



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) «Конструирование инновационного медиапродукта»**

**Вид практики – учебная. Тип практики – профессионально-ознакомительная практика.**

Цель практики: сформировать у обучающихся профессиональный опыт и творческие способности в области стратегических решений, креативных решений и медиаизмерений для авторского вида профессиональной деятельности.

Задачи практики: отработать навык информационного аудита; развить навык анализа опыта управления коммуникациями в организации; создать условия для разработки и реализации творческих решений обучающегося в актуальных условиях деятельности организации-базы практики.

В результате освоения практики обучающийся должен:

*Знать:*

- стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели. процесс обмена информацией, знаниями и опытом; принципы презентации результатов работы команды; этические нормы взаимодействия.
- нормы русского литературного языка.
- источники общепрофессиональной информации на русском и иностранном языке.
- информационно-коммуникационные технологии для поиска необходимой информации.
- историческое наследие и культурные традиции.
- этапы исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира.
- философский, социально-исторический и этический контекст.
- физиологические особенности организма.
- оптимальное сочетание физической и умственной нагрузки.
- систему гражданской обороны, структуры РСЧС и их основные задачи.
- средства индивидуальной и коллективной защиты.
- сущность коррупционного поведения.
- нормы о противодействия коррупционному поведению.
- источники законодательных норм о противодействии коррупции.
- особенности медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов.
- нормы русского и иностранных языков, особенности иных знаковых систем.
- тенденции развития общественных и государственных институтов.
- тенденции развития общественных и государственных институтов.
- достижения отечественной и мировой культуры.
- средства художественной выразительности для создания текстов.
- актуальную информацию о запросах и потребностях общества и отдельных

аудиторных групп.

- актуальные характеристики целевой аудитории.

*Уметь:*

- определять роли в команде.
- обмениваться информацией, знаниями и опытом; проводить презентации результатов работы команды; соблюдать этические нормы.
- логически и грамматически верно строить коммуникацию.
- воспринимать, анализировать и критически оценивать устную и письменную общепрофессиональную информацию.
- искать необходимую информацию в процессе решения стандартных коммуникативных задач для достижения профессиональных целей.
- воспринимать социальные и культурные различия.
- применять в профессиональных решениях информацию о историческом наследии и социокультурных традициях различных социальных групп.
- понимать межкультурное разнообразие общества.
- выбирать здоровьесберегающие технологии.
- планировать свое рабочее и свободное время.
- нормы здорового образа жизни.
- применять нормы здорового образа жизни в профессиональной деятельности.
- основные понятия, классификацию опасных и вредных факторов среды обитания человека.
- действовать в соответствии с правовыми и организационными основами безопасности жизнедеятельности.
- использовать знания системы гражданской обороны
- оказывать первую помощь.
- определить взаимосвязь коррупционного поведения с социальными, экономическими, политическими и иными условиями.
- анализировать, толковать и правильно применять правовые нормы по противодействию коррупции.
- работы с законодательными и другими нормативными правовыми актами по противодействию коррупции.
- создавать медиатексты, медиапродукты и коммуникационных продукты для различных медиасегментов и платформ.
- создавать тексты рекламы и связей с общественностью в соответствии с нормами языка.
- обеспечить коммуникационное сопровождение функционирования и развития общественных и государственных институтов.
- выявлять тенденции развития общественных и государственных институтов.
- использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в создании текстов рекламы и связей с общественностью.
- текстов для создания медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов.
- организовать получение актуальной информации о запросах и потребностях общества и отдельных аудиторных групп.
- разрабатывать решения по реагированию на запросах и потребностях общества и отдельных аудиторных групп.

*Владеть:*

- эффективным использованием стратегии сотрудничества.
- эффективным взаимодействием с членами команды.
- вербальными и невербальными средствами взаимодействия.

- навыки перевода с иностранного на государственный язык, а также с государственного на иностранный язык.
- способами решения стандартных профессиональных задач для достижения профессиональных целей на государственном и иностранном языках.
- уважительным и бережным отношением к историческому наследию и культурным традициям.
- уважительным отношением к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп.
- способами применения философского, социально-исторического и этического контекста в решении профессиональных задач.
- способностью применять технологии для поддержания здорового образа жизни.
- