

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Забелин Алексей Григорьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 05.03.2022 21:03:30
Уникальный программный ключ:
672b4df4e1ca30b0f66ad5b6309d064a94afcfdbc652d927620ac07f8fdabb79

Аккредитованное образовательное частное учреждение высшего образования
«Московский финансово-юридический университет МФЮА»

Чеботарева Инна Васильевна
(уч. звание, степень, ФИО авторов программы)

Аннотация практики

Профессионально-ознакомительная практика

(наименование типа практики)

Направление подготовки (специальность): 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(код, наименование без кавычек)

ОПОП: Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

(наименование)

Форма освоения ОПОП: очная, очно-заочная, заочная

(очная, очно-заочная, заочная)

Общая трудоемкость: 6 (з.е.)

Продолжительность: 4(нед.)

Формы промежуточной аттестации	СЕМЕСТР		
	очная	очно-заочная	заочная
Дифференцированный зачет	2	2, 4	2, 4

Москва

1. Цель и задачи практики

Цель практики	Цель профессионально-ознакомительной практики – закрепление знаний по дисциплинам общепрофессиональной и специальной подготовки, формирование навыков использования научного и методического аппарата этих дисциплин, полученного при теоретическом обучении, для решения комплексных задач по постановке, организации и управлению рекламной практикой предприятия, оценке результатов рекламной деятельности.
Задачи практики	<ul style="list-style-type: none">- формирование первичных умений в части поиска информации по полученному заданию, сбор и анализ данных, необходимых для проведения конкретных расчетов и практической деятельности в сфере рекламы и СО;- ознакомление с основными направлениями работы коммуникационных, рекламных агентств, агентств по связям с общественностью, отделов маркетинга, рекламы и связей с общественностью предприятия- приобретение навыков обработки данных в соответствии с поставленной руководителем задачей; анализ, оценка, интерпретация полученных результатов и обоснование выводов;- закрепление теоретических знаний путем решения конкретных практических задач, предполагающих построение стандартных теоретических и практических моделей исследуемых процессов, явлений и объектов, относящихся к области профессиональной деятельности, анализ и интерпретация полученных результатов;- первичное формирование навыков анализа и интерпретации показателей, характеризующих процессы в сфере рекламы и СО в России и за рубежом;- приобретение первичных умений в части подготовки информационных обзоров, аналитических отчетов;- формирование навыков проведения статистических обследований, опросов, анкетирования и первичная обработка их результатов;- подготовка к участию в разработке проектных решений в области профессиональной деятельности, подготовке предложений и мероприятий по реализации разработанных проектов и программ.- подготовка студентов к прохождению государственной итоговой аттестации и выполнению выпускной квалификационной работы (бакалаврской работы).

2. Наименование видов практики, способа и формы её проведения

Вид практики	Учебная практика
Способ проведения практики	стационарная; выездная
Форма проведения практики	дискретно по видам практик

3. Место практики в структуре ОПОП

Блок 2 «Практика»	
Дисциплины и практики, знания и умения по которым необходимы как "входные" при прохождении данной практики	Введение в специальность

<p>Дисциплины, практики, ГИА, для которых прохождение данной практики необходимо как предшествующее</p>	<p>Брендинг Деловые бизнес-коммуникации и современная пресс-служба Имиджелогия Копирайтинг в рекламе и связях с общественностью Креативные технологии в рекламе и связях с общественностью Маркетинговые исследования и ситуационный анализ Планирование и проведение коммуникационных кампаний</p>
---	---

4. Структура и содержание практики

№ п.п.	Разделы (этапы) практики	Содержание практики
--------	--------------------------	---------------------

Аккредитованное образовательное частное учреждение высшего образования «Московский финансово-юридический университет МФЮА»

Чеботарева Инна Васильевна

(уч. звание, степень, ФИО авторов программы)

Аннотация практики

Профессионально-творческая практика

(наименование типа практики)

Направление подготовки (специальность): 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(код, наименование без кавычек)

ОПОП: Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

(наименование)

Форма освоения ОПОП: очная, очно-заочная, заочная

(очная, очно-заочная, заочная)

Общая трудоемкость: 6 (з.е.)

Продолжительность: 4(нед.)

Формы промежуточной аттестации	СЕМЕСТР		
	очная	очно-заочная	заочная
Дифференцированный зачет	6	8	8

Москва

1. Цель и задачи практики

Цель практики	приобретение профессионального опыта в сфере рекламы и связей с общественностью
Задачи практики	углубление и закрепление теоретических знаний, полученных в ходе изучения дисциплин базовой и вариативной части; изучение функциональных обязанностей специалиста по рекламе и связям с общественностью; знакомство со спецификой работы специалиста по рекламе и связям с общественностью в сферах экономики, политики, государственных структурах; ознакомление с особенностями коммуникационных процессов в межличностной, социальной, культурной, образовательной и научной сферах; формирование компетенций самостоятельной работы по сбору и обработке научной и статистической информации, организации и проведения социологических и маркетинговых исследований.

2. Наименование видов практики, способа и формы её проведения

Вид практики	Производственная практика
Способ проведения практики	стационарная; выездная
Форма проведения практики	дискретно по видам практик

3. Место практики в структуре ОПОП

Блок 2 «Практика»	
Дисциплины и практики, знания и умения по которым необходимы как "входные" при прохождении данной практики	Имиджелогия Основы анализа потребительского поведения Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)
Дисциплины, практики, ГИА, для которых прохождение данной практики необходимо как предшествующее	Брендинг Планирование и проведение коммуникационных кампаний Государственная итоговая аттестация

4. Структура и содержание практики

№ п.п.	Разделы (этапы) практики	Содержание практики
--------	--------------------------	---------------------

Аккредитованное образовательное частное учреждение высшего образования «Московский финансово-юридический университет МФЮА»

Чеботарева Инна Васильевна

(уч. звание, степень, ФИО авторов программы)

Аннотация практики

Преддипломная практика

(наименование типа практики)

Направление подготовки (специальность): 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(код, наименование без кавычек)

ОПОП: Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

(наименование)

Форма освоения ОПОП: очная, очно-заочная, заочная

(очная, очно-заочная, заочная)

Общая трудоемкость: 9 (з.е.)

Продолжительность: 6(нед.)

Формы промежуточной аттестации	СЕМЕСТР		
	очная	очно-заочная	заочная
Дифференцированный зачет	8	10	10

Москва

1. Цель и задачи практики

Цель практики	закрепление полученных теоретических знаний на основе практического участия в деятельности предприятия, приобретение студентами профессиональных навыков и опыта самостоятельной работы, проверка профессиональной готовности к самостоятельной трудовой деятельности, закрепление знаний, умений и навыков в работе с различного рода документами, выработка навыков научно-исследовательской деятельности. Преддипломная практика проводится для выполнения выпускной квалификации.
Задачи практики	<ul style="list-style-type: none"> – самостоятельный поиск и изучение научной и методической литературы в соответствующей области знания; – применение научных методов и технологий при решении конкретных профессиональных задач; – использование научно-исследовательских навыков при организации сбора, обработки, систематизации и анализа необходимой информации; – выработывание навыков планирования, составления отчетной документации по результатам проведенных исследований, представление результатов исследований в формах отчетов, презентаций, рефератов, публикаций, дипломных работах; – развитие умений самоанализа проведенной исследовательской деятельности; – сбор материала по теме выпускной квалификационной работы, его анализ и систематизация, дальнейшее представление в ВКР.

2. Наименование видов практики, способа и формы её проведения

Вид практики	Производственная практика
Способ проведения практики	стационарная; выездная
Форма проведения практики	дискретно по видам практик

3. Место практики в структуре ОПОП

Блок 2 «Практика»	
Дисциплины и практики, знания и умения по которым необходимы как "входные" при прохождении данной практики	Вербальные и визуальные технологии в рекламе и связях с общественностью Имиджелогия Креативные технологии в рекламе и связях с общественностью Маркетинговые исследования и ситуационный анализ Основы теории коммуникации Проектно-технологическая практика Профессионально-ознакомительная практика Профессионально-творческая практика Разработка и технология производства рекламного продукта Реклама и связи с общественностью в социальных сетях
Дисциплины, практики, ГИА, для которых прохождение данной практики необходимо как предшествующее	Государственная итоговая аттестация

4. Структура и содержание практики

№ п.п.	Разделы (этапы) практики	Содержание практики
--------	--------------------------	---------------------

Аккредитованное образовательное частное учреждение высшего образования «Московский финансово-юридический университет МФЮА»

Чеботарева Инна Васильевна

(уч. звание, степень, ФИО авторов программы)

Аннотация практики

Проектно-технологическая практика

(наименование типа практики)

Направление подготовки (специальность): 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(код, наименование без кавычек)

ОПОП: Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

(наименование)

Форма освоения ОПОП: очная, очно-заочная, заочная

(очная, очно-заочная, заочная)

Общая трудоемкость: 6 (з.е.)

Продолжительность: 4(нед.)

Формы промежуточной аттестации	СЕМЕСТР		
	очная	очно-заочная	заочная
Дифференцированный зачет	4	6	6

Москва

1. Цель и задачи практики

Цель как практики	Цель проектно-технологической практики - в закреплении обучающимися полученных знаний и навыков о рекламе как основном средстве распространения информации и PR искусство и наука достижения гармонии посредством взаимопонимания, основанного на правде и полной информированности с последующим применением в профессиональной сфере и получении практических навыков (формирование) по рекламе и связях с общественностью.
Задачи	Приобрести практические знания и навыки в области практической реализации рекламы и связей с общественностью в современной организации; собрать практические материалы по темам практики и представить их в отчете; практики обобщить полученные данные и дать оценку организации работы специалиста на объекте прохождения практики, сформулировать грамотные выводы для принятия и реализации управленческих решений; собрать необходимый практический материал для выпускного исследования.

2. Наименование видов практики, способа и формы её проведения

Вид практики	Производственная практика
Способ проведения практики	стационарная; выездная
Форма проведения практики	дискретно по видам практик

3. Место практики в структуре ОПОП

Блок 2 «Практика»	
Дисциплины и практики, знания и умения по которым необходимы как "входные" при прохождении данной практики	Основы анализа потребительского поведения Основы теории коммуникации Теория и практика массовой информации
Дисциплины, практики, ГИА, для которых прохождение данной практики необходимо как предшествующее	Государственная итоговая аттестация

4. Структура и содержание практики

№ п.п.	Разделы (этапы) практики	Содержание практики
--------	--------------------------	---------------------