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:
8df276ee93e17c18e7bee9e7ca110e895f02473

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Производственная практика. Научно-исследовательская работа

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. Научно-исследовательская работа относится к части, формируемая участниками образовательных отношений.

1.6. Цель производственной практики:

Цели производственной практики:

– формирование и развитие у студентов навыков самостоятельного проведения научно-исследовательской работы в области рекламы и связей с общественностью, направленной на выявление актуальных проблем и тенденций в сфере медиакоммуникаций, изучение целевых аудиторий, коммуникационных стратегий, медиатехнологий и обоснование практических рекомендаций для их применения в профессиональной деятельности;

- 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 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий государственных и негосударственных структур	ИД-ПК-1.2 Применение современных технологий при разработке стратегии продвижения коммуникационного продукта с применением инструментов бизнес-аналитики
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

Общая трудоёмкость производственной практики составляет:

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