Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Садыкова Алёна Григорьевна
Должность: Директор Высшей школы креативных индустрий
Дата подписания: 19.06.2024 10:59:50
Уникальный программный ключ:
d72783635b7f1e87e2e9a74ce849dcb1abefa87

Аннотация практики

Вид практики	**Производственная**
Тип практики	**Преддипломная практика**
Содержание	Выявление тенденций, динамики процессов и инновационных явлений, разработка концептуальных моделей, рабочих планов и программ проведения научных исследований и методических разработок в области рекламы и связей с общественностью. Определение состава и операционализация основных изучаемых переменных, выявление проблем, определение гипотез их решения, подбор методик, планирование и организация проведения рыночных и социологических исследований, анализ и интерпретация их результатов, разработка основных коммуникационных стратегий, а также стратегий в области совершенствования и оптимизации рекламной деятельности и связей с общественностью. Проведение научного исследования в сфере рекламы и связей с общественностью на основе самостоятельно разработанной или адаптированной методологии и методик. Сбор, обработка и систематизация практического материала для дальнейшего использования и написания выпускной квалификационной работы.
Результаты освоения практики	Владеет навыком критического анализа и оценки проблемных ситуаций на основе системного подхода с применением цифровых компетенций Организует, руководит командной работой и принимает управленческие решения в рамках проекта на всех этапах его жизненного цикла Применяет современные компьютерные технологии, в том числе на иностранных языках с опорой на анализ и специфику разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия Используют базовые навыки и креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере Использует базовые знания и креативные решения при создании текста коммуникационного продукта Применяет систему знаний при осуществлении профессиональной деятельности в сфере корпоративных коммуникаций с применением современных информационных технологий
Трудоемкость, з.е.	9
Форма отчетности	Зачёт с оценкой в 8 семестре
Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для проведения практики	
Основная литература	1. Ткаченко, Н.В. Креативная реклама: технологии проектирования / Н.В. Ткаченко, О.Н. Ткаченко ; под ред. Л.М. Дмитриевой. – Москва : Юнити, 2015. – 336 с. – (Азбука рекламы). – URL: http://biblioclub.ru/index.php?

	page=book&id=114422 (дата обращения: 25.02.2020). – ISBN 978-5-238-01568-2.
Дополнительная литература	1. Ковалева, Л.В. Маркетинг территорий : учебное пособие / Л.В. Ковалева ; Тюменский государственный университет. – Тюмень : Тюменский государственный университет, 2017. – 284 с. : ил. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=572901. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-400-01269-3. 2. Маркетинговые коммуникации : учебник / Д. С. Жарников и др. ; под ред. И. Н. Красюк. - Москва : ИНФРА-М, 2012. – 270, [1] с. : ил., табл. ; – (Высшее образование). – Библиогр.: с. 259-261. – ISBN 978-5-16-004956-4 3. Реклама: технологии воздействия / под общ. ред. Е. Н. Ежовой ; М-во образования и науки Рос. Федерации, ГОУ ВПО «Ставроп. гос. ун-т». – Ставрополь : Изд-во СГУ, 2010. – 327 с. – Библиогр.: с. 305-325. – ISBN 978-5-88648-737-4