



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГУМАНИТАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)

**Аннотации практик образовательной программы высшего образования по  
направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью,  
направленность (профиль) «Брендинговые технологии в рекламе»**

**УЧЕБНАЯ (ПРОФЕССИОНАЛЬНО-  
ОЗНАКОМИТЕЛЬНАЯ) ПРАКТИКА**

Практика учебная (профессионально-ознакомительная) относится к блоку Б2 («Практика») обязательной части учебного плана. Организация практики осуществляется факультетом рекламы и связей с общественностью кафедрой брендинга и визуальных коммуникаций. Практика направлена на формирование универсальных, общепрофессиональных компетенций, соответствующих видам профессиональной деятельности: маркетинговый; организационный; авторский; технологический; социально-просветительский.

Цель практики: ознакомление студентов с обязанностями и подготовка студентов к работе в качестве менеджера по рекламе, специалиста по продвижению и распространению продукции средств массовой информации, углубление теоретических знаний и применение ранее полученных навыков в решении конкретных практических задач в сфере рекламы и связей с общественностью.

Задачи практики:

обеспечение адаптации студентов к будущей профессии;

сбор и анализ маркетинговой информации, проведение маркетинговых исследований; участие в осуществлении коммуникационных и маркетинговых программ и проектов, на основе применения теоретических знаний;

определение места целей и задач коммуникаций;

сбор обобщение и систематизация материалов по всем разделам программы практики. Практика направлена на формирование следующих компетенций:

УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности

УК-8. Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов

УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

УК-10. Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению общепрофессиональные компетенции (ОПК)

ОПК-1 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-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах

ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

ОПК-5. 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-6. Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии

ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

Рабочей программой практики предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме отчета, промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой.

Общая трудоемкость освоения практики составляет 6 зачетных единиц.

## **НАУЧНО - ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА**

*Тип практики - Производственная.*

*Вид практики- Научно-исследовательская работа (НИР).*

### **1.1 Цель и задачи практики**

*Цель НИР* - развитие первичных навыков самостоятельной познавательной научно-исследовательской деятельности студентов, формирование у них профессионального мировоззрения в определенной области и способности использования научный исследовательский аппарат в практике

*Задачи НИР:*

- закрепление теоретических знаний;
- расширение профессиональных знаний, полученных ими в процессе обучения по дисциплинам ООП;
- ведение библиографической работы с привлечением современных информационных технологий;
- постановка и решение задач профессиональной деятельности, возникающих в ходе выполнения научно-исследовательской работы;
- выбор необходимых методов исследования (модификация, адаптация существующих), исходя из задач конкретного исследования и проектной работы;
- применение современных информационных технологий при проведении научных и прикладных исследований;
- анализ и обработка полученных результатов, представление их в виде завершенных научно-исследовательских разработок (отчета по научно-исследовательской работе, тезисов докладов, научных статей)

- презентация и публичная защита своих научных исследований и проектных разработок.

В результате освоения практики обучающийся должен:

*Знать* основные теоретико-методологические положения в философии, роль информации в системе научного знания; систему логической аргументации и методы поиска информации; методы оценки ресурсов, условий, средств и временной перспективы; методы формулировки цели собственной деятельности от ресурсов, условий, средств и временной перспективой; достижения отечественной и мировой культуры; достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности лингвистического, визуального, кинематографического, театрального, музыкального характера; тенденции развития общественных и государственных институтов; методы градаций потребностей и типизации разных аудиторий; способы получения информации о потребностях и интересах целевых аудиторий / групп общественности; виды и базовые характеристики технического оборудования и программного обеспечения, необходимого для профессиональной деятельности; принципы работы современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения; принципы социальной ответственности и этические нормы, принятые в профессиональной сфере .

*Уметь* применять концептуальные подходы философии к изучению природы информации; адекватно оценивать современные явления и процессы в общественной жизни и аргументированно отстаивать свою позицию; определять приоритетные цели в своей деятельности и определять пути их достижения; определять актуальность тенденций развития общественных и государственных институтов и их влияние на аудиторию; выстраивать траекторию достижения цели в зависимости от ее формулировки, определяет конфигурацию ресурсов и средств для ее достижения; ориентироваться в достижениях сфере отечественного и мирового культурного процесса; использовать различные средства художественной выразительности при создании медиатекстов или коммуникационных продуктов; соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп; определять основные характеристики целевой аудитории, имеющие значения при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов; определять необходимые требования к техническому оборудованию и программному обеспечению; использовать современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение; оценивать результаты с позиции социальной ответственности и принятых норм.

