**АННОТАЦИЯ**

**Производственная практика: преддипломная практика**

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

**Профиль подготовки:** «Работа с социальными медиа»

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

**Форма обучения:** очная, очно-заочная

**Год/годы и семестр/семестры обучения:** 2-й семестр, 4-го года обучения (очная форма); 1-й семестр, 5-го года обучения (ОЗО).

**Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата**

Преддипломная практика является разновидностью производственной практики, входит в вариативную часть ООП бакалавриата и является обязательной для освоения. «Производственная практика: преддипломная практика» логически и содержательно-методически взаимосвязана с такими дисциплинами ООП, как «Иностранный язык», «Русский язык и культура речи», «Психология личности», «Компьютерные технологии и информатика», «Основы интегрированных коммуникаций», «История мирового искусства», «История мирового кино», «Организация специальных мероприятий», «Шедевры мировой литературы», «История русской и зарубежной литературы», «Философия», «Политология», «История рекламы и связей с общественностью», «Генезис рекламы и PR: анализ интерпретаций», «Стилистика», «Стилистические особенности современного русского языка», «Основы бухгалтерского учета», «Основы менеджмента», «Психология массовых коммуникаций», «Технологии управления общественным мнением», «Введение в имиджелогию», «Организация работы отделов по связям с общественностью и рекламы», «Социология массовых коммуникаций», «Искусство продаж», «Основы медиапланирования», «Блоггинг», а также с «Учебной практикой: профильные мастерские», другими видами производственной практики и ГИА.

**Общая трудоемкость** преддипломной практики составляет 6 зачетных единиц (216 часов).

Основная **цель** «Производственной практики: преддипломной практики» состоит в подготовке к предзащите выпускной квалификационной работы (ВКР) бакалавра по направлению «Реклама и связи с общественностью».

**Задачи** преддипломной практики:

1. ознакомление с актуальными концепциями и теориями социально-философского знания, изучающими социальные коммуникации сетевого общества;
2. формирование нового знания, касающегося изучения частных аспектов сферы социальных коммуникаций сетевого общества;
3. применение аналитических навыков и умений студентов для систематизации информации о коммуникационной инфраструктуре базисного субъекта;
4. практическое участие студентов в организации внутреннего и внешнего коммуникационного аудита организации;
5. разработка и реализация коммуникационного проекта, а также модели оценки его эффективности, исходя из целей и задач базисного субъекта рекламной или PR-деятельности, исследуемой в рамках ВКР;
6. выявление и формулирование актуальных коммуникационных проблем базисного субъекта рекламной или PR-деятельности, исследуемой в рамках ВКР на основе сбора, систематизации и анализа информации из различных источников с применением информационно-коммуникационных технологий;
7. составление студентами аналитических справок, отчетов и прогнозов для базисного субъекта рекламной и PR-деятельности, включая работу с источниками на иностранном языке;
8. планирование и организация рекламных кампаний и кампаний по связям с общественностью;
9. разработка механизмов контроля, оценки эффективности и корректировки стратегий, планов, кампаний и отдельных мероприятий базисного субъекта в области рекламы и связей с общественностью.

В результате прохождения преддипломной практики у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **компетенции**:

* ОК-1- способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции;
* ОК-5 - способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;
* ОК-7 - способность к самоорганизации и самообразованию;
* ОПК-4 - умение планировать и организовывать 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;
* ПК-5 - способность реализовывать проекты и владение методами их реализации;
* ПК-11 - способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов;
* ПК-12 - способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;
* ПК-13 - способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия;
* ПК-14 - способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности;
* СПК-1 - владением технологиями формирования и управления имиджем социального субъекта в сети Интернет.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение срока прохождения практики. Промежуточная аттестация проходит по окончании практики в форме публичной защиты. Соответствующие ФОС разработаны.

**Форма итогового контроля:** оценка.