

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**



**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования**

**«Российский государственный гуманитарный университет»  
(ФГАОУ ВО «РГГУ»)**

**ИНСТИТУТ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАУК**

**ФАКУЛЬТЕТ РЕКЛАМЫ И МАРКЕТИНГА**

**КАФЕДРА ИНТЕГРИРОВАННЫХ КОММУНИКАЦИЙ И РЕКЛАМЫ**

**Производственная практика  
Преддипломная практика**

**ПРОГРАММА ПРАКТИКИ**

Код и наименование направления подготовки – 42.04.01 Реклама и связи с  
общественностью

Направленность (Профиль) – Бренддинг территорий

Уровень высшего образования: магистратура

Форма обучения: очная

Программа практики адаптирована для лиц  
с ограниченными возможностями  
здоровья и инвалидов

Москва 2025

ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА  
ПРЕДДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА

Программа практики

Составители: к.и.н., доц. С.И. Горелова

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры

№4 от 27.11.2024

## ОГЛАВЛЕНИЕ

<u>1. Пояснительная записка</u> .....	4
<u>1.1. Цель и задачи практики</u> .....	4
<u>1.2. Вид (тип) практики</u> .....	4
<u>1.3. Места проведения практики</u> .....	4
<u>1.4. Тип (типы) и задачи профессиональной деятельности</u> .....	4
<u>1.5. Планируемые результаты обучения при прохождении практики, соотнесённые с индикаторами достижения компетенций</u> .....	5
<u>1.6. Место практики в структуре образовательной программы</u> .....	10
<u>1.7. Объем практики</u> .....	10
<u>2. Содержание практики</u> .....	10
<u>3. Оценка результатов практики</u> .....	22
<u>3.1. Формы отчётности</u> .....	22
<u>3.2. Критерии выставления оценки по практике</u> .....	35
<u>3.3. Оценочные средства (материалы) для промежуточной аттестации обучающихся по практике</u> .....	36
<u>4. Учебно-методическое и информационное обеспечение практики</u> .....	37
<u>4.1. Список источников и литературы</u> .....	37
<u>4.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</u> .....	39
<u>5. Материально-техническая база, необходимая для проведения практики</u> .....	40
<u>6. Организация практики для лиц с ограниченными возможностями здоровья</u> .....	41
<u>Приложение 1</u> .....	44
<u>Аннотация программы практики</u> .....	44
<u>Приложение 2</u> .....	44
<u>Форма титульного листа отчета о прохождении практике</u> .....	47
<u>Приложение 3. Образец оформления характеристики с места прохождения практики</u> .....	48
<u>Приложение 4</u> .....	49
<u>График прохождения практики</u> .....	49
<u>Приложение 5</u> .....	52
<u>Требования к оформлению материалов по практике</u> .....	52

## **1. Пояснительная записка**

### **1.1. Цель и задачи практики**

*Цель практики:* подготовка магистрантов к решению профессиональных задач в области брендинга территорий, входящей в компетенции магистра по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Брендинг территорий» в том числе развитие умений и навыков по формированию и развитию бренда территории.

*Основными задачами* практики является подготовка выпускной квалификационной работы магистра (далее – ВКР) за счет:

- ~ развития умения проводить научные и прикладные исследования;
- ~ углубления теоретических знаний и ранее полученных навыков в решении конкретных практических, организационно-экономических и управленческих задач;
- ~ проведения анализа территории на основе применения современных методов исследований;
- ~ разработки моделей формирования территориального бренда;
- ~ закрепления полученных практических навыков разработки бренда территории.

### **1.2. Вид (тип) практики:**

Вид: Производственная практика

Тип: Преддипломная практика.

### **1.3. Места проведения практики**

Практика проводится в структурных подразделениях РГГУ, предназначенных для практической подготовки или в профильных организациях на основании договора, заключаемого между РГГУ и профильной организацией.

### **1.4. Тип (типы) и задачи профессиональной деятельности**

**Тип профессиональной деятельности:**

*организационно-управленческий  
проектно-аналитический*

### **1.5. Планируемые результаты обучения при прохождении практики, соотнесённые с индикаторами достижения компетенций**

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
Тип задач профессиональной деятельности (вид) деятельности - организационно-управленческий		
УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.1 анализирует, верифицирует, оценивает полноту и достаточность информации в ходе профессиональной деятельности, при необходимости восполняет и синтезирует недостающую информацию	Знать принципы осуществления системного подхода для выработки стратегии действий Уметь структурировать и анализировать проблемные ситуации Владеть методами разработки стратегии
УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.2 грамотно, логично, аргументированно формирует собственные суждения и оценку информации; отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок	Знать принципы формирования собственных суждений и оценивания информации Уметь аргументировать собственные суждения и отличать факты от мнений, интерпретаций, оценок Владеть методами и технологиями формирования собственных суждений
УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.3 разрабатывает альтернативные стратегии действий, в том числе в непривычных обстоятельствах, на основе критического анализа и системного подхода	Знать алгоритмы разработки альтернативных стратегий действий, в том числе в непривычных обстоятельствах Уметь критически анализировать и системно подходить к действиям в непривычных обстоятельствах Владеть методами и технологиями разработки альтернативных стратегий действий
УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию	УК-1.4 принимает обоснованное решение, определяет и оценивает практические последствия возможных решений задачи	Знать принципы разработки и принятия управленческих решений Уметь принимать обоснованные решения Владеть методами определения и оценивания практических последствий возможных решений задачи

действий		
УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.5 способен систематизировать результаты коллективной интеллектуальной деятельности	Знать основные принципы систематизации коллективной интеллектуальной деятельности Уметь систематизировать коллективную интеллектуальную деятельность Владеть методами и технологиями систематизации коллективной интеллектуальной деятельности
УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.1 определяет цели проекта, расставляет приоритеты и правильно использует имеющиеся ресурсы	Знать Принципы управления проектом Уметь составлять резюме проекта Владеть методами разработки проекта на всех стадиях жизненного цикла проекта
УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.2 составляет план действий с учетом возможных потенциальных препятствий, определяет ожидаемые результаты решения поставленных задач	Знать основные подходы к составлению плана Уметь анализировать потенциальные препятствия Владеть методами определения ожидаемых результатов и решения поставленных задач
УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.3 решает конкретные задачи проекта на качественном уровне и в намеченные сроки; способен адаптировать работы по проекту с учётом изменившихся обстоятельств	Знать основные принципы решения конкретных задач проекта на качественном уровне и в намеченные сроки Уметь адаптировать работы по проекту с учетом изменившихся обстоятельств Владеть методами и технологиями решения задач проекта с учетом меняющихся обстоятельств
УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.4 применяет и обосновывает соответствующие методы управления проектом на всех этапах его жизненного цикла	Знать методы управления проектом на всех этапах его жизненного цикла Уметь применять и обосновывать соответствующие методы управления проектом на всех этапах его жизненного цикла Владеть методами управления проектом на всех этапах его жизненного цикла
УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его	УК-2.5 формирует отчетность в установленные сроки в соответствии с установленными требованиями и публично	Знать принципы формирования отчетности и результатов проделанной работы Уметь в соответствии с

