

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 25.06.2024 16:06:56
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab82473

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

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, 5 лет
Форма обучения	очная

1.1. Способы проведения практики
стационарная.

1.2. Сроки и продолжительность практики

семестр	форма проведения практики	продолжительность практики
Пятый, шестой	Непрерывно (выделяется один период)	6 недель

1.3. Место проведения практики

- в профильных организациях, деятельность которых соответствует профилю образовательной программы в соответствии с договорами о практической подготовке.
- в структурном подразделении университета, предназначенном для проведения практической подготовки:

•- РИНЦ «Социоинжиниринг будущего» ИСИ

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

1.4. Форма промежуточной аттестации

шестой семестр – зачет с оценкой

1.5. Место практики в структуре ОПОП

Производственная практика. Профессионально-творческая практика относится к обязательной части.

1.6. Цель производственной (профессионально-творческой) практики:

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	ИД-ПК-4.1 Осуществление тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии

Общая трудоёмкость производственной (профессионально-творческой) практики составляет:

по очной форме обучения –	9	з.е.	288	час.
---------------------------	---	------	-----	------