

**Аннотации практик образовательной программы по направлению
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
Направленность «Связи с общественностью и коммуникативные технологии»**

Блок I.	Практики	Аннотации
	<p>Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности</p>	<p>Практика реализуется <i>кафедрой общественных связей, туризма и гостеприимства ФИПП ИАИ РГГУ</i> на базе структурных подразделений РГГУ, а также в профильных организациях и предприятиях, специализирующихся в сфере рекламы и связей с общественностью, а также в департаментах по связям с общественностью и в профильных подразделениях учреждений и предприятий различной формы собственности, а также в государственных, политических и иных общественно-политических организаций, ответственных за внешнюю коммуникацию, в т.ч. в Аппарате Государственной Думы Федерального Собрания РФ и Аналитическом отделе Аппарата Общественной палаты РФ, пресс-службе ПАО «Аэрофлот – российские авиалинии» и ОАО «РЖД, в рекламных и иных коммуникативных агентствах (Международное коммуникационное (рекламное) агентство «Ogilvy Group Russia», ООО «Группа Коммуникатор», ООО «Простор Медиа, ООО «Пи.Ар.-Текнолджис», ООО «Пиар Агентство Успех» и др.), PR-отделах ООО «Марriott» отель лизинг, ООО «БургерРус», ООО «Издательство «Эксмо» и др., пресс-службах Российской объединенной демократической партии «Яблоко» и ЛДПР и т.д.</p> <p>Цель практики: расширение представлений будущих бакалавров по рекламе и связям с общественностью о сферах практической деятельности, основных типов и видов профессиональной деятельности специалиста в области рекламы и связей с общественностью, которые бы мотивировали студента к поиску собственной модели самоорганизации и самообразования в выбранном профиле образовательной подготовки.</p> <p>Задачи: ознакомление с организацией профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью по месту прохождения практики; изучение организационной структуры управления рекламной и PR-кампанией в ходе реализации проектов в профессиональной сфере; анализ и оценка работы организации и ее структурных подразделений, в которых студент проходит практику по реализации проектов в сфере рекламы и связей с общественностью на основе проведенных исследований; установление новых коммуникаций с заказчиками организации, в которой студент проходит практику для оптимизации профессиональной деятельности данной организации; участие под контролем представителей организации, в которой студент проходит практику в проводимой ею коммуникационной кампании или мероприятии; написание и представление отчёта о прохождении</p>

практики руководителю от РГГУ.

Учебная практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в т.ч. по получению первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности направлена на формирование общекультурных / универсальных, общепрофессиональных, а также профессиональных компетенций, соответствующих видов профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники по профилю их образовательной подготовки бакалавровского уровня квалификации по направлению – «Связи с общественностью и коммуникативные технологии»:

- проектный;
- организационно-управленческий;
- коммуникационный;
- рыночно-исследовательский и прогнозно-аналитический
- рекламно-информационный
- информационно-технологический

Учебная практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в т.ч. по получению первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности направлена на формирование следующих компетенций:

- ОК (код и содержание);
способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);
способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);
способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);
способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4);
способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);
способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);
способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-8);
готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-9);
- ОПК (код и содержание);
способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с

		<p>общественностью в различных структурах (ОПК-1); владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2); обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3); умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4); умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5); способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6);</p> <ul style="list-style-type: none">• ПК (код и содержание); <p>способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия (ПК-1); владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2); владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3); владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4); способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5); способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-б); способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7); способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8); способностью проводить маркетинговые исследования (ПК-9); способностью организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10); способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11); способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в</p>
--	--	--

