



Модель практики студентів IV курсу кафедри реклами та зв'язків з громадськістю



МЕТА

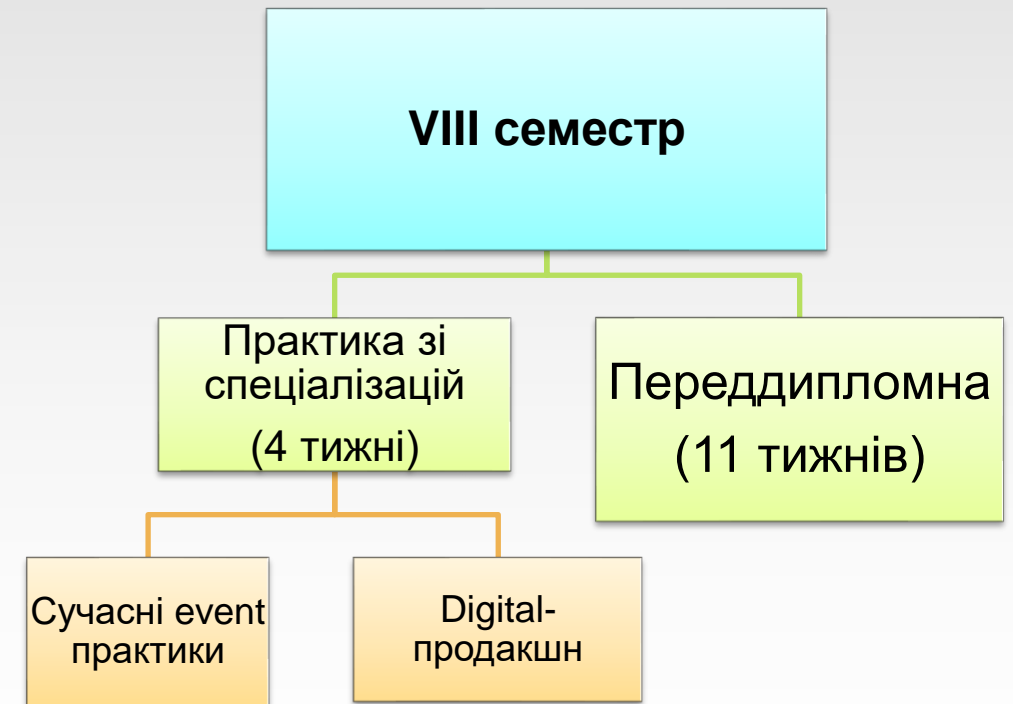
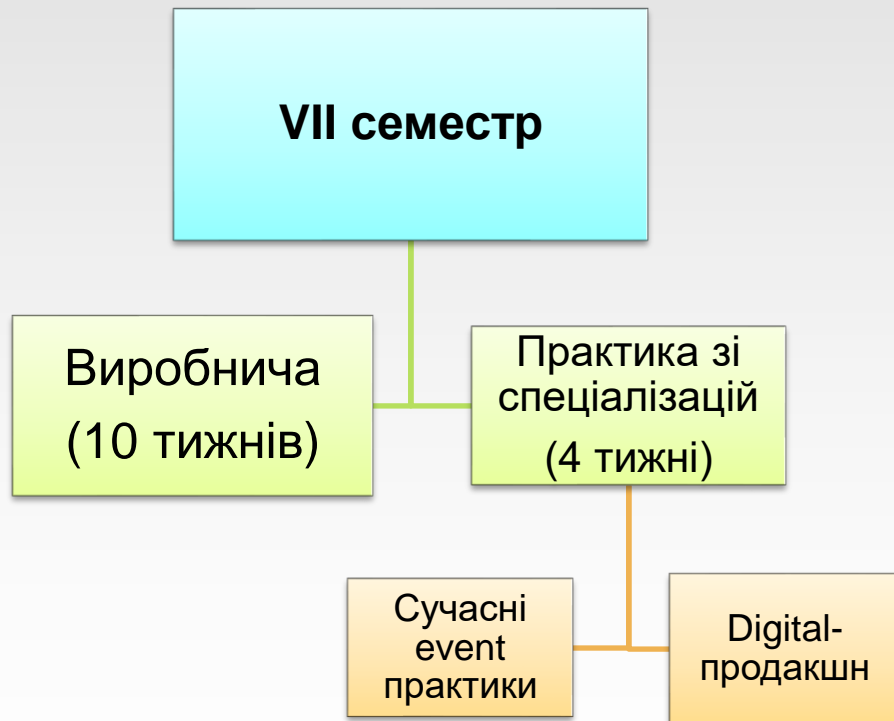
- розширення та поглиблення у студентів умінь, професійних навичок та спеціальних фахових компетентностей, одержаних під час теоретичного та практичного навчання в Центрах компетентностей;
- набуття досвіду самостійного прийняття рішень у реальних ринкових та виробничих умовах;
- виховання постійної потреби бути креативним, систематично поновлювати свої професійні знання.



МОДЕЛЬ ПРАКТИКИ

Вид практики	Спеціалізація	Термін	Семестр	Продукт	Результат
Виробнича практика		10 тижнів	7	Комунікаційні продукти (в залежності від бази практики) (слайд 5)	Захист інтегрованого проекту
Практики вибіркові зі спеціалізації	Digital – продакшн	4 тижні	7		
	Сучасні event практики				
	Digital - продакшн	4 тижні	8	Комунікаційні продукти (відповідно до спеціалізації) (слайд 6)	Захист digital проекту
	Сучасні event практики			Комунікаційні продукти (відповідно до спеціалізації) (слайд 6)	Захист event проекту
Перед-дипломна		11 тижнів	8	Комунікаційні продукти (відповідно до тем дипломних проєктів) (слайд 7)	Передзахист бакалаврського дипломного проєкту

ВИДИ ПРАКТИК



Структура виробничої практики (10 тижнів)

Реклама і PR в
бізнесі
(4 тижні)

Реклама і PR в
гуманітарній
сфері (2 тижні)

Реклама і PR в
політичній
сфері (2 тижні)

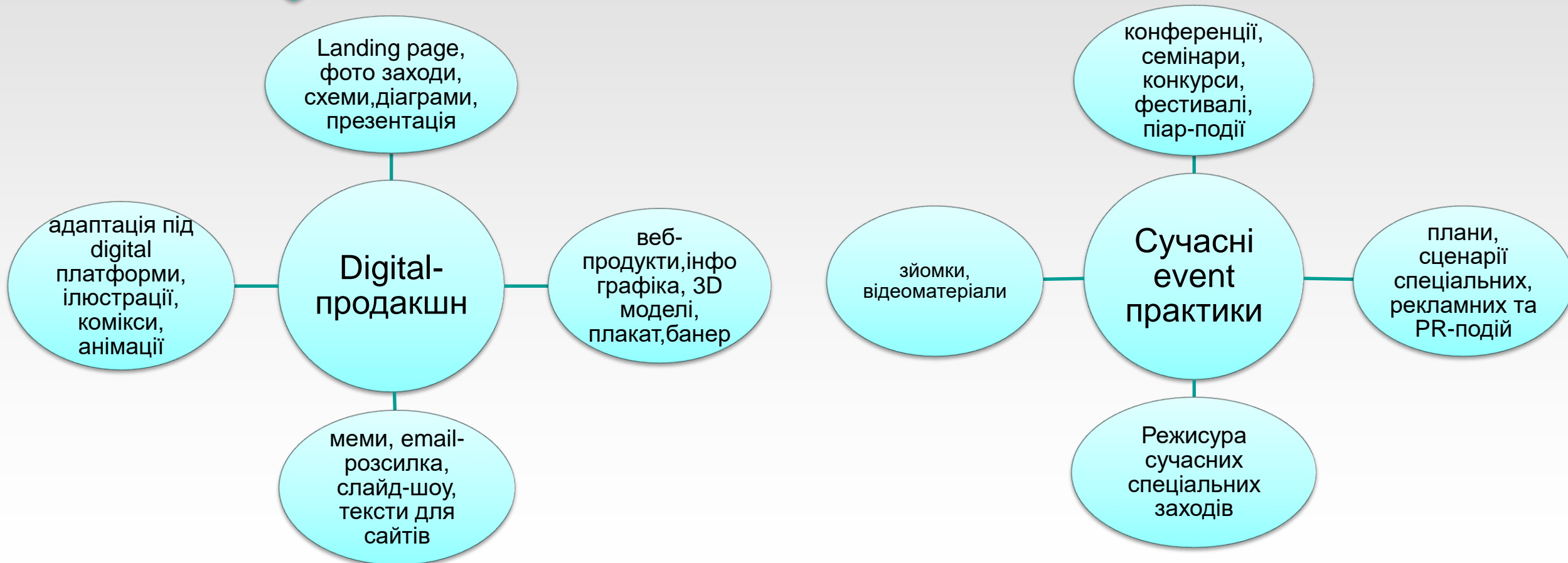
Реклама і PR в
державній
сфері (2 тижні)

