

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

Блок II.	Практики	Аннотации
	Профессионально-творческая практика	<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, в рекламных и иных коммуникативных агентствах: ООО «Группа Коммуникатор», ООО «Простор Медиа», ООО «Хавас Медиа» и др., PR-отделах ООО «Марриотт» отель лизинг, ООО «БургерРус» и др., пресс-службе Российской объединенной демократической партии «Яблоко» и др.</p> <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.</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 практики от Российского государственного гуманитарного университета. <p>Производственная (профессионально-творческая) практика направлена на формирование универсальных, общепрофессиональных, а также рекомендуемых 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"> • организационный; • технологический; • маркетинговый; • социально-просветительский; • авторский.

		<p>Производственная (профессионально-творческая) практика направлена на формирование следующих компетенций:</p> <p>способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1);</p> <p>способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений (УК-2);</p> <p>способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде (УК-3);</p> <p>способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) (УК-4);</p> <p>способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (УК-5);</p> <p>способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни (УК-6);</p> <p>способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (УК-7);</p> <p>способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций (УК-8);</p> <ul style="list-style-type: none"> • ОПК (код и содержание); <p>способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем (ОПК-1);</p> <p>способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах (ОПК-2);</p> <p>способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов (ОПК-3);</p> <p>способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности (ОПК-4);</p> <p>способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования (ОПК-5);</p> <p>способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии (ОПК-6);</p> <p>способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности (ОПК-7);</p> <ul style="list-style-type: none"> • ПК (код и содержание); <p>Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта (ПК-1);</p> <p>Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта (ПК-2);</p> <p>Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий (ПК-3);</p> <p>Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности (ПК-4);</p> <p>Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций (ПК-5).</p>
--	--	--

		<p>Рабочей программой по производственной (профессионально-творческой) практике предусмотрена промежуточная аттестация в форме <i>зачёта</i>.</p> <p>Общая трудоемкость данного вида практики составляет 8 зачетных единиц – 288 часов по окончанию образовательной подготовки на третьем курсе на протяжении пяти недель в мае-июне 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 организациях, 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.</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:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 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. <p>Преддипломная 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"> • организационный; • технологический; • маркетинговый; • социально-просветительский; • авторский. <p>Преддипломная практика направлена на формирование следующих компетенций:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ОК/УК (<i>код и содержание</i>); <p>способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1);</p> <p>способен определять круг задач в рамках поставленной цели и</p>

		<p>выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений (УК-2);</p> <p>способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде (УК-3);</p> <p>способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) (УК-4);</p> <p>способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (УК-5);</p> <p>способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни (УК-6);</p> <p>способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (УК-7);</p> <p>способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций (УК-8);</p> <ul style="list-style-type: none"> • ОПК (<i>код и содержание</i>); <p>способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем (ОПК-1);</p> <p>способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах (ОПК-2);</p> <p>способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов (ОПК-3);</p> <p>способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности (ОПК-4);</p> <p>способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования (ОПК-5);</p> <p>способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии (ОПК-6);</p> <p>способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности (ОПК-7);</p> <ul style="list-style-type: none"> • ПК (<i>код и содержание</i>); <p>Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта (ПК-1);</p> <p>Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта (ПК-2);</p> <p>Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий (ПК-3);</p> <p>Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности (ПК-4);</p> <p>Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций (ПК-5).</p> <p>Рабочей программой по преддипломной практике предусмотрена промежуточная аттестация в форме <i>зачёта с оценкой</i>.</p> <p>Общая трудоемкость преддипломной практики составляет 10 зачетных единиц – 360 часов на протяжении семи недель в апреле-мае в рамках календарного учебного графика.</p>
--	--	--

<p>Профессионально-ознакомительная 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 Аппарате Государственной Думы Федерального Собрания РФ и Аналитическом отделе Аппарата Общественной палаты РФ, в рекламных и иных коммуникативных агентствах: ООО «Группа Коммуникатор», ООО «Простор Медиа», ООО «Хавас Медиа» и др., PR-отделах ООО «Марриотт» отель лизинг, ООО «БургерРус» и др., пресс-службе Российской объединенной демократической партии «Яблоко» и др.</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:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 практики от Российского государственного гуманитарного университета. <p>Учебная (профессионально-ознакомительная) практика направлена на формирование универсальных, общепрофессиональных, а также рекомендуемых 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"> • организационный; • технологический; • маркетинговый; • социально-просветительский; • авторский. <p>Учебная (профессионально-ознакомительная) практика направлена на формирование следующих компетенций:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ОК/УК (код и содержание); <p>способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1);</p> <p>способен определять круг задач в рамках поставленной цели и</p>
---	---

		<p>выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений (УК-2);</p> <p>способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде (УК-3);</p> <p>способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) (УК-4);</p> <p>способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (УК-5);</p> <p>способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни (УК-6);</p> <p>способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (УК-7);</p> <p>способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций (УК-8);</p> <ul style="list-style-type: none"> • ОПК (код и содержание); <p>способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем (ОПК-1);</p> <p>способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах (ОПК-2);</p> <p>способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов (ОПК-3);</p> <p>способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности (ОПК-4);</p> <p>способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования (ОПК-5);</p> <p>способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии (ОПК-6);</p> <p>способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности (ОПК-7);</p> <ul style="list-style-type: none"> • ПК (код и содержание); <p>Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта (ПК-1);</p> <p>Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта (ПК-2);</p> <p>Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий (ПК-3);</p> <p>Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности (ПК-4);</p> <p>Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций (ПК-5).</p> <p>Рабочей программой по учебной (профессионально-ознакомительной) практике предусмотрена промежуточная аттестация в форме <i>зачёта с оценкой</i>.</p> <p>Общая трудоемкость данного вида практики составляет 6 зачетных единиц – 216 часов по окончанию образовательной подготовки на первом и втором курсах в июне 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 профессиональных 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 завершённых научно-исследовательских разработок (отчета по научно-исследовательской работе, тезисов докладов, научных статей); • написание и представление отчёта о прохождении практики руководителю практики от Российского государственного гуманитарного университета. <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"> • организационный; • технологический; • маркетинговый; • социально-просветительский; • авторский. <p>Научно-исследовательская работа (производственная практика) направлена на формирование следующих компетенций:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ОК/УК (код и содержание); <p>способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1);</p> <p>способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений (УК-2);</p> <p>способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде (УК-3);</p> <p>способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и</p>
--	---

		<p>письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) (УК-4);</p> <p>способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (УК-5);</p> <p>способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни (УК-6);</p> <p>способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (УК-7);</p> <p>способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций (УК-8);</p> <ul style="list-style-type: none"> • ОПК (<i>код и содержание</i>); <p>способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем (ОПК-1);</p> <p>способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах (ОПК-2);</p> <p>способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов (ОПК-3);</p> <p>способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности (ОПК-4);</p> <p>способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования (ОПК-5);</p> <p>способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии (ОПК-6);</p> <p>способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности (ОПК-7);</p> <ul style="list-style-type: none"> • ПК (<i>код и содержание</i>); <p>Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта (ПК-1);</p> <p>Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта (ПК-2);</p> <p>Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий (ПК-3);</p> <p>Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности (ПК-4);</p> <p>Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций (ПК-5).</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>
--	--	---