

## Аннотация

Производственная практика научно-исследовательская работа входит в состав обязательной части образовательной программы подготовки обучающихся по направлению подготовки/ специальности 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» направленность «Реклама и связи с общественностью в сфере социальных инноваций». Организацию и проведение практики осуществляет кафедра №62.

Цель проведения производственной практики:

(вид практики)

~ получение обучающимися необходимых профессиональных умений, навыков и опыта профессиональной деятельности в области рекламы и связи с общественностью в сфере социальных инноваций;

~ предоставление возможности обучающимся развить и продемонстрировать профессиональные навыки в области рекламы и связи с общественностью в сфере социальных инноваций;

~ предоставление возможности обучающимся использовать полученные профессиональные умения, навыки и опыт профессиональной деятельности в рекламе и связях с общественностью в сфере социальных инноваций.

Задачи проведения производственной практики:

(вид практики)

~ формирование навыков реферирования, обзора и анализа научных источников, обобщения и критической оценки результатов научных исследований;

~ выработка умения анализировать исходные данные для формирования самостоятельных суждений по научной проблематике рекламы и связей с общественностью;

~ формирование практических навыков ведения самостоятельной научной работы;

~ выявление сферы собственных научных интересов;

~ овладение методами изложения полученных результатов НИР в виде отчетов, публикаций, докладов, презентаций.

Производственная практика научно-исследовательская работа обеспечивает формирование у обучающихся следующих

общепрофессиональных компетенций:

ОПК-1 «Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем»;

ОПК-2 «Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах»;

ОПК-3 «Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов»;

профессиональных компетенций:

ПК-2 «Способен проводить научное исследование в сфере социальных инноваций рекламы и связей с общественностью»

Содержание практики охватывает круг вопросов, связанных с выработкой у магистрантов компетенций и навыков ведения самостоятельной научно-исследовательской работы в области рекламы и связей с общественностью в сфере социальных инноваций.

Промежуточная аттестация по практике осуществляется путем защиты отчетов, составляемых обучающимися по итогам практики. Форма промежуточной аттестации по практике – дифференцированный зачет.

Общая трудоемкость практики составляет 18 зачетных единиц, 648 часов.  
Язык обучения русский.