жизненного цикла	представляет результаты проделанной работы	установленными требованиями публично представлять результаты проделанной работы Владеть методами формирования отчетности в установленные сроки
УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.6 представляет и защищает самостоятельно разработанный проект любого типа, включая исследовательскую работу	Знать основные принципы разработки проекта любого типа Уметь представлять и защищать самостоятельно разработанный проект любого типа Владеть методами исследовательской работы
УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.1 владеет системой норм русского литературного языка, родного языка и нормами иностранного (-ых) языка (-ов)	Знать основные принципы разработки и применения коммуникативных технологий Уметь применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранных языках Владеть методами профессионального взаимодействия
УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.2 использует информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (-ых) языках	Знать основные принципы использования информационно-коммуникационных технологий Уметь искать необходимую информацию для решения стандартных коммуникативных задач Владеть русским и иностранным языком для решения коммуникативных задач
УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.3 свободно воспринимает, анализирует и критически оценивает устную и письменную деловую информацию на русском, родном и иностранном (-ых) языке (-ах)	Знать принципы оценки устной и письменной деловой информации Уметь свободно воспринимать устную и письменную деловую информацию Владеть методами анализа и критического восприятия устной и письменной деловой информации на русском и иностранном языках
УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.4 ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и	Знать основные принципы ведения деловой переписки Уметь учитывать особенности

коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном (-ых) и иностранном (-ых) языках	стилистики официальных и неофициальных писем Владеть методами и технологиями учета социокультурных различий в формате корреспонденции на государственном и иностранном языке
УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.5 ведет устные деловые разговоры на государственном и иностранном (-ых) языках	Знать основные правила ведения устных деловых разговоров Уметь вести устные деловые разговоры Владеть русским и иностранным языком для ведения деловых разговоров
УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.6 демонстрирует умение выполнять перевод текстов различного объема и стилистики с иностранного (-ых) на государственный язык, а также с государственного на иностранный (-ые) язык (-и).	Знать правила перевода текстов различного объема и стилистика на иностранном языке Уметь выполнять переводы текстов различного объема и стилистики с иностранного языка на русский, а также с русского языка на иностранный Владеть технологиями перевода текстов различного объема и стилистики с иностранного языка на русский, а также с русского языка на иностранный
УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5.1 демонстрирует способность адаптироваться к условиям работы в составе многоэтнических и поликонфессиональных групп	Знать основные принципы работы в составе многоэтнических и поликонфессиональных групп Уметь адаптироваться к условиям работы в составе многоэтнических и поликонфессиональных групп Владеть технологиями адаптации к условиям работы в составе многоэтнических и поликонфессиональных групп
УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного	УК-5.2 конструктивно с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения поставленных задач и усиления социальной интеграции в целях успешного выполнения поставленных задач	Знать принципы взаимодействия с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения поставленных задач и усиления социальной интеграции Уметь взаимодействовать с

взаимодействия	и усиления социальной интеграции	людьми с учетом их социокультурных особенностей Владеть методами достижения целей для успешного выполнения поставленных задач и усиления социальной интеграции
УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5.3 организует многостороннюю коммуникацию и управляет ею	Знать принципы организации многосторонней коммуникации и управления ею Уметь организовывать многостороннюю коммуникацию Владеть технологиями управления многосторонней коммуникации
УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-6.1 проявляет способность повышать свой интеллектуальный уровень, квалификацию и мастерство, строить траекторию личностного и профессионального роста и карьеры, с опорой на методы самоменеджмента и самоорганизации	Знать основные подходы и принципы повышения своего интеллектуального уровня, квалификации и мастерства Уметь строить траекторию личностного и профессионального роста и карьеры Владеть методами самоменеджмента и самоорганизации
УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-6.2 демонстрирует способность вести интеллектуальную, в том числе научно-исследовательскую деятельность	Знать принципы ведения научно-исследовательской деятельности Уметь вести интеллектуальную деятельность Владеть способностью вести интеллектуальную, в том числе научно-исследовательскую деятельность
УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-6.3 демонстрирует способность к самообразованию и использует предоставленные возможности для приобретения новых знаний и навыков	Знать основные подходы к самообразованию и приобретению новых знаний Уметь использовать предоставленные возможности для приобретения новых знаний и навыков Владеть методами самообразования и приобретения новых знаний
ПК-1 Способен организовать работу и руководить подразделением	ПК-1.1 Способен выполнять функционал руководителя линейного/функционального подразделения по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного/рекламного/	Знать функционал руководителя линейного, функционального подразделения по рекламе и связям с общественностью Уметь выполнять функционал руководителя линейного, функционального подразделения

	PR-агентства или отдела по туризму администрации региона	по рекламе и связям с общественностью Владеть технологиями руководства линейного/функционального подразделения по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного/рекламного/PR-агентства или отдела по туризму администрации региона
ПК-1 Способен организовать работу и руководить подразделением	ПК-1.2 Способен организовать работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	Знать основные подходы к организации работы по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры Уметь организовать работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры Владеть методами и технологиями работы по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры
ПК-1 Способен организовать работу и руководить подразделением	ПК-1.3 способен контролировать и регулировать ход выполнения проектной работы в сфере рекламы, брендинга и связей с общественностью	Знать основные правила контроля выполнения проектной работы в сфере рекламы, брендинга и связей с общественностью Уметь контролировать и регулировать ход выполнения проектной работы в сфере рекламы, брендинга и связей с общественностью Владеть методами и способами контроля в управлении проектами
ПК-1 Способен организовать работу и руководить подразделением	ПК-1.4 на основании знания специфики функционирования предприятий современной коммуникационной индустрии выстраивает работу подразделения/предприятия, применяет технологии организации коммуникационной	Знать основные принципы работы предприятий современной коммуникационной индустрии Уметь выстраивать работу подразделения/предприятия Владеть методами и технологиями организации

	работы по продвижению бренда территории	коммуникационной работы по продвижению бренда территории
ПК-2 Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы	ПК-2.1 Способен применять аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применять их на практике	Знать принципы целеполагания, планирования и эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта Уметь применять на практике аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта Владеть методами и технологиями анализа, а также целеполагания и оценки эффективности коммуникационной стратегии
ПК-2 Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы	ПК-2.2 Способен анализировать ресурсы территории и разрабатывать проекты и кампании в сфере брендинга территории	Знать основные принципы анализа ресурсов территории Уметь разрабатывать проекты и кампании в сфере брендинга территории Владеть методами и технологиями анализа ресурсов территории и разработки проектов и кампаний в сфере брендинга территорий

## 1.6. Место практики в структуре образовательной программы

Преддипломная практика относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блок 2. Практика учебного плана программы подготовки магистров по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль (направленность) «Брендинг территорий».

