Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 19.06.2025 16:32:38
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed4982493

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	Стратегические коммуникации и бренд-аналитика
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	4 года
Форма(-ы) обучения	очная

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

семестр	форма проведения практики	продолжительность практики
Восьмой	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-2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и имеющегося мирового и отечественного опыта	ИД-ПК-2.3 Использование технологий копирайтинга и спичрайтинга при подготовке рекламных и PR-текстов в онлайн и офлайн среде
ПК-3 Способен использовать результаты маркетинговых исследований и осуществлять исследовательскую и проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы	ИД-ПК-3.1 Использование результатов маркетинговых исследований при планировании и реализации рекламных и (или) PR-кампаний
	ИД-ПК-3.2 Проведение бизнес-анализа ситуации и разработка проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью
	ИД-ПК-3.3 Использование аналитических методов и инструментов для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии и (или) коммуникационного проекта
ПК-4 Способен планировать и организовывать работу по производству рекламных коммуникаций в рамках реализации стратегии продвижения проекта, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ИД-ПК-4.1 Применение современных рекламных контекстно-медийных систем при распределении ресурсов на каждом этапе реализации стратегии продвижения
	ИД-ПК-4.2 Проектирование технического задания для стратегического планирования рекламных коммуникаций
	ИД-ПК-4.3 Совершенствование интеграции технических средств и онлайн-сервисов в рамках реализации стратегии продвижения рекламных проектов

Общая трудоёмкость производственной практики составляет:

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