ПРОДУКТИ (ВИРОБНИЧА ПРАКТИКА)

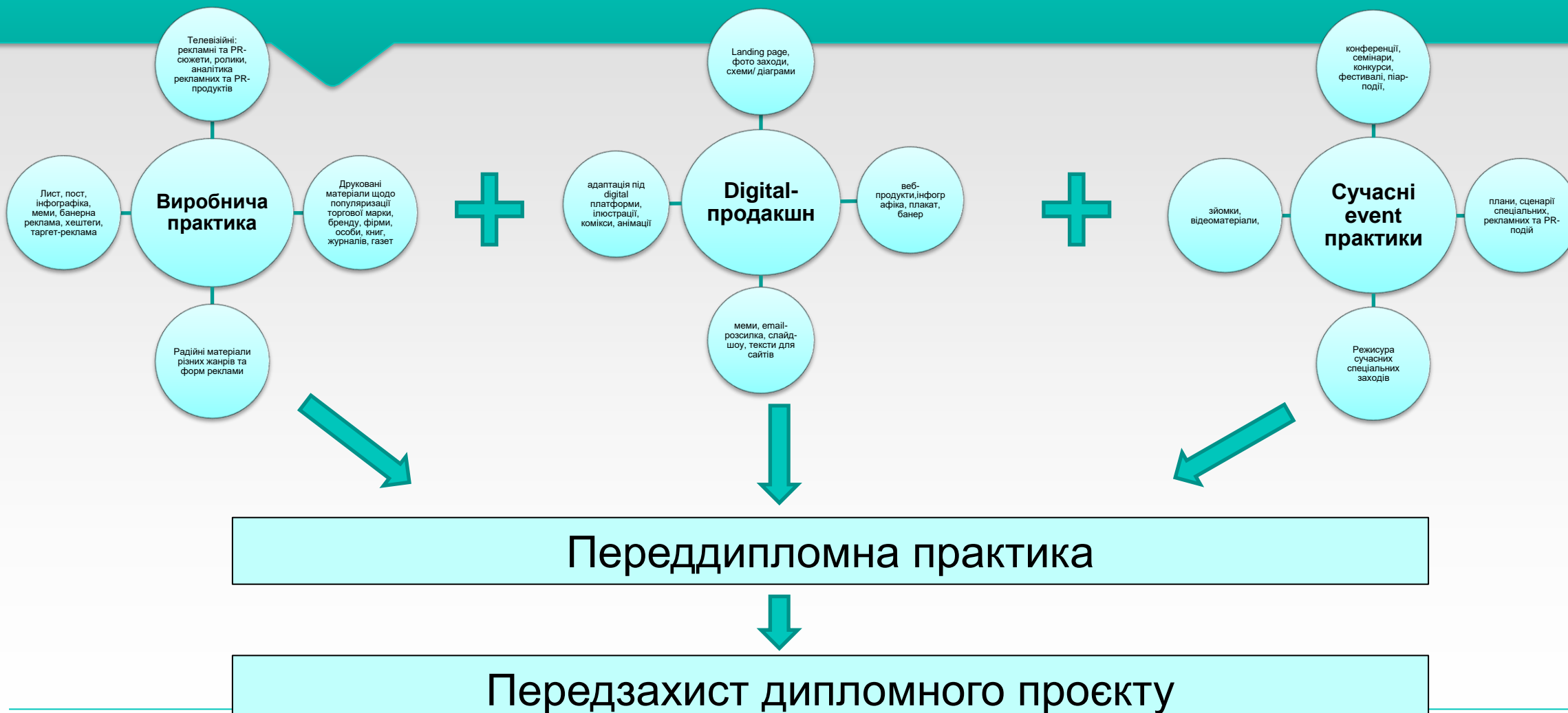


- Комунікаційні продукти
(в залежності від бази практики)

ПРОДУКТИ (ПРАКТИК ЗІ СПЕЦІАЛІЗАЦІЙ)

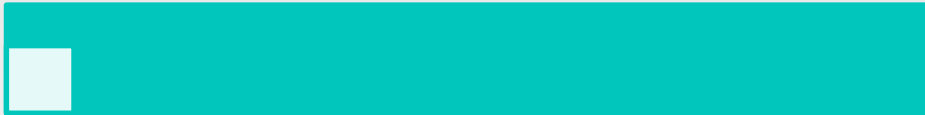


ЗАГАЛЬНА СХЕМА



Оволодіння компетентностями (на прикладі виробничої практики)

Реклама і PR у бізнесі



Інтегровані маркетингові комунікації

Маркетингові дослідження
в рекламі та PR

Рекламний менеджмент

Компетентності



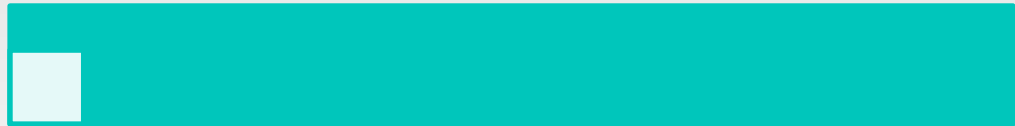
Обирати медіаресурси, складати медіаплан, вміти поєднувати всі елементи маркетингових комунікацій

Проводити прикладні дослідження в сфері реклами та зв'язків з громадськістю. Вміти аналізувати та систематизувати необхідну інформацію

Вміти використовувати та застосовувати моделі стратегічного управління в галузі реклами та PR, складати робочий план реалізації, оцінювати ефективність рекламної та PR-діяльності