Для прохождения практики необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения дисциплин и прохождения практик: Методология исследовательской деятельности и академическая культура, Информационно-технологические инновации в коммуникативной индустрии, Технологии рекламы и связей с общественностью, Разработка и реализация коммуникационной стратегии, Технологии брендинга территорий, стратегический маркетинг территорий, Инновации в продвижении территорий, Креативные технологии продвижения региона.

В результате прохождения практики подтверждаются знания, умения и владения, полученные магистрантами за время обучения по выбранной ими образовательной программе.

В результате прохождения практики формируются знания, умения и владения, необходимые для написания ВКР.

## 1.7. Объем практики

Общая трудоёмкость практики составляет 9 з.е., 324 академических часов, в том числе 12 академических часов – контактная работа.

Продолжительность практики 6 недель.

## 2. Содержание практики

№	Наименование раздела	Содержание и виды работ
1.	Инструктаж по технике безопасности	При необходимости
2	1-й этап	На первом этапе практики магистрант самостоятельно составляет индивидуальный план прохождения практики и утверждает его у руководителя. В соответствии со своим индивидуальным планом магистрант самостоятельно осуществляет изучение источников и литературы по проблеме исследования.
3	2-й этап	<p>На втором этапе определяются задачи и формулируются результаты, которые должны быть достигнуты:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. От проблем</li> <li>2. Программно-целевой</li> <li>3. Индикативный</li> <li>4. SWOT-анализ</li> <li>5. Опросы, общественные мероприятия</li> <li>6. Мозговые штурмы</li> </ol> <p>Система задач, возникающая при создании бренда территории:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Увеличить доход населения и бюджет территории</li> <li>2. Получить привилегии, статус, улучшить отношения</li> <li>3. Поддержать продвижение товаров местных производителей</li> <li>4. Привлечь квалифицированные кадры в регион</li> <li>5. Сохранить и подчеркнуть уникальность, самобытность, культурные ценности и особенности территории</li> </ol>
4	3-й этап	<p>Третьим этапом являются самостоятельные исследования магистранта с использованием методов и инструментов, результаты которых позволяют решать отдельные, узкие задачи при создании бренда территории и продвижения территории:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Маркетинговые исследования: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Изучение спроса на рынке товаров и услуг в отрасли</li> <li>• Анализ инвестиционных предложений конкурентов</li> <li>• Сравнительный анализ социально-экономических и иных показателей городов и районов области</li> <li>• Исследование потенциальных инвесторов</li> <li>• Анализ рекламной и информационной</li> </ul> </li> </ol>

		<p>кампании конкурентов</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Изучение зарубежных потенциальных товарных рынков</li> </ul> <p>2. Изучение лучших практик:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Изучение зарубежных и отечественных финансовых институтов, располагающих достаточными финансовыми ресурсами для финансирования (рефинансирования) долгосрочных инвестиционных проектов</li> <li>• Изучение межрегиональных и международных программ сотрудничества</li> <li>• Изучение и применение передового опыта в формировании и реализации местной инвестиционной политики</li> <li>• Изучение механизма реализации инвестиционных проектов через заключение концессионных соглашений</li> <li>• Изучение механизма проведения открытых аукционов в системе муниципального заказа в электронной форме</li> <li>• Оценка и анализ рекламно-полиграфической продукции конкурентов и др.</li> </ul> <p>3. Мониторинг</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• СМИ по интересующим вопросам за определенный период</li> <li>• Внешнеэкономической деятельности предприятий региона</li> <li>• Реализации инвестиционных проектов предприятий данного региона и др.</li> </ul>
5	4-й этап	<p>На четвертом этапе:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Обобщить всю собранную информацию и сформулировать пути развития современных проектно-ориентированных организаций, работающих в определенной отрасли</li> <li>2. Провести экспертизу проекта</li> </ol>
6	Подготовка и защита отчёта по практике	Проверка знаний, умений и навыков магистрата в соответствии с требованиями настоящей Программы

### *Примечания*

Виды работы включают поисковые работы в открытых и закрытых источниках информации: мониторинг электронных и печатных СМИ по вопросам брендинга территорий, поиск и анализ информации открытых и закрытых баз данных, аналитика готовых исследований, специализированных информационных материалов.

Практический раздел практики может включать сбор информации, характеризующей конкретный объект практики: описание выбранной

территории, ее ресурсов, проведение SWOT-анализа, PRST-анализа и других методов анализа территории, описание заинтересованных целевых групп, оценка кадрового состава, разработку аналитического резюме, включающего определение основных проблем и возможные пути их решения.

В ходе практики обучаемые используют технологии конспектирования, реферирования, анализа научной и методической литературы, сбора и обработки практического материала, написания отчета.

Методами получения информации для исследования, проводимого в ходе практики, являются: анализ ресурсов территории, анализ информации СМИ, опросы населения, опрос руководства, опрос представителей общественных организаций и лидеров мнений.

Содержание программы практики включает:

- ~ знакомство с проблемами выбранной территории и ее основными особенностями
- ~ анализ содержания деятельности основных предприятий, туристских объектов, исторических достопримечательностей, памятников, природных ресурсов
- ~ практическое закрепление теоретических знаний, полученных в процессе обучения;
- ~ овладение первичными навыками работы по специальности (информационно-теоретическая аналитика, с привлечением эмпирического материала, полученного непосредственно самим практикантом – данные конкретной территории);
- ~ овладение навыками проведения научно-исследовательской работы по специальности;
- ~ овладение навыками оформления необходимой в работе документации;

- ~ составление отчета о практике;
- ~ защиту отчета о практике.

Работа магистранта в ходе практики включает:

**Задание 1.** Изучить общие сведения о выбранной территории: регион, город, поселок, деревня, район в городе, жилой комплекс, торговый комплекс, парк и т.д.

**Задание 2.** Определить ресурсы для брендинга выбранной территории.

**Задание 3.** Исследовать состояние отдельных показателей деятельности выбранной территории.

**Задание 4.** Определить кадровые ресурсы, способные заниматься созданием и продвижением бренда территории.

**Задание 5.** Разработать аналитическое резюме – Предложения по созданию и продвижению бренда территории: проанализировать и обобщить результаты изучения современного состояния бренда территории, выявить трудности и проблемы в развитии территории, определить перспективы и возможности, предложить основные направления устранения имеющихся недостатков.