		<p>общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (ПК-12);</p> <p>способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия (ПК-13);</p> <p>способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности (ПК-14);</p> <p>владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве (ПК-15);</p> <p>способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы (ПК-16).</p> <p>Рабочей программой по учебной практике по получению первичных профессиональных умений и навыков, в т.ч. по получению первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачёта с оценкой.</p> <p>Общая трудоемкость данного вида практики составляет 6 зачетных единиц – 216 часов на протяжении четырех недель в июне в рамках календарного учебного графика.</p>
	<p>Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности</p>	<p>Данный вид практики реализуется <i>кафедрой общественных связей, туризма и гостеприимства ФИПП ИАИ РГГУ</i> на базе структурных подразделений РГГУ, а также в профильных организациях и предприятиях, специализирующихся в сфере рекламы и связей с общественностью, а также в департаментах по связям с общественностью и в профильных подразделениях учреждений и предприятий различной формы собственности, а также в государственных, политических и иных общественно-политических организаций, ответственных за внешнюю коммуникацию, в т.ч. в Аппарате Государственной Думы Федерального Собрания РФ и Аналитическом отделе Аппарата Общественной палаты РФ, пресс-службе ПАО «Аэрофлот – российские авиалинии» и ОАО «РЖД, в рекламных и иных коммуникативных агентствах (Международное коммуникационное (рекламное) агентство «Ogilvy Group Russia», ООО «Группа Коммуникатор», ООО «Простор Медиа, ООО «Пи.Ар.-Текнолоджис», ООО «Пиар Агентство Успех» и др.), PR-отделах ООО «Марриотт» отель лизинг, ООО «БургерРус», ООО «Издательство «Эксмо» и др., пресс-службах Российской объединенной демократической партии «Яблоко» и ЛДПР и т.д. В рамках разработки прикладных PR-проектов «Программа рекламного и имиджевого сопровождения для образовательного направления «Реклама и связи с общественностью» на факультете истории, политологии и права РГГУ» студенты 4 курса по направлению образовательной подготовки «Реклама и связи с общественностью» могут проходить практику на факультете истории, политологии и права ИАИ РГГУ.</p>

Цель практики: закрепить и развить понимание у будущих студентов-бакалавров сути будущей профессиональной работы по выбранному ими профилю образовательной подготовки, помочь овладеть разнообразными приемами, навыками и умениями разработки и реализации различных рекламных и PR-проектов.

Задачи: ознакомление с организацией профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью по месту прохождения практики; изучение организационной структуры управления рекламной и PR-кампанией в ходе реализации проектов в профессиональной сфере; анализ и оценка работы организации и ее структурных подразделений, в которых студент проходит практику по реализации проектов в сфере рекламы и связей с общественностью на основе проведенных исследований; установление новых коммуникаций с заказчиками организации, в которой студент проходит практику для оптимизации профессиональной деятельности данной организации; участие под контролем представителей организации, в которой студент проходит практику в проводимой ею коммуникационной кампании или мероприятии; написание и представление отчёта о прохождении практики руководителю от РГГУ.

Производственная практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности направлена на формирование общекультурных / универсальных, общепрофессиональных, а также профессиональных компетенций, соответствующих видов профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники по профилю их образовательной подготовки бакалавровского уровня квалификации по направлению – «Связи с общественностью и коммуникативные технологии»:

- проектный;
- организационно-управленческий;
- коммуникационный;
- рыночно-исследовательский и прогнозно-аналитический
- рекламно-информационный
- информационно-технологический

Производственная практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности направлена на формирование следующих компетенций:

- ОК/УК (*код и содержание*);
способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);
способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для

	<p>формирования гражданской позиции (ОК-2);</p> <p>способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);</p> <p>способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4);</p> <p>способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);</p> <p>способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);</p> <p>способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);</p> <p>способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-8);</p> <p>готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-9);</p> <ul style="list-style-type: none"> • ОПК (код и содержание); <p>способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);</p> <p>владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2);</p> <p>обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);</p> <p>умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);</p> <p>умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5);</p> <p>способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6);</p> <ul style="list-style-type: none"> • ПК (код и содержание); <p>способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия (ПК-1);</p> <p>владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);</p> <p>владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);</p> <p>владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование,</p>
--	--

	<p>техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);</p> <p>способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5);</p> <p>способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);</p> <p>способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);</p> <p>способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8);</p> <p>способностью проводить маркетинговые исследования (ПК-9);</p> <p>способностью организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10);</p> <p>способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11);</p> <p>способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (ПК-12);</p> <p>способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия (ПК-13);</p> <p>способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности (ПК-14);</p> <p>владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве (ПК-15);</p> <p>способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы (ПК-16).</p> <p>Рабочей программой по производственной практике по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности предусмотрена промежуточная аттестация в форме <i>зачёта с оценкой</i>.</p> <p>Общая трудоемкость практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (информационная в СМИ и PR-агентстве) составляет 6 зачетных единиц – 216 часов на протяжении четырех недель в декабре-январе в рамках календарного учебного графика.</p> <p>Общая трудоемкость практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (производственная в рекламном и коммуникативном агентстве) составляет 6 зачетных единиц – 216 часов на протяжении четырех недель в июне в рамках календарного учебного графика.</p> <p>Общая трудоемкость практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной</p>
--	--