*Владеть* системным мышлением при изучении природы информации; системным подходом при оценке современных явления и процессы в общественной жизни; способностью оценивать ресурсы, условия, средства, временную перспективу, в соответствии с чем определять индикаторы результатов достижения цели; способностью достигать поставленных целей в собственной деятельности, с учетом условий, средств, временной перспективы, в соответствии с чем определять результативность собственной траектории развития; способностью создавать тексты рекламы и связей с общественностью с учетом тенденций развития общественных и государственных институтов; кругозором в сфере отечественного и мирового культурного процесса; способностью создавать медиатекстов или коммуникационных продуктов с использованием различных художественно-выразительных средств и учитывать достижения отечественной и мировой культуры; методами оценки потребности общества отдельных аудиторных групп; методами создания текстов для рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов, с учетом потребностей и характеристик целевой аудитории; навыком выбора технического оборудования и программного обеспечения для выполнения задач профессиональной деятельности; способностью создавать тексты рекламы и связей с

общественностью и (или) иные коммуникационные продукты, используя современные цифровые устройства, плат-формы и программное обеспечение; принципами социальной ответственности и этическими нормам, принятым профессиональным сообществом в собственной деятельности в сфере

## **ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ (ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКАЯ) ПРАКТИКА**

«Практика производственная (профессионально-творческая)» осуществляется факультетом рекламы и связей с общественностью кафедрой брендинга и визуальных коммуникаций. Цель практики: формирование профессиональных умений и навыков через углубление теоретических знаний и применение ранее полученных навыков в решении конкретных практических задач в сфере маркетинга.

Основные задачи практики:

- развитие умения проводить научно-обоснованный анализ организационной структуры предприятия, бизнес – подразделений, продуктово-рыночных комбинаций и рынков, входящих в сферу деятельности предприятия с помощью современных методов исследований для их всестороннего изучения и описания;
- комплексное изучение и анализ внешней и внутренней среды деятельности предприятия;
- определение потребности в информационном обеспечении деятельности предприятия на рынке, а также в совершенствовании коммуникационной деятельности;
- сбор, обобщение и систематизация материалов для всех разделов программы практики. Практика направлена на формирование следующих компетенций:

УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально- историческом, этическом и философском контекстах

ПК-1 Способен проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга

ПК-2 умеет создавать информационные материалы для сайта

В результате освоения практики обучающийся должен:

Знать: варианты решения по устранению выявленных недостатков.

Уметь: обосновывать выбор рациональных мероприятий и предложений, улучшающих фактическое положение дел в исследуемом объекте.

Владеть: методами принятия и реализации на основе полученных теоретических знаний управленческих решений, а также контроля их исполнения; методами информационно- аналитической и самостоятельной научно-исследовательской работы.

Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме отчета, промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой.

Общая трудоемкость освоения практики составляет 9 зачетных единиц.

### **ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ (ПРЕДДИПЛОМНАЯ) ПРАКТИКА**

Практика производственная (преддипломная) входит в блок практик учебного плана, формируемый участниками образовательных отношений. Организация практики осуществляется кафедрой брендинга и визуальной коммуникаций.

**Целью практики:** является подготовка студентов к выполнению выпускной квалификационной работы.

#### **Основные задачи практики:**

- осуществляют поиск, отбор и изучение необходимой для написания ВКР информации.
- применение теоретических знаний и ранее полученных навыков в решении конкретных практических задач в сфере коммуникаций;
- закрепление навыков сбора и анализа маркетинговой информации, проведения маркетинговых исследований, участия в осуществлении коммуникационных программ и проектов в соответствии с целью и задачами выпускной квалификационной работы;
- применение теоретических знаний и практических навыков (приобретенных за время прохождения предыдущих видов практики) для анализа организационно-управленческой структуры организаций, предприятий, компаний, бизнес – подразделений и пр.;
- определение места, целей и задач рекламы и СО в организациях и на предприятиях;
- комплексное изучение и анализ внешней и внутренней среды деятельности предприятий и организаций в соответствии с выбранной темой выпускной квалификационной работы;
- определение потребности в информационном обеспечении деятельности предприятия или организации на рынке, а также в разработке и совершенствовании коммуникационной деятельности;
- сбор, обобщение и систематизация материалов для всех разделов выпускной квалификационной работы.

Практика направлена на формирование следующих компетенций:

УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

УК-9 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

УК-10. Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению авторская деятельность

ПК-1 Способен проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга

ПК-2 умеет создавать информационные материалы для сайта

В результате освоения практики обучающийся должен:

Знать: специализированные кабинетные методы сбора информации и исследований: PEST- анализ среды, SWOT-анализ продукта или предприятия,

сопоставительный анализ деятельности конкурентов (методом М. Портера, Ф. Котлера, Ж.Ж. Ламбена), экономико- математические методы, компьютерные технологии обработки данных, табличные методы для анализа, провести контент-анализ материалов в СМИ и социальных сетей интернета

Уметь: составляются аналитические таблицы, графики, схемы и т.д. (по материалам компании, статистических сборников), структуры ассортимента, портфеля торговых марок, ценовой и дистрибутивной политики; демонстрировать уровень подготовленности к самостоятельной профессиональной деятельности,

выявлять положительные и отрицательные стороны деятельности предприятия, факторы влияния на деятельность, изучать конкурентную среду, сильные и слабые стороны деятельности прямых и косвенных конкурентов, а также их коммуникационную активность;

Владеть:

навыками описания структуры и системы управления; коммуникационной среды, предшествующей коммуникационной деятельности и кампаний, профилей целевых групп и др. Предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме отчета, промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой.

Общая трудоемкость освоения практики составляет 9 зачетных единиц.