Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Садыкова Алёна Григорьевна
Должность: Директор Высшей школы креативных индустрий
Дата подписания: 11.06.2024 12:12:05
Уникальный программный ключ:
d72783635b7f1e87e2e9a74ee849dcb1abefab0a

# Аннотация практики

| | |
|---|---|
| Вид практики | **Производственная** |
| Тип практики | **Профессионально-творческая практика** |
| 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<br><br>Организует, руководит командной работой и принимает управленческие решения в рамках проекта на всех этапах его жизненного цикла<br><br>Применяет современные компьютерные технологии, в том числе на иностранных языках с опорой на анализ и специфику разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия<br><br>Используют базовые навыки и креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере |
| Трудоемкость, з.е. | 6 |
| Форма отчетности | Зачёт с оценкой в 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.<br>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<br>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 |