Руководителем практики от университета могут быть внесены изменения и дополнения в задания в зависимости от особенностей организации – базы практики.

### **3. Оценка результатов практики**

#### **3.1. Формы отчётности**

Формами отчётности по практике являются:

- 1) Отчёт обучающегося (см. Приложение) который состоит из следующих разделов: титульный лист, содержание, введение, две главы, заключение, список использованных источников и

литературы, приложения (документы, подтверждающие результаты практики, сканы документов, скриншоты материалов с сайта, фотоотчет)

- 2) Индивидуальное задание (см. Приложение)
- 3) План –график работы (см. Приложение)
- 4) Характеристика научного руководителя практики (См. Приложение)

Примерная структура и содержание разделов отчета по практике.

По теме: «Создание бенда региона или муниципального образования в России»

1. Организация и проведение исследований и оценка ресурсов.
2. Кадровое обеспечение брендинга территории.
3. Позиционирование территории: ошибки позиционирования, приемы позиционирования.
4. Создание бренда и корпоративных стандартов: система слоганов, стандартов, отличительных особенностей, выстраивание обратной связи.
5. Результаты, которые получит территория в процессе создания бренда: какие результаты могут быть достигнуты, в какие сроки, что не может быть достигнуто, какие затраты необходимы, какой экономический эффект можно ожидать.

По теме: «Практика создания туристических брендов России»

1. Разработка стратегии развития туризма в регионе.
2. Определение приоритетных и вспомогательных маркетинговых задач.
3. Стратегии и технологии позиционирования территории.
4. Оценка туристического потенциала территории.

5. Сегментирование туристического рынка. Определение целевой аудитории.
6. Подходы к использованию туристических достопримечательностей.
7. Технологии создания ивент-мероприятий для продвижения территорий.
8. Системный подход к формированию туристического продукта территории.

По теме: «Определение ключевых направлений продвижения территории»

1. Структура программы продвижения бренда территории.
2. Специфика позиционирования территории для разных целевых групп:
  - позиционирование личностей: руководители территории, представители бизнеса, представители общественных организаций, представители спорта, культуры, образования и т.д.
  - позиционирование и продвижение инвестиционных проектов;
  - позиционирование и продвижение социальных проектов.
3. Повышение известности бренда и его отличительных особенностей.
4. Определение каналов дистрибуции бренда.
5. Выстраивание репутации и возможные диверсии в отношении бренда.

По теме: «Продвижение туристического потенциала территории»

1. Комплексное продвижение туристических объектов.
2. Комплексное продвижение туристического бренда.
3. Создание и совершенствование рекламной продукции о туристических возможностях территории.
4. Создание и совершенствование туристических сувениров для продвижения туристического потенциала территории.

## 5. Особенности взаимодействия с турфирмами и использование дополнительных каналов продвижения турпродуктов.

### 3.2. Критерии выставления оценки по практике

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по практике	Критерии оценки результатов практики
100-83/ А,В	«отлично»/ «зачтено (отлично)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если характеристика с места прохождения практики содержит высокую положительную оценку, отчет выполнен в полном соответствии с предъявляемыми требованиями, аналитическая часть отчета отличается комплексным подходом, креативностью и нестандартностью мышления студента, выводы обоснованы и подкреплены значительным объемом фактического материала.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Компетенции, закреплённые за практикой, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ С	«хорошо»/ «зачтено (хорошо)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если характеристика с места прохождения практики содержит положительную оценку, отчет выполнен в целом в соответствии с предъявляемыми требованиями без существенных неточностей, включает фактический материал, собранный во время прохождения практики..</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	«удовлетвори- тельно»/ «зачтено (удовлетвори- тельно)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если характеристика с места прохождения практики содержит положительную оценку, отчет по оформлению и содержанию частично соответствует существующим требованиям, но содержит неточности и отдельные фактические ошибки, отсутствует иллюстративный материал.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по практике	Критерии оценки результатов практики
		приёмами. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».
49-0/ F,FX	«неудовлетворительно»/ не зачтено	Выставляется обучающемуся, если характеристика с места прохождения практики не содержит положительной оценки. Отчет представлен не вовремя и не соответствует существующим требованиям. Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.

### 3.3. Оценочные средства (материалы) для промежуточной аттестации обучающихся по практике

Контрольные вопросы для проведения промежуточной аттестации по преддипломной практике, в зависимости от индивидуального задания могут быть следующими:

1. Какова основная цель преддипломной практики и раскройте ее содержание?
2. Какие методики использовались при выполнении преддипломной практики по теме исследований?
3. Перечислить задачи проводимой экспериментальной работы на практике.
4. Как осуществлялась статистическая обработка полученных результатов исследования?
5. Какие программы применялись при проведении научно-исследовательских разработок во время прохождения практики?
6. Какова эффективность проводимых исследований и какими критериями она оценивалась?

7. Какова научная гипотеза при решении теоретических проблем при прохождении практики?
8. Какие новые теоретические выкладки вами предложены?
9. Какие методы и модели использовались при анализе данных?
10. Какие современные технологии учитывались при решении основных задач по исследуемой проблеме во время прохождения преддипломной практики?
11. Какие проблемы вы выявили?
12. Какие вы видите альтернативные пути их решения?
13. Обоснуйте сделанные вами выводы и полученные результаты.
14. Какие социально-экономические эффекты могут быть получены в ходе практического использования ваших предложений и рекомендаций?

#### **4. Учебно-методическое и информационное обеспечение практики**

##### **4.1. Список источников и литературы**

###### Источники основные

1. Конституция Российской Федерации: [принята всенародным голосованием 12.12.1993] : (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 23.05.2018, 03.08.2018) // КонсультантПлюс. Версия Проф [Электронный ресурс]. - Электрон. дан. – [М., 2018]. - Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>
2. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть 1. (ред. от 03.08.2018) // КонсультантПлюс. ВерсияПроф [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – [М., 2018]. - Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>.
3. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть 2 (ред. от 23.05.2018) // КонсультантПлюс. ВерсияПроф [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – [М., 2018]. - Режим доступа : <http://www.consultant.ru/>.
4. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть 4 (ред. от 01.07.2018) // КонсультантПлюс. ВерсияПроф [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – [М., 2018]. - Режим доступа : <http://www.consultant.ru/>.

5. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 № 197-ФЗ : (ред. от 22.10.2018) // КонсультантПлюс. ВерсияПроф [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – [М., 2018]. - Режим доступа : <http://www.consultant.ru/>.