Оволодіння компетентностями (на прикладі виробничої практики)

Реклама і PR у гуманітарній сфері

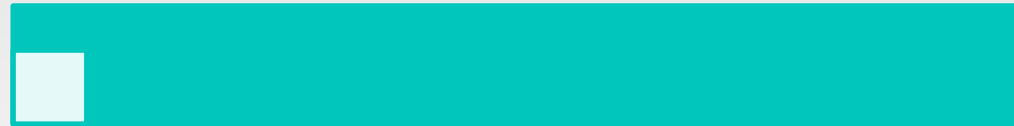


PR у соціальній сфері

Соціальна реклама

Реклама і PR у шоу-бізнесі та кіноіндустрії

Компетентності



Вміти застосовувати технології формування громадської думки, розпізнавати та попереджати маніпулятивні технології у соціальній сфері

Володіти методиками визначення соціально-актуальних проблем, застосовувати різноманітні інструменти впливу при створенні соціальної реклами

Володіти сучасними технологіями впливу на соціокультурні явища та процеси. Використовувати особливості культурології, застосовувати сучасні культурні практики



РЕЗУЛЬТАТИ ПРАКТИК

VII семестр

Виробнича практика

- Захист інтегрованого проекту

VII - VIII семестр

Практика зі спеціалізацій

- Захист digital проекту
- Захист event проекту

VIII семестр

Переддипломна практика

- Передзахист бакалаврського дипломного проекту