		<p>деятельности (по профилю подготовки, в т.ч. в рамках разработки прикладных PR-проектов «Программа рекламного и имиджевого сопровождения для образовательного направления «Реклама и связи с общественностью» на факультете истории, политологии и права РГГУ») составляет 3 зачетные единицы – 108 часов на протяжении двух недель в декабре-январе в рамках календарного учебного графика.</p>
	<p>Научно-исследовательская работа</p>	<p>Данный вид практики реализуется <i>кафедрой общественных связей, туризма и гостеприимства ФИПП ИАИ РГГУ</i> на базе структурных подразделений РГГУ, а также в профильных организациях и предприятиях, специализирующихся в сфере рекламы и связей с общественностью, а также в департаментах по связям с общественностью и в профильных подразделениях учреждений и предприятий различной формы собственности, а также в государственных, политических и иных общественно-политических организаций, ответственных за внешнюю коммуникацию, в т.ч. в Аналитическом отделе Аппарата Общественной палаты РФ, в рекламных и иных коммуникативных агентствах (ООО «Группа Коммуникатор», ООО «Простор Медиа и др.) и др.</p> <p>Цель практики: овладение студентами первичных навыков самостоятельной научно-исследовательской деятельности в рамках познавательного процесса обобщения и систематизации исследовательского инструментария по направлению образовательной подготовки по рекламе и связям с общественностью и использованию полученных в ходе данной практики данных для профессионального анализа и подготовки будущей выпускной квалификационной работы.</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> • формирование комплексного представления о специфике деятельности выпускника по направлению образовательной подготовки «Реклама и связи с общественностью»; • овладение студентами основными приемами ведения самостоятельной научно-исследовательской работы; • формирование у студентов профессионального знаний в области научно-исследовательской деятельности. • сбор теоретических и эмпирических данных по исследованию по будущей теме ВКР; • ведение библиографической работы с применением современных информационных технологий; • анализ и обработка полученных результатов, представление их в виде завершенных научно-исследовательских разработок (отчета по научно-исследовательской работе, тезисов докладов, научных статей); • написание и представление отчёта о прохождении

		<p>практики руководителю практики от Российского государственного гуманитарного университета.</p> <p>Научно-исследовательская работа (производственная практика) направлена на формирование универсальных, общепрофессиональных, а также обязательных профессиональных компетенций, соответствующих видов профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники по профилю их образовательной подготовки бакалавровского уровня квалификации по направлению – «Связи с общественностью и коммуникативные технологии»:</p> <ul style="list-style-type: none"> • проектный; • организационно-управленческий; • коммуникационный; • рыночно-исследовательский и прогнозно-аналитический • рекламно-информационный • информационно-технологический <p>Научно-исследовательская работа (производственная практика) направлена на формирование следующих компетенций:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ОК (код и содержание); <p>способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);</p> <p>способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);</p> <p>способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);</p> <p>способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4);</p> <p>способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);</p> <p>способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);</p> <p>способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);</p> <p>способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-8);</p> <p>готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-9);</p> <ul style="list-style-type: none"> • ОПК (код и содержание); <p>способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);</p> <p>владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2);</p> <p>обладанием базовыми навыками создания текстов</p>
--	--	---

		<p>рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);</p> <p>умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);</p> <p>умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5);</p> <p>способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6);</p> <ul style="list-style-type: none">• ПК (код и содержание); <p>способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия (ПК-1);</p> <p>владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);</p> <p>владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);</p> <p>владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);</p> <p>способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5);</p> <p>способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);</p> <p>способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);</p> <p>способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8);</p> <p>способностью проводить маркетинговые исследования (ПК-9);</p> <p>способностью организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10);</p> <p>способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11);</p> <p>способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (ПК-12);</p> <p>способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия (ПК-13);</p>
--	--	--

