

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 19.06.2025 15:39:41
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed4a82473

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Производственная практика. Преддипломная практика

Уровень образования	бакалавриат
Направление подготовки /Специальность	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль)/ Специализация	Рекламные технологии в медиаиндустрии
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	4 года
Форма(-ы) обучения	очная/заочная

- 1.1. Способы проведения практики
стационарная/выездная
- 1.2. Сроки и продолжительность практики

семестр	форма проведения практики	продолжительность практики
Восьмой – по очной форме Десятый – по заочной форме	непрерывно	4 недели

1.3. Место проведения практики

В профильных организациях, деятельность которых соответствует профилю образовательной программы в соответствии с договорами о практической подготовке.

В структурных подразделениях Университета, предназначенных для проведения практической подготовки:

- Ресурсный инновационный центр «Социоинжиниринг будущего»
- Социологический центр
- Мультимедийная лаборатория «ТАЙМЛАБС»
- Центр информационной политики, медиакоммуникации и связи с общественностью
- Центр молодежных инициатив

При необходимости рабочая программа практики может быть адаптирована для условий проведения практики в дистанционном формате.

1.4. Форма промежуточной аттестации

зачет с оценкой

1.5. Место практики в структуре ОПОП

Производственная практика. Преддипломная практика относится к части, формируемая участниками образовательных отношений.

1.6. Цель производственной практики:

Цели производственной практики:

– закрепление теоретических знаний, полученных во время аудиторных занятий, учебных практик, приобретение профессиональных умений и навыков при непосредственном участии обучающегося в деятельности предприятия или научно-исследовательской организации;

– сбор необходимых материалов для написания выпускной квалификационной работы.

Формируемые компетенции и индикаторы достижения компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
ПК-1 Способен применять современные инструменты, методы, технологии при разработке стратегии продвижения проекта в медиаиндустрии	ИД-ПК-1.3 Разработка стратегии продвижения коммуникационного продукта с учетом специфики медиаплатформ
ПК-2 Способен разрабатывать коммуникационные кампании и проекты государственного и негосударственного секторов	ИД-ПК-2.3 Внедрение технологий общественного служения в проектную деятельность по заказу социально-ориентированных организаций
ПК-3 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом технологий медиарелейшнз в традиционных и новых СМИ	ИД-ПК-3.3 Разработка авторских медиапланов и (или) медиапрограмм с применением современных цифровых технологий
ПК-4 Способен использовать результаты маркетинговых исследований при планировании рекламных и (или) PR-кампаний для создания коммуникационного продукта с применением современных маркетинговых технологий	ИД-ПК-4.1 Использование современных маркетинговых технологий и результатов исследований при планировании и реализации коммуникационных кампаний
	ИД-ПК-4.2 Подготовка основных документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью
	ИД-ПК-4.3 Проектирование технического задания для стратегического планирования рекламных и PR-кампаний и осуществление мониторинга обратной связи с целевыми группами

Общая трудоёмкость производственной практики составляет:

по очной форме обучения –	6	з.е.	192	час.
по заочной форме обучения –	6	з.е.	192	час.