**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации**

**ФГАОУ ВО «УрФУ имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»**

|  |  |
| --- | --- |
| СОГЛАСОВАНО  Название предприятия  «22» февраля 2024 г. | СОГЛАСОВАНО  УрФУ  «22» февраля 2024 г. |
| Ответственный за практику на предприятии  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  Подпись, расшифровка подписи | РОП  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Е.А. Голубкова  Подпись, расшифровка подписи |

Институт экономики и управления Группа ЭУ-403804

Кафедра интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга

Код, наименование направления 42.03.01. Реклама и связи с общественностью

Наименование образовательной программы Реклама и связи с общественностью

Траектория **Бренд-менеджмент**

**ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ**

На производственную (преддипломную) практику студента

(фамилия, имя, отчество)

1. Тема задания на практику Завершение формирования профессиональных компетенций студента с помощью проведения комплекса практических и научно-исследовательских работ и на их основе овладение профессиональной деятельностью.

2. Срок практики с 11.03.2024 по 19.05.2024.

3. Место прохождения практики \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

4. Вид практики (Тип) производственная (преддипломная).

5. Содержание отчета: введение (описание организации; должность, в которой студент проходил практику; функции, которые он выполнял); аналитический раздел (описание выполненных работ по пунктам 1 и 2 Рабочего графика (плана) проведения практики); практический раздел (описание выполненных работ по пунктам 3 и 4 календарного плана); заключение (краткое изложение результатов практики; оценка возможности использования собранного материала в выпускной квалификационной работе; замечания и предложения по организации практики).

**Рабочий график (план)проведения практики**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| ***Этапы практики*** | ***Наименование работ студента*** | ***Срок*** | ***Примечание*** |
| организационный | Ознакомление с рабочей программой практики; Изучение методических рекомендаций по практике; Согласование индивидуального задания с РП от УрФУ и от РП профильной организации; усвоение правил техники безопасности и охраны труда. | 04.03.2024-10.03.24 |  |
| Основной | . Провести коммуникационный аудит организации в т.ч. в телерадиовещательных СМИ.:  1.1 характеристика компании, включая позиционирование, ценности, миссию, показатели успешности,  1.2 контент-анализ инициированных и неинициированных публикаций в СМИ с упоминанием компании, частотность и регулярность публикаций в собственных медиа,  1.3 анализ тем, текстов и визуального оформления постов и сайта,  1.4 анализ количества и качества интервью со спикерами компании,  1.5 выявление мнения целевых аудиторий о компании,  1.6 выводы об эффективности коммуникационной деятельности компании  В случае если организация не представлена в телерадиовещательных СМИ, разработать рекомендации по присутствию компании на ТВ и радио с использованием продуктов телерадиовещательных СМИ (медийные проекты, реализуемые на телевизионных и радиопрограммах, теле-, радиопрограммы, подкасты, циклы передач (информационно-аналитические, репортажи), документальные фильмы, видео/аудиоролики и пр. | 11.03.2024-20.03.2024 |  |
| 2. Провести коммуникационный аудит основных конкурентов, в т.ч. в телерадиовещательных СМИ, опираясь на структуру в п.1 задания. | 21.03.2024-10.04.2024 |  |
| 3.1 Разработать концепцию коммуникационной кампании организации или отдельного проекта/продукта организации сроком от 3 месяцев до одного года, включая основную идею, медиа-стратегию, методику оценки эффективности выбранных коммуникационных инструментов в т.ч. с использованием продуктов телерадиовещательных СМИ.  3.2 Подготовить 3 текста:  - PR-текст (объемом не менее 300 слов);  - журналистский текст (объемом не менее 600 слов);  - рекламный текст (30-35 слов с выделением 3-4 ключевых слов и словосочетаний, выбранных с помощью сервиса Яндекс.Директ или Google AdWords. Приложить скриншоты выбора ключевых слов).  3.3 Разработать 2 варианта одного рекламного продукта для реализации выбранной концепции (на выбор): фирменный стиль, буклет, рекламный модуль, макет наружной рекламы, баннер. | 11.04.2024-01.05.2024 |  |
| 4. Организовать и провести мероприятия (на выбор): пресс-конференция, брифинг, корпоративное мероприятие, промо-акция, флеш-моб, специальное мероприятие, спортивное мероприятие, маркетинговое исследование, выставка, фестиваль, конкурс и др. | 02.05.2024-14.05.2024 |  |
| 5. Подготовка полного текста ВКР с использованием материалов, собранных во время практики. | 15.05.2024-19.05.2024 |  |
| заключительный | Подведение итогов и составление отчета: систематизация, анализ, обработка собранного в ходе практики материала, предоставление отчета, публичная защита отчета | 20.05.2024-22.05.2024 | текст ВКР, прошедший нормоконтроль и подписанный всеми (студентом, научным руководителем, нормоконтролером), сдается на кафедру одновременно с передачей отчета по практике в Центр поддержки студентов и преподавателей (каб. 202, Чапаева 20) |

Руководитель от УрФУ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Подпись расшифровка подписи

Руководитель от предприятия \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Подпись расшифровка подписи

Задание принял к исполнению(студент) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Подпись расшифровка подписи

Определение формата, тематики и оценка материала для нового продукта телерадиовещательных СМИ;

Подготовка создания сценарного материала нового продукта;

Планирование создания нового продукта телерадиовещательных СМИ;

Организация финансирования создания нового продукта телерадиовещательных СМИ;

Организация обеспечения производственного процесса создания нового продукта телерадиовещательных СМИ необходимыми ресурсами;

Организация деятельности рабочей группы по созданию нового продукта телерадиовещательных СМИ;

Организация продвижения готовых продуктов и продуктов на этапе создания.

Определять формат, тематику и оценивать материал для нового продукта телерадиовещательных СМИ.

Осуществлять подготовку создания сценарного материала нового продукта

Планировать создание нового продукта телерадиовещательных СМИ

Организовывать финансирование создания нового продукта телерадиовещательных СМИ

Организовывать обеспечение производственного процесса создания нового продукта телерадиовещательных СМИ необходимыми ресурсами

Организовать деятельность рабочей группы по созданию нового продукта телерадиовещательных СМИ

Организовать продвижение готовых продуктов и продуктов на этапе создания