		<p>способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности (ПК-14);</p> <p>владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве (ПК-15);</p> <p>способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы (ПК-16).</p> <p>Рабочей программой по научно-исследовательской работе (производственной практике) предусмотрена промежуточная аттестация в форме <i>зачёта с оценкой</i>.</p> <p>Общая трудоемкость научно-исследовательской работы (производственной практики) составляет 3 зачетные единицы – 108 часов на протяжении трех недель в марте-апреле в рамках календарного учебного графика.</p>
	<p>Преддипломная практика</p>	<p>Данный вид практики реализуется <i>кафедрой общественных связей, туризма и гостеприимства ФИПП ИАИ РГГУ</i> на базе структурных подразделений РГГУ, а также в профильных организациях и предприятиях, специализирующихся в сфере рекламы и связей с общественностью, а также в департаментах по связям с общественностью и в профильных подразделениях учреждений и предприятий различной формы собственности, а также в государственных, политических и иных общественно-политических организаций, ответственных за внешнюю коммуникацию, в т.ч. в Аналитическом отделе Аппарата Общественной палаты РФ, в рекламных и иных коммуникативных агентствах (ООО «Группа Коммуникатор», ООО «Простор Медиа и др.), PR-отделах ООО «БургерРус» и др., пресс-службах Российской объединенной демократической партии «Яблоко» и т.д.</p> <p>Цель практики: систематизация исследовательского инструментария, существующего в рамках аналитической деятельности в профессиональной сфере рекламы и связей с общественностью, полученного в процессе освоения образовательной программы и использование его для сбора и анализа по теме выпускной квалификационной работы, а также овладение студентами основными приемами ведения самостоятельной научно-исследовательской работы по направлению их образовательной подготовки по рекламе и связей с общественностью, формированию у студентов профессионального знаний в области научно-исследовательской деятельности.</p> <p>Задачи: формирование комплексного представления о специфике деятельности выпускника по направлению образовательной подготовки «Реклама и связи с общественностью»; овладение методами исследования по выбранной теме выпускной квалификационной работы (далее – ВКР); совершенствование умения и навыков самостоятельной научно-исследовательской</p>

деятельности; развитие компетентности будущего бакалавра, специализирующегося в сфере рекламы и связей с общественностью; сбор и систематизация материалов для написания ВКР; написание и представление отчёта о прохождении практики руководителю практики от Российского государственного гуманитарного университета.

Производственная (преддипломная) практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности направлена на формирование общекультурных / универсальных, общепрофессиональных, а также профессиональных компетенций, соответствующих видов профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники по профилю их образовательной подготовки бакалавровского уровня квалификации по направлению – «Связи с общественностью и коммуникативные технологии»:

- проектный;
- организационно-управленческий;
- коммуникационный;
- рыночно-исследовательский и прогнозно-аналитический
- рекламно-информационный
- информационно-технологический

Производственная (преддипломная) практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности направлена на формирование следующих компетенций:

- ОК (код и содержание);
способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);
способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);
способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);
способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4);
способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);
способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);
способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-8);
готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных

		<p>бедствий (ОК-9);</p> <ul style="list-style-type: none">• ОПК (код и содержание); способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1); владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2); обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3); умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4); умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5); способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6); <ul style="list-style-type: none">• ПК (код и содержание); способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия (ПК-1); владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2); владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3); владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4); способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5); способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6); способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7); способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8); способностью проводить маркетинговые исследования (ПК-9); способностью организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10);
--	--	---

		<p>способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11);</p> <p>способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (ПК-12);</p> <p>способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия (ПК-13);</p> <p>способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности (ПК-14);</p> <p>владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве (ПК-15);</p> <p>способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы (ПК-16).</p> <p>Рабочей программой по производственной (преддипломной) практике предусмотрена промежуточная аттестация в форме <i>зачёта с оценкой</i>.</p> <p>Общая трудоемкость производственной (преддипломной) практики составляет 9 зачетных единиц – 324 часа на протяжении шести недель в марте-мае в рамках календарного учебного графика.</p>
--	--	--