

Аннотация практики

Семестр	6
Вид практики	производственная практика
Тип практики	профессионально-творческая практика
Формируемые компетенции	УК-10; ПК-1; ПК-2
Цель практики	<ul style="list-style-type: none"> - закрепление знаний о задачах рекламной организации и специфике ее работы; - формирование представлений об организационной структуре рекламной организации; - закрепление теоретических знаний, полученных в ходе изучения учебных дисциплин; - формирование представлений о профессиональных умениях и навыках, в том числе умениях и навыках научно-исследовательской деятельности.
Задачи практики	<ul style="list-style-type: none"> - сформировать навыки проведения анализа медийных ресурсов организации; - закрепить и углубить теоретическую подготовку обучающегося о проведении и подборе необходимых медийных ресурсов в целях рекламы и PR; - дать представление о составлении резюме бизнес-плана рекламного или PR-проекта; - изучить подходы в определении целей и задач рекламного или PR-проекта; - сформировать навыки разработки рекламного и PR-проект (часть проекта) с использованием Интернет-технологии.
Способ проведения практики	стационарная, выездная
Форма проведения практики	дискретно
Форма промежуточной аттестации	зачет с оценкой
Продолжительность практики	4 недели
Общая трудоемкость практики	6 зачетных единиц (216 академических часов)