**Аннотация к рабочей программе практики**

**ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА (ПРЕДДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА)**

**Направление подготовки:** 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

**Профиль подготовки:** Реклама и связи с общественностью в индустрии моды

**1. Тип практики и место практики в структуре ОПОП:**

Производственная практика (Преддипломная практика) включена в вариативную часть Блока 2 .

**2. Цели проведения практики:**

* получение теоретических и практических результатов, являющихся достаточными для успешного выполнения и защиты выпускной квалификационной работы;
* проверка теоретических знаний полученных в период обучения в университете, их расширение;
* закрепление практических навыков, полученных студентами во время прохождения производственной практики;
* сбор необходимой и достаточной информации теоретического и эмпирического характера для написания выпускной квалификационной работы;
* овладение основами методологии и частными методиками научного исследования при решении разрабатываемых проблем в выпускной квалификационной работе;
* изучение современных методов эмпирического исследования;
* проведение самостоятельных научно-исследовательских работ;
* формирование навыков ведения самостоятельной научной работы и исследования;
* получение комплексного представления
* о работе предприятий, работающих в индустрии моды, рекламы и PR, как о целостной системе;
* применение углубленных практических навыков работы в одном из выбранных студентом предприятий;
* адаптация к рынку труда по профилю подготовки;
* развитие у студентов способности самостоятельного осуществления научно-исследовательской работы при подготовке к ВКР в соответствии с профилем подготовки.

Производственная практика (Преддипломная практика)является обязательной.

**3. Способы и формы проведения практики:**

**3.1** Способ проведения практики стационарная/выездная.

**3.2** Форма проведения практики непрерывная.

**3.3** Способы и формы проведения практик для лиц с ограниченными возможностями здоровья (далее – ОВЗ)

Выбор способов, форм и мест прохождения практик для лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

**4. Компетенции, формируемые в рамках программы практики:**

|  |  |
| --- | --- |
| **Код компетенции** | **Формулировка**  **компетенций в соответствии с ФГОС ВО** |
|  | **общекультурными компетенциями:** |
| ОК-1 | способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции |
| ОК-2 | способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции |
| ОК-3 | способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности |
| ОК-4 | способность использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности |
| ОК-5 | способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия |
| ОК-6 | способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия |
| ОК-7 | способность к самоорганизации и самообразованию |
| ОК-9 | готовность пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий |
|  | **общепрофессиональными компетенциями:** |
| ОПК-1 | способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах |
| ОПК-2 | владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью |
| ОПК-3 | обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга |
| ОПК-4 | умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия |
| ОПК-5 | умение проводить 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 |
|  | **профессиональными компетенциями:** |
|  | организационно-управленческая деятельность: |
| 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-2 | владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы |
| ПК-3 | владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами |
|  | рекламно-информационная деятельность: |
| ПК-8 | способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы |
|  | рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая деятельность: |
| ПК-9 | способность проводить маркетинговые исследования |
| ПК-10 | способность организовывать и проводить социологические исследования |
| ПК-11 | способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов |

**5. Содержание практики:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Содержание практики** | **Код формируемых компетенций** |
| **Курс 5 Семестр № А** | |  |
| 1. | **Раздел 1. Самоорганизация и подготовка плана преддипломной практики** | ОК-7;ОПК-1; ОПК-2; ПК-2;ПК-3 |
| 2. | **Раздел 2. Ознакомление с эмпирическими методами исследования в рамках выпускной квалификационной работы** | ОК-1; ОК-2; ОК-3;ОК-4;ОПК-3; ОПК-4. |
| 3. | **Раздел 3. Описание методов социологического исследования: анкетный опрос, интервьюирования, фокус-групповое исследование. Проведение эмпирического исследования по теме ВКР** | ОК-2; ОК-3;ОК-6; ОПК-3; ПК-1; ПК-3; ПК-8;ПК-11. |
| 4. | **Раздел 4. Описание методов маркетингового исследования: SWOT - анализ, PEST - анализ,SMART – анализ. Проведение маркетингового исследования в рамках темы ВКР** | ОК-2;ОК-3; ОК\_6;ОПК-3; ОПК-5; ОПК-6; ПК-1;ПК-8; ПК-9; ПК-10. |
| 5. | **Раздел 5. Составление макетов для проведения исследования. Создание приложений, содержащих шаблон анкетного опроса и интервью, транскрипты и сценарии** | ОК-9;ОПК-3; ОПК-5; ОПК-6; ПК-8; ПК-9; ПК-10. |
| 6. | **Раздел 6. Разработка собственной методологии для проведения эмпирических исследований. Составление списка литературы** | ОПК-3; ПК-1; ПК-9; ПК-10;ПК-11 |
| 7. | **Раздел 7. Подготовка и написание отчета и дневника по научно-исследовательской практике** | ОК-1; ОК-5;ОПК-6;ПК-11. |
| 8. | **Раздел 8. Защита выполненной работы** | ОК-5;ОПК-1; ПК-9 |

**6. Формы отчетности:**

а) отчет по практике;

б) дневник практики.

**7. Форма контроля – зачет с оценкой.**