#### Дополнительные

1. Федеральный закон от 25.02.1999 N 39-ФЗ "Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений" (ред. от 28.12.2017) // КонсультантПлюс. ВерсияПроф [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – [М., 2018]. - Режим доступа : <http://www.consultant.ru/>.
2. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» // КонсультантПлюс. ВерсияПроф [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа : <http://www.consultant.ru/>.
3. Федеральный закон от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 08.08.2024) ФЗ "О защите прав потребителей" // КонсультантПлюс. ВерсияПроф [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. - Режим доступа : <http://www.consultant.ru/>.

#### *Основная литература*

1. Боуш, Г. Д. Методология научных исследований (в курсовых и выпускных квалификационных работах) : учебник / Г. Д. Боуш, В. И. Разумов. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 210 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/textbook\_5c4efe94f12440.58691332. - ISBN 978-5-16-014583-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2000880>
2. Космин В.В. Основы научных исследований (Общий курс) : учебное пособие / В.В. Космин. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2021. — 238 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование). — DOI:<https://doi.org/10.12737/1753-1>. - ISBN 978-

5-369-01753-1. - Текст : электронный. -

URL:

<https://znanium.com/catalog/product/1245074>.

3. Научные исследования при выполнении магистерских выпускных квалификационных работ : учебное пособие / сост. Ю. А. Андреев, А. А. Мельник, П. В. Ширпин, А. Н. Батуро. - Железногорск : ФГБОУ ВО СПСА ГПС МЧС России, 2020. - 146 с. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1202011>.

4. Овчаров, А. О. Методология научного исследования : учебник / А. О. Овчаров, Т. Н. Овчарова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 310 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Магистратура). — DOI 10.12737/1846123. - ISBN 978-5-16-017366-5. - Текст : электронный. - URL:

<https://znanium.com/catalog/product/1913251>

5. Основы научных исследований : учебное пособие / Б. И. Герасимов, В. В. Дробышева, Н. В. Злобина [и др.]. — 2-е изд., доп. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2020. — 271 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-00091-444-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1094113>.

6. Старжинский, В. П. Методология науки и инновационная деятельность : пособие для аспирантов, магистрантов и соискателей ученой степ. канд. наук техн. и экон. спец. / В.П. Старжинский, В.В. Цепкало. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 327 с. : ил. — (Высшее образование: Магистратура). - ISBN 978-5-16-006464-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2125655>

7. Тихонов В.А. Теоретические основы научных исследований : учебное пособие для вузов / В. А. Тихонов, В. А. Ворона, Л. В. Митрякова. - Москва : Горячая линия-Телеком, 2018. - 320 с. - ISBN 978-5-9912-0505-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1195580>.

1. Логунцова, И.В. Маркетинг территорий : учебник и практикум / И.В. Логунцова, И.В. Малькова. - Москва : Юрайт, 2022. - 163 с. - (Высшее образование). – ЭБС Юрайт. - URL: <https://urait.ru/bcode/489092>. - Режим доступа: по подписке. - ISBN 978-5-534-04913-8
2. Старов, С.А. Управление брендами : учебник / С.А. Старов. - 4-е изд. - Санкт-Петербург : издательство санкт-петербургского государственного университета, 2021. - 557 с. - ЭБС Знаниум. - URL: <http://znanium.com/catalog/document?id=386422>. – режим доступа: - ISBN 978-5-288-06100-4
3. Тульчинский, Г.Л. Бренд-менеджмент. Брендинг и работа с персоналом : учебное пособие / Г.Л. Тульчинский, В.И. Терентьева. - 2-е изд., испр. И доп. - Москва : Юрайт, 2022. - 255 с. - (высшее образование). - ЭБС юрайт. - URL: <https://urait.ru/bcode/491979>. - режим доступа: ISBN 978-5-534-05503-0
4. Чечулин, А.В. Маркетинг территорий. Как города и Страны привлекают туристов, новых жителей и бизнес / А.В. Чечулин. - Санкт-Петербург : Каро, 2021. - 144 с. - ЭБС ipr smart. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/109684.html>. - режим доступа: ISBN 978-5-9925-1507-7
5. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, публич-рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф.И. Шарков. - 2-е изд. - Москва : Дашков и К, 2020. - 322 с. - ЭБС Знаниум. - URL: [Http://znanium.com/catalog/document?id=358550](http://znanium.com/catalog/document?id=358550). – режим доступа: ISBN 978-5-394-03519-7

## **1.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»**

Национальная электронная библиотека (НЭБ) [www.rusneb.ru](http://www.rusneb.ru)

ELibrary.ru Научная электронная библиотека [www.elibrary.ru](http://www.elibrary.ru)

Электронная библиотека Grebennikon.ru [www.grebennikon.ru](http://www.grebennikon.ru)

Ассоциация менеджеров – <http://www.amr.ru>

*Деньги* ([www.dengi.kommersant.ru](http://www.dengi.kommersant.ru)) – экономический еженедельник издательского дома «Коммерсант».

Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов – URL: <http://school-collection.edu.ru>

Инновации в образовании. Научный журнал. – URL: <http://ores.su/ru/journals/innovatsii-v-obrazovanii/>

Институт AccountAbility – <http://www.accountability21.net>  
Индексы KLD - <http://www.kld.com/indexes/index.html>

Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» – URL: <http://window.edu.ru>

Информационно-поисковая система: Консультант Плюс. – URL: <http://www.consultant.ru>

Образовательный портал [prezentacya.ru](http://prezentacya.ru). – URL: <http://prezentacya.ru/>

Преподаватель XXI века. Общероссийский журнал о мире образования. – URL: <http://prepodavatel-xxi.ru/>

Российский общеобразовательный портал. – URL: <http://www.school.edu.ru>

Сайт издательской группы «Дело и сервис» - [www.dis.ru](http://www.dis.ru)

*Секрет фирмы* ([www.sf-online.ru](http://www.sf-online.ru)) - еженедельный деловой журнал, раскрывающий технологию успешного бизнеса.

Университетская библиотека ONLINE – URL: <http://www.biblioclub.ru/>

Федеральный портал «Российское образование» – URL: <http://www.edu.ru/>

Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов – URL: <http://fcior.edu.ru/>

*Эксперт* ([www.expert.ru](http://www.expert.ru)) – еженедельный деловой журнал, раскрывающий социальный, экономический и духовный смысл российского предпринимательства.

## **5. Материально-техническая база, необходимая для проведения практики**

Организационное собрание (лекция-консультация) проводится в аудитории, оснащенной аудио-визуальным компьютерным и проекционным оборудованием для показа презентации по структуре и содержанию практики и составления отчетностей..

Для обеспечения самостоятельной работы студентов используется материально-техническая база образовательного учреждения: компьютерные классы и научная библиотека РГГУ.

