Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Колесникова Марина Евгеньевна
Должность: директор Гуманитарного института
Дата подписания: 01.06.2023 10:42:18
Уникальный программный ключ:
f2fdf4a04341686298921941294bbde65f78a2b05

Аннотация практики

Вид практики	**Производственная**
Тип практики	**Профессионально-творческая**
Содержание	Осуществление авторской деятельности любого уровня сложности в сфере рекламы и связей с общественностью. Управление коммуникационными службами рекламы и связей с общественностью компании (организации), планирование и организация рекламных кампаний и кампаний по связям с общественностью, проведение мероприятий по повышению имиджа организации, контроль и оценка эффективности связей с общественностью. Контроль, оценка эффективности и корректировка стратегий, планов, кампаний и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью. Организация эффективных внутренних коммуникаций, создание благоприятного психологического климата в коллективе, осуществление работы по повышению квалификации и общего культурного и профессионального уровня сотрудников, формирование и обеспечение высокого уровня корпоративной культуры.
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
Трудоемкость, з.е.	9
Форма отчетности	Зачёт с оценкой во 4 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