

Аннотация практики

| | |
|--------------------------------|--|
| Семестр | 6 |
| Вид практики | производственная практика |
| Тип практики | профессионально-творческая практика |
| Формируемые компетенции | УК-8; 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) |