Состав программного обеспечения:

1. Windows
2. Microsoft Office
3. Kaspersky Endpoint Security
4. Adobe Master Collection
5. AutoCAD
6. Archicad
7. SPSS Statistics
8. ОС «Альт Образование»
9. Visual Studio
10. Adobe Creative Cloud

Профессиональные полнотекстовые базы данных:

1. Cambridge University Press
2. ProQuest Dissertation & Theses Global
3. SAGE Journals
4. Taylor and Francis
5. JSTOR

**Информационные справочные системы:**

1. Консультант Плюс
2. Гарант

Самостоятельная работа обучающихся также может проводиться для подготовки к выполнению текущего и итогового контроля непосредственно на рабочем месте в организации.

Научному руководителю практики для контроля можно составить сведения в электронном виде, либо в виде печатного документа (в виде таблицы, либо в свободном порядке), в котором зафиксирована следующая информация о практике студента:

	Наименование	Дата	Материально-

№ договора о сотрудничестве	предприятия, учреждения, организации	заключения и срок действия договора	Адрес предприятия, телефон	техническое обеспечение рабочего места обучающегося

## **6. Организация практики для лиц с ограниченными возможностями здоровья**

При необходимости программа практики может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса лицам с ограниченными возможностями здоровья, в том числе для дистанционного обучения. Для этого от студента требуется представить заключение психолого-медико-педагогической комиссии (ПМПК) и личное заявление (заявление законного представителя).

В заключении ПМПК должно быть указано:

- ~ рекомендуемая учебная нагрузка на обучающегося (количество дней в неделю, часов в день);
- ~ оборудование технических условий (при необходимости);
- ~ сопровождение и (или) присутствие родителей (законных представителей) во время учебного процесса (при необходимости);
- ~ организация психолого-педагогического сопровождение обучающегося с указанием специалистов и допустимой нагрузки (количества часов в неделю).

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации, обучающихся при необходимости, могут быть созданы фонды оценочных средств, адаптированные для лиц с ограниченными возможностями здоровья и позволяющие оценить достижение ими запланированных в основной образовательной программе результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе.

Форма проведения текущей и итоговой аттестации для лиц с ограниченными возможностями здоровья устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно (на бумаге, на компьютере), в форме тестирования и т.п.). При необходимости студенту предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете или экзамене.

Форма проведения практики для обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (инвалидностью) устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере и т.п.).

Выбор мест прохождения практик для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) производится с учетом требований их доступности для данных обучающихся и рекомендации

медико-социальной экспертизы, а также индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда.

При направлении инвалида и обучающегося с ОВЗ в организацию или предприятие для прохождения предусмотренной учебным планом практики РГГУ согласовывает с организацией (предприятием) условия и виды труда с учетом рекомендаций медико-социальной экспертизы и индивидуальной программы реабилитации инвалида. При необходимости для прохождения практик могут создаваться специальные рабочие места в соответствии с характером нарушений, а также с учетом профессионального вида деятельности и характера труда, выполняемых обучающимся-инвалидом трудовых функций.

Защита отчета по практике для обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием средств общего и специального назначения. Перечень используемого материально-технического обеспечения:

- учебные аудитории, оборудованные компьютерами с выходом в интернет, видеопроекторным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном;
- библиотека, имеющая рабочие места для обучающихся, оборудованные доступом к базам данных и интернетом;
- компьютерные классы;
- аудитория Центра сопровождения обучающихся с инвалидностью с компьютером, оснащенная специализированным программным обеспечением для студентов с нарушениями зрения, устройствами для ввода и вывода голосовой информации.

Для лиц с нарушениями зрения материалы предоставляются в форме электронного документа и/или в печатной форме увеличенным шрифтом.

Для лиц с нарушениями слуха материалы предоставляются в форме электронного документа и/или в печатной форме.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата материалы предоставляются в форме электронного документа и/или в печатной форме.

Защита отчета по практике для лиц с нарушениями зрения проводится в устной форме без предоставления обучающимся презентации. На время защиты в аудитории должна быть обеспечена полная тишина, продолжительность защиты увеличивается до 1 часа (при необходимости). Гарантируется допуск в аудиторию, где проходит защита отчета, собаки-проводника при наличии документа, подтверждающего ее специальное обучение, выданного по форме и в порядке, утвержденных приказом Минтруда России от 22.06.2015 № 386н.

Для лиц с нарушениями слуха защита проводится без предоставления устного доклада. Вопросы комиссии и ответы на них представляются в письменной форме. В случае необходимости, РГГУ обеспечивает предоставление услуг сурдопереводчика.

Для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата защита итогов практики проводится в аудитории, оборудованной в соответствии с требованиями доступности. Помещения, где могут находиться люди на креслах-колясках, должны размещаться на уровне доступного входа или предусматривать пандусы, подъемные платформы для людей с ограниченными возможностями или лифты. В аудитории должно быть предусмотрено место для размещения, обучающегося на коляске.

Дополнительные требования к материально-технической базе, необходимой для представления отчета по практике лицом с ограниченными возможностями здоровья, обучающийся должен предоставить на кафедру не позднее, чем за два месяца до проведения процедуры защиты.

## Аннотация программы практики

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ**

Вид: Производственная практика

Тип: Преддипломная практика.

**Цель практики:** подготовка магистрантов к решению профессиональных задач в области брендинга территорий, входящей в компетенции магистра по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Брендинг территорий», в том числе развитие умений и навыков по современному маркетингу, стратегическому планированию, бизнес-проектированию, менеджменту и др.

**Цель практики:** подготовка магистрантов к решению профессиональных задач в области брендинга территорий, входящей в компетенции магистра по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Брендинг территорий», в том числе, развитие умений и навыков по формированию и развитию бренда территории.

*Основными задачами* практики является подготовка выпускной квалификационной работы магистра (далее – ВКР) за счет:

- ~ развития умения проводить научные и прикладные исследования;
- ~ углубления теоретических знаний и ранее полученных навыков в решении конкретных практических, организационно-экономических и управленческих задач;
- ~ проведения анализа территории на основе применения современных методов исследований;
- ~ разработки моделей формирования территориального бренда;
- ~ закрепления полученных практических навыков разработки бренда территории.

