|  |
| --- |
| **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА****ПРОИЗВОДСТВЕННОЙПРАКТИКИ** |
| **Профессионально-творческая практика** |
| Уровень образования  | бакалавриат |
| Направление подготовки | 42.03.01 | Реклама и связи с общественностью |
| Профиль | Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере |
| Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения | 4 года |
| Форма обучения | очная |

## Способы проведения практики

* + - 1. стационарная.

## Сроки и продолжительность практики

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **семестр** | **форма проведения практики** | **продолжительность практики** |
| шестой | Непрерывно (выделяется один период) | 6 недель |

## Место проведения практики

* + - 1.  в профильных организациях, деятельность которых соответствует профилю образовательной программы в соответствии с договорами о практической подготовке.
			2.  в структурном подразделении университета, предназначенном для проведения практической подготовки:
			3. •- РИНЦ «Социоинжиниринг будущего» ИСИ
			4. При необходимости рабочая программа практики может быть адаптирована для условий проведения практики в дистанционном формате

## Форма промежуточной аттестации

* + - 1. *шестой семестр –* зачет с оценкой

## Место практики в структуре ОПОП

* + - 1. Производственная практика. Профессионально-творческая практика относится к обязательной части.

## Цель производственной (профессионально-творческой) практики:

* + - 1. формирование универсальных и профессиональных компетенций по выполнению профессионально-творческой работы в области рекламы и связям с общественностью, направленной на анализ и проведение исследований , поиск способов решения конкретной проблемы.

## Формируемые компетенции и индикаторы достижения компетенций:

|  |  |
| --- | --- |
| **Код и наименование компетенции** | **Код и наименование индикатора****достижения компетенции** |
| ПК-2.Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта | ИД-ПК-2.2 Применение основных маркетинговых инструментов при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта |
| ПК-3. Способен разрабатывать индивидуальные и (или) коллективные проекты в сфере рекламы и связей с общественностью и продвигать коммуникационный продукт в коммерческой сфере | ИД-ПК-3.2 Подготовка необходимой документации по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью |
| ИД-ПК-3.3 Разработка плана коммуникационных мероприятий и определение размера расходов на их реализацию |
| ПК-4*.* Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий | 1. Осуществление тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии
 |

* + - 1. Общая трудоёмкость производственной (профессионально-творческой) практики составляет:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| по очной форме обучения –  | *9* | **з.е.** | *324* | **час.** |