

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 19.06.2025 15:55:17  
Уникальный программный ключ:  
8df276ee93e17c18e7bee4d4a6c9a9824f3

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

### Производственная практика. Профессионально-творческая практика

|                                                                    |                                            |
|--------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|
| Уровень образования                                                | бакалавриат                                |
| Направление подготовки<br>/Специальность                           | 42.03.01 Реклама и связи с общественностью |
| Направленность (профиль)/<br>Специализация                         | Рекламные технологии в медиаиндустрии      |
| Срок освоения образовательной<br>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<br>практики | продолжительность практики |
|-------------------------------------------------------|------------------------------|----------------------------|
| Шестой – по очной форме<br>Восьмой – 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. Профессионально-творческая практика относится к части, формируемая участниками образовательных отношений.

#### 1.6. Цель производственной практики:

Цели производственной практики:

– развитие у студентов начальных умений в проведении социологических исследований, формирование компетенций в работе с социальными проблемами и эмпирическими данными;

- закрепление теоретических знаний, полученных при изучении дисциплин учебного плана;
- развитие и накопление специальных навыков, изучение и участие в разработке организационно-методических и нормативных документов для решения отдельных задач по месту прохождения практики;
- ознакомление с содержанием основных работ и исследований, выполняемых на предприятии или в организации по месту прохождения практики;
- участие в стендовых и промышленных испытаниях или исследованиях;
- знакомство с реальными технологическими процессами;
- приобретение практических навыков в будущей профессиональной деятельности или в отдельных ее разделах и т.д.;

Формируемые компетенции и индикаторы достижения компетенций:

| Код и наименование компетенции                                                                                                                                                                                | Код и наименование индикатора достижения компетенции                                                                                                |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ПК-1<br>Способен применять современные инструменты, методы, технологии при разработке стратегии продвижения проекта в медиаиндустрии                                                                          | ИД-ПК-1.1<br>Применение маркетинговых инструментов и технологий при планировании и производстве коммуникационного продукта                          |
|                                                                                                                                                                                                               | ИД-ПК-1.2<br>Построение типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью                                           |
|                                                                                                                                                                                                               | ИД-ПК-1.3<br>Разработка стратегии продвижения коммуникационного продукта с учетом специфики медиаплатформ                                           |
| ПК-3<br>Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом технологий медиарилейшнз в традиционных и новых СМИ                                                                                             | ИД-ПК-3.1<br>Использование основных технологий копирайтинга при подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью в онлайн и офлайн среде |
|                                                                                                                                                                                                               | ИД-ПК-3.2<br>Использование основных технологий копирайтинга при подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью в онлайн и офлайн среде |
| ПК-4<br>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<br>Использование современных маркетинговых технологий и результатов исследований при планировании и реализации коммуникационных кампаний  |

Общая трудоёмкость производственной практики составляет:

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