В результате освоения

практики обучающийся должен:

**Знать:**

- принципы осуществления системного подхода для выработки стратегии действий
- принципы формирования собственных суждений и оценивания информации
- алгоритмы разработки альтернативных стратегий действий, в том числе в непривычных обстоятельствах
- принципы разработки и принятия управленческих решений
- основные принципы систематизации коллективной интеллектуальной деятельности
- принципы управления проектом
- основные подходы к составлению плана
- основные принципы решения конкретных задач проекта на качественном уровне и в намеченные сроки
- методы управления проектом на всех этапах его жизненного цикла
- основные принципы разработки проекта любого типа
- основные принципы разработки и применения коммуникативных технологий
- основные принципы использования информационно-коммуникационных технологий
- принципы оценки устной и письменной деловой информации
- основные принципы ведения деловой переписки
- основные правила ведения устных деловых разговоров
- правила перевода текстов различного объема и стилистика на иностранном языке
- основные принципы работы в составе многоэтнических и поликонфессиональных групп

- принципы взаимодействия с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения поставленных задач и усиления социальной интеграции
- принципы организации многосторонней коммуникации и управления ею
- основные подходы и принципы повышения своего интеллектуального уровня, квалификации и мастерства
- принципы ведения научно-исследовательской деятельности
- основные подходы к самообразованию и приобретению новых знаний
- функционал руководителя линейного, функционального подразделения по рекламе и связям с общественностью
- основные подходы к организации работы по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры
- основные правила контроля выполнения проектной работы в сфере рекламы, брендинга и связей с общественностью
- основные принципы работы предприятий современной коммуникационной индустрии
- принципы целеполагания, планирования и эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта
- основные принципы анализа ресурсов территории

**Уметь:**

- структурировать и анализировать проблемные ситуации
- аргументировать собственные суждения и отличать факты от мнений, интерпретаций, оценок
- критически анализировать и системно подходить к действиям в непривычных обстоятельствах

- принимать обоснованные решения
- систематизировать коллективную интеллектуальную деятельность
- составлять резюме проекта
- анализировать потенциальные препятствия
- адаптировать работы по проекту с учетом изменившихся обстоятельств
- применять и обосновывать соответствующие методы управления проектом на всех этапах его жизненного цикла
- в соответствии с установленными требованиями публично представлять результаты проделанной работы
- представлять и защищать самостоятельно разработанный проект любого типа
- применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранных языках
- искать необходимую информацию для решения стандартных коммуникативных задач
- свободно воспринимать устную и письменную деловую информацию
- учитывать особенности стилистики официальных и неофициальных писем
- вести устные деловые разговоры
- выполнять переводы текстов различного объема и стилистики с иностранного языка на русский, а также с русского языка на иностранный
- адаптироваться к условиям работы в составе многоэтнических и поликонфессиональных групп
- взаимодействовать с людьми с учетом их социокультурных особенностей
- организовывать многостороннюю коммуникацию
- строить траекторию личностного и профессионального роста и карьеры
- вести интеллектуальную деятельность

- использовать предоставленные возможности для приобретения новых знаний и навыков
- выполнять функционал руководителя линейного, функционального подразделения по рекламе и связям с общественностью
- организовать работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры
- контролировать и регулировать ход выполнения проектной работы в сфере рекламы, брендинга и связей с общественностью
- выстраивать работу подразделения/предприятия
- применять на практике аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта
- разрабатывать проекты и кампании в сфере брендинга территории

**Владеть:**

- методами анализа, верификации, оценки полноты и достаточности информации в ходе профессиональной деятельности и при необходимости восполнять и синтезировать недостающую информацию
- методами и технологиями формирования собственных суждений
- методами и технологиями разработки альтернативных стратегий действий
- методами определения и оценивания практических последствий возможных решений задачи
- методами и технологиями систематизации коллективной интеллектуальной деятельности
- методами разработки проекта на всех стадиях жизненного цикла проекта

- методами определения ожидаемых результатов и решения поставленных задач
- методами и технологиями решения задач проекта с учетом меняющихся обстоятельств
- методами управления проектом на всех этапах его жизненного цикла
- методами формирования отчетности в установленные сроки
- методами исследовательской работы
- методами профессионального взаимодействия
- русским и иностранным языком для решения коммуникативных задач
- методами анализа и критического восприятия устной и письменной деловой информации на русском и иностранном языках
- методами и технологиями учета социокультурных различий в формате корреспонденции на государственном и иностранном языке
- русским и иностранным языком для ведения деловых разговоров
- технологиями перевода текстов различного объема и стилистики с иностранного языка на русский, а также с русского языка на иностранный
- технологиями адаптации к условиям работы в составе многоэтнических и поликонфессиональных групп
- методами достижения целей для успешного выполнения поставленных задач и усиления социальной интеграции
- технологиями управления многосторонней коммуникации
- методами самоменеджмента и самоорганизации
- способностью вести интеллектуальную, в том числе научно-исследовательскую деятельность
- методами самообразования и приобретения новых знаний
- технологиями руководства линейного/функционального подразделения по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного/рекламного/PR-агентства или отдела по туризму администрации региона

- методами и технологиями работы по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры
- методами и способами контроля в управлении проектами
- методами и технологиями организации коммуникационной работы по продвижению бренда территории
- методами и технологиями анализа, а также целеполагания и оценки эффективности коммуникационной стратегии
- методами и технологиями анализа ресурсов территории и разработки проектов и кампаний в сфере брендинга территорий

Приложение 2.

Форма титульного листа отчета о прохождении практике

**ФОРМА ТИТУЛЬНОГО ЛИСТА ОТЧЕТА О ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКЕ**

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**



Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования

**«Российский государственный гуманитарный университет»  
(ФГАОУ ВО «РГУГУ»)**

ИНСТИТУТ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАУК

ФАКУЛЬТЕТ МАРКЕТИНГА И РЕКЛАМЫ

Кафедра интегрированных коммуникаций и рекламы

Отчёт о прохождении практики

Вид: Производственная практика

Тип: Преддипломная практики

Направление подготовки – 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность – Бренддинг территорий

Форма обучения – очная

Квалификация – магистр

Студента/ки \_\_ курса  
очной формы обучения

\_\_\_\_\_ (ФИО)

Руководитель практики

\_\_\_\_\_ (ФИО)

Москва 202\_\_

Приложение 3. Образец оформления характеристики  
с места прохождения практики

**ОБРАЗЕЦ ОФОРМЛЕНИЯ ХАРАКТЕРИСТИКИ С МЕСТА ПРОХОЖДЕНИЯ  
ПРАКТИКИ**

**Характеристика<sup>1</sup>**  
**на студента (студентку) 1 курса факультета маркетинга и рекламы**  
Российского государственного гуманитарного университета  
[Ф.И.О. студента]

[Ф.И.О. студента] проходил/а [вид, тип практики] практику в [наименование организации] на должности [название должности].

За время прохождения практики обучающийся/обучающаяся ознакомился/лась с [перечень], выполнял/а [перечень], участвовал/а в [перечень].

За время прохождения практики [Ф.И.О. студента] зарекомендовал/а себя как [уточнение].

