

## Аннотация практики

Семестр	8
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"><li>- закрепление знаний о задачах рекламной организации и специфике ее работы;</li><li>- формирование представлений об организационной структуре рекламной организации;</li><li>- закрепление теоретических знаний, полученных в ходе изучения учебных дисциплин;</li><li>- формирование представлений о профессиональных умениях и навыках, в том числе умениях и навыках научно-исследовательской деятельности.</li></ul>
Задачи практики	<ul style="list-style-type: none"><li>- сформировать навыки проведения анализа медийных ресурсов организации;</li><li>- закрепить и углубить теоретическую подготовку обучающегося о проведении и подборе необходимых медийных ресурсов в целях рекламы и PR;</li><li>- дать представление о составлении резюме бизнес-плана рекламного или PR-проекта;</li><li>- изучить подходы в определении целей и задач рекламного или PR-проекта;</li><li>- сформировать навыки разработки рекламного и PR-проект (часть проекта) с использованием Интернет-технологии.</li></ul>
Способ проведения практики	стационарная, выездная
Форма проведения практики	дискретно
Форма промежуточной аттестации	зачет с оценкой
Продолжительность практики	10 недель
Общая трудоемкость практики	15 зачетных единиц (540 академических часов)