

МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»

Кафедра «Экономика и управление на транспорте»

Аннотация к программе практики

Преддипломная практика

Направление подготовки:	<u>42.03.01 Реклама и связи с общественностью</u>
Профиль:	<u>Реклама и связи с общественностью в отрасли</u>
Квалификация выпускника:	<u>Бакалавр</u>
Форма обучения:	<u>Очная</u>
Год начала обучения:	<u>2020</u>

- 1. Цели практики**
- 2. Задачи практики**
- 3. Место практики в структуре ОП ВО**
- 4. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП**
- 5. Объем, структура и содержание практики, формы отчетности**

Аннотация к программе практики

Преддипломная практика

(вид практики)

1. Цели практики

Целями производственной практики (преддипломная практика) – далее преддипломная практика являются:

- приобретение способности осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач;
- приобретение способности использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии;
- приобретение способности участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий;
- приобретение способности применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта.

Преддипломная практика предназначена для подготовки выпускников к решению задач профессиональной деятельности организационного и маркетингового типа.

2. Задачи практики

Задачами преддипломной практики являются:

- закрепление теоретических и практических знаний, полученных в процессе обучения;
- приобретение практических профессиональных навыков и компетенций, опыта самостоятельной профессиональной деятельности;
- изучение опыта проведения коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий в организации, особенностей и направлений совершенствования технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта;
- выполнение индивидуального задания по практике, представляющего собой самостоятельное исследование в рамках избранной темы выпускной квалификационной работы;
- сбор, обобщение, анализ и систематизация материалов, необходимые для написания отчета по практике и выпускной квалификационной работы и т.д.

3. Место практики в структуре ОП ВО

Преддипломная практика относится к блоку Б2 «Практика» Обязательной части учебного плана, код Б2.О.02(П) «Преддипломная практика».

Для прохождения данной практики необходимы следующие знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами курса, в том числе:

- Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности. Индикаторы достижения компетенций:

УК-2.1. Определяет круг задач в рамках поставленной цели, определяет связи между ними

УК-2.2. Предлагает способы решения поставленных задач и ожидаемые результаты; оценивает предложенные способы с точки зрения соответствия цели проекта

УК-2.3. Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм

УК-2.4. Выполняет задачи в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости корректирует способы решения задач

УК-2.5. Представляет результаты проекта, предлагает возможности их использования и/или совершенствования

ПКС-1.1. Выполняет изучение ситуации в организации и ее окружении, целевых аудиторий, особенностей их поведения и восприятия

ПКС-1.2. Учитывает при выборе формы и содержания рекламы и PR социально-экономические механизмы их влияния на деятельность организации и отрасли

ПКС-1.3. Осуществляет планирование и управление программами рекламы и PR при создании и реализации планов развития бизнеса

ПКС-1.4. Способен применять в профессиональной деятельности базовые решения с использованием средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций в рекламе и связях с общественностью.

- Эффективность рекламной и PR деятельности. Индикаторы достижения компетенций:

УК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие;

УК-1.2. Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи;

УК-1.3. Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов;

УК-1.4. При обработке информации отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок, формирует собственные мнения и суждения, аргументирует свои выводы и точку зрения,

УК-1.5. Рассматривает и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки.

ПКС-1.1. Выполняет изучение ситуации в организации и ее окружении, целевых аудиторий, особенностей их поведения и восприятия

ПКС-1.2. Учитывает при выборе формы и содержания рекламы и PR социально-экономические механизмы их влияния на деятельность организации и отрасли

ПКС-1.3. Осуществляет планирование и управление программами рекламы и PR при создании и реализации планов развития бизнеса

ПКС-1.4. Способен применять в профессиональной деятельности базовые решения с использованием средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций в рекламе и связях с общественностью.

- Маркетинговые исследования. Индикаторы достижения компетенций:

УК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие;

УК-1.2. Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи;

УК-1.3. Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов;

УК-1.4. При обработке информации отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок, формирует собственные мнения и суждения, аргументирует свои выводы и точку зрения,

УК-1.5. Рассматривает и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки.

ПКС-1.1. Выполняет изучение ситуации в организации и ее окружении, целевых аудиторий, особенностей их поведения и восприятия

ПКС-1.2. Учитывает при выборе формы и содержания рекламы и PR социально-экономические механизмы их влияния на деятельность организации и отрасли

ПКС-1.3. Осуществляет планирование и управление программами рекламы и PR при создании и реализации планов развития бизнеса

ПКС-1.4. Способен применять в профессиональной деятельности базовые решения с использованием средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций в рекламе и связях с общественностью.

Получаемые знания, умения и навыки требуются при выполнении выпускной квалификационной работы.

4. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП

№ п\п	Код компетенции	Содержание компетенции
1	2	3
1	ОПК-6	Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии;
2	ПКО-2	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий;
3	ПКО-4	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта;
4	УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.

5. Объем, структура и содержание практики, формы отчетности

Общая трудоемкость практики составляет 18 зачетных единиц, 12 недель/648 часов.

Содержание практики, структурированное по разделам (этапам)

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды деятельности студентов в ходе практики, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля
		Зет	Часов			
			Всего	Практическая работа	Самостоятельная работа	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Раздел: Организационно-ознакомительная лекция	0,5	18	4	14	
2.	Раздел: Производственно-экономический этап Выполнение производственных заданий, сбор, обработка и систематизация фактического и литературного материала	15	540	404	136	промежуточная проверка правильности оформления отчета (представляются руководителю лично или на электронную почту)
3.	Раздел: Аналитический и отчетный этап Обработка и анализ полученной информации, подготовка отчета по практике	2,5	90	72	18	

№ п/ п	Разделы (этапы) практики	Виды деятельности студентов в ходе практики, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Форм ы теку щего контр оля
		Зет	Часов			
			Вс е- го	Практ ичес- кая работа	Самост оляте- льная работа	
1	2	3	4	5	6	7
4.	Раздел: Дифференцированн ый зачет	0	0	0	0	Диф. зачёт
	Всего:		64 8	480	168	

Форма отчётности: Форма отчётности: студенческая аттестационная книжка
производственного обучения, отчет, соответствующий заданию на практику