированных специалистов по направлению «Реклама и связи с общественностью» и проводится согласно учебному плану и графику учебного процесса.

Практика организуется и проводится с целью приобретения, углубления и закрепления полученных знаний, умений и навыков, а также их применения непосредственно в практической деятельности.

Взаимосвязь практики и активных методов обучения позволяет повысить качество подготовки выпускников и эффективность практики. Само по себе достижение студентами определенного результата является важным элементом активного творчества, а использование результатов практики в учебном процессе отражает его активизацию и обеспечивает связь практики с проблемным обучением.

Способ проведения: стационарная.

Практика проходит **стационарно** во внутренних структурных подразделениях ВУЗа или в иных организациях, в соответствии с заключенным договором о прохождении практики.

Форма проведения практики: дискретная.

Магистрам предоставляется право самостоятельного поиска места прохождения производственной профессионально-творческой практики. В этом случае в институт гуманитарных наук БФУ им. И Канта студенты представляют:

1. Заявление на имя директора Института гуманитарных наук БФУ им. И Канта о месте предполагаемой практики (после согласования с ведущим менеджером ООП Института гуманитарных наук БФУ им. И Канта). Заявление должно быть представлено ведущему менеджеру ООП Института гуманитарных наук БФУ им. И Канта за два месяца до начала практики.
2. Письмо на бланке организации за подписью руководителя от предприятия с указанием контактов (телефон, факс, e-mail) на имя директора Института гуманитарных наук БФУ им. И Канта.
3. Договор о прохождении учебной практики.

Договор подписывается в учреждении, где студент планирует проходить практику и заверяется печатью учреждения.

Количество часов/зачетных единиц в соответствии с учебным планом
1332 часа/37 З.Е.
Форма итогового контроля в соответствии с учебным планом
Зачёт

Название практики в соответствии с учебным планом
Производственная преддипломная практика
Описание практики
<p>Цель преддипломной практики — подготовка студентом выпускной квалификационной работы.</p> <p>В соответствии с этим сформированы следующие задачи преддипломной практики:</p> <ul style="list-style-type: none"> - изучение конкретной организации как самостоятельного субъекта социально-экономических отношений и объектно-предметной области дипломного исследования; - сбор и анализ информационных источников, разработка программы и инструментария, необходимых для проведения дипломного исследования; - составление плана дипломной работы, выдвижение рабочих гипотез проведение эмпирического исследования. <p>Преддипломная практика осуществляется в форме проведения реального исследовательского проекта, выполняемого студентом в рамках утвержденной темы научного исследования по направлению обучения и темы магистерской диссертации с учетом интересов и возможностей подразделений, в которых она проводится.</p> <p>Преддипломная практика является составной частью основной образовательной программы подготовки специалиста по направлению «Реклама и связи с общественностью». Данный тип практики осваивается студентами вовремя 8 семестра обучения.</p> <p>Преддипломная практика базируется на изучении всех дисциплин учебного плана.</p> <p>Преддипломная практика выявляет уровень подготовки студента бакалавриата по всем направлениям профессиональной специализации и является связующим звеном между теоретической подготовкой к профессиональной деятельности и формированием практического опыта ее осуществления.</p> <p>Преддипломная практика связана с дисциплинами, после освоения которых, обучающийся должен знать коммуникационные процессы в межличностной, социальной, политической, экономической, культурной, образовательной и научной сферах; технологии массовых и групповых коммуникаций; технологии изучения общественного мнения (наблюдение, опрос, анкетирование, эксперимент и др.) с целью улучшения имиджа и конкурентной позиции фирмы,</p>

организации, товаров и услуг; технологии позиционирования и продвижения товаров, услуг, компаний (коммерческих, некоммерческих, общественных организаций, государственных учреждений) в рыночной среде.

Количество часов/зачетных единиц в соответствии с учебным планом

504 часа/14 З.Е.

Форма итогового контроля в соответствии с учебным планом

Зачёт