Оценка за прохождение практики – [оценка]

Руководитель практики  
от организации

\_\_\_\_\_

подпись

\_\_\_\_\_

Ф.И.О.

Дата

\_\_\_\_\_

<sup>1</sup> Оформляется либо на бланке организации, либо заверяется печатью.

## Приложение 4.

## График прохождения практики

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 202\_\_ г.

<i>Дата (даты)</i>	<i>Раздел практики</i>	<i>Отметка о выполнении</i>
	<b>Инструктаж о технике</b> При необходимости	
	<b>1-й этап</b> Составление индивидуального плана прохождения практики и утверждение его руководителем. В соответствии со своим индивидуальным планом магистрант самостоятельно осуществляет изучение источников и литературы по проблеме исследования.	
	<b>2-й этап</b> На втором этапе определяются задачи и формулируются результаты, которые должны быть достигнуты: 7. От проблем 8. Программно-целевой 9. Индикативный 10. SWOT-анализ 11. Опросы, общественные мероприятия 12. Мозговые штурмы Система задач, возникающая при создании бренда территории: 6. Увеличить доход населения и бюджет территории 7. Получить привилегии, статус, улучшить отношения 8. Поддержать продвижение товаров местных производителей 9. Привлечь квалифицированные кадры в регион Сохранить и подчеркнуть уникальность, самобытность, культурные ценности и особенности территории	
	Третьим этапом являются самостоятельные исследования магистранта с использованием методов и инструментов, результаты которых позволяют решать отдельные, узкие задачи при создании бренда территории и продвижения территории: 1. Маркетинговые исследования: • Изучение спроса на рынке товаров и услуг	

	<p>в отрасли</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Анализ инвестиционных предложений конкурентов</li> <li>• Сравнительный анализ социально-экономических и иных показателей городов и районов области</li> <li>• Исследование потенциальных инвесторов</li> <li>• Анализ рекламной и информационной кампании конкурентов</li> <li>• Изучение зарубежных потенциальных товарных рынков</li> </ul> <p>2. Изучение лучших практик:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Изучение зарубежных и отечественных финансовых институтов, располагающих достаточными финансовыми ресурсами для финансирования (рефинансирования) долгосрочных инвестиционных проектов</li> <li>• Изучение межрегиональных и международных программ сотрудничества</li> <li>• Изучение и применение передового опыта в формировании и реализации местной инвестиционной политики</li> <li>• Изучение механизма реализации инвестиционных проектов через заключение концессионных соглашений</li> <li>• Изучение механизма проведения открытых аукционов в системе муниципального заказа в электронной форме</li> <li>• Оценка и анализ рекламно-полиграфической продукции конкурентов и др.</li> </ul> <p>3. Мониторинг</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• СМИ по интересующим вопросам за определенный период</li> <li>• Внешнеэкономической деятельности предприятий региона</li> </ul> <p>Реализации инвестиционных проектов предприятий данного региона и др.</p>	
	<p><b>4-й этап</b> На четвертом этапе: Обобщить всю собранную информацию и сформулировать пути развития современных проектно-ориентированных организаций, работающих в определенной отрасли. Провести экспертизу проекта.</p>	
	<p><b>Подготовка и защита отчёта о прохождении практике</b> Проверка знаний, умений и навыков магистрата в соответствии с требованиями настоящей Программы</p>	

- ~ развитие умений проводить научные и прикладные исследования в области брендинга территорий;
- ~ углубление теоретических знаний и ранее полученных навыков в решении конкретных практических, организационно-экономических и управленческих задач в области брендинга территорий;
- ~ проведение анализа ресурсов рассматриваемой территории на основе применения современных методов исследований;
- ~ разработка моделей стратегического развития территории;
- ~ закрепление полученных практических навыков разработки бренда территории;
- ~ подготовка проекта выпускной квалификационной работы магистра.

Руководитель практики  
от кафедры

\_\_\_\_\_

подпись

\_\_\_\_\_

Ф.И.О.

Руководитель практики  
от организации

\_\_\_\_\_

подпись

\_\_\_\_\_

Ф.И.О.

## Приложение 5.

### Требования к оформлению материалов по практике

Материалы должны быть представлены в формате Word под Windows.  
Формат листа А4.

Поля: верхнее – 2.0, нижнее – 2.0, левое – 3.0 и правое – 1.5 см.

Шрифт – Times New Roman, размер – 14 кегль, красная строка (отступ) – 1.25 см и междустрочный интервал – 1.5 см.

Номера страниц ставятся в верхнем правом углу (12 кегль).

Формулы должны быть выполнены в редакторе Microsoft Equation.

*Ссылки на использованные источники оформляются в квадратных скобках с указанием номера источника и страницы:*

Решающим фактором в современной рыночной среде и конкурентной борьбе между организациями выступает персонал и его мотивация достижению поставленных целей и обусловленных бизнесом задач [2, с.17].

*Пример оформления ссылки на электронные ресурсы:*

Dooley R. The Hidden Danger in Product Bundles. 2012. [Электронный ресурс].  
URL: <http://www.neurosciencemarketing.com/blog/articles/bundling.htm> (дата обращения 05.04.2022).

Общий объем Отчета – 25-30 страниц.

## СТРУКТУРА ОТЧЕТА ПО ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКЕ

### Введение

*Что должно быть в разделе:*

- ~ актуальность и новизна;
- ~ цель и задачи преддипломной практики;
- ~ объект и предмет исследования;
- ~ основание и исходные данные для разработки темы;
- ~ направления и этапы (методология и технология) прохождения преддипломной практики;
- ~ обоснование необходимости проведения исследований (их потенциальная научная и/или практическая ценность).

### Основная часть

1. Краткая организационно-экономическая характеристика территории.
2. Должность, функции и место работы практиканта.

3. Исследование сильных и слабых сторон в практике его работы.

4. Разработка рекомендаций по разработке и/или совершенствованию бренда территории.

### **Заключение**

В заключении Отчета следует кратко и лаконично отразить основные результаты проделанной работы, включая: выводы по полученным результатам исследования, оценку их полноты, рекомендации по применению.

### **Список использованных источников и литературы**

Составляется ко всему Отчету в целом с указанием общего количества страниц в каждой монографии, учебнике, учебном пособии, методической разработке, научной статье и ином издании.

Сначала указываются источники (законодательные и нормативно-правовые акты по степени важности и дате утверждения), затем литература (учебные и научные статьи вместе по алфавиту), в конце электронные ресурсы.

### **Приложения.**

**1. График прохождения практики** (составляется строго по форме).

**2. Характеристика** (носит типовой характер при условии, что студентом в целом выполнены установки руководителя по преддипломной практике; в данном случае магистрант только указывает свои И.О. Фамилию, должность и наименование организации, в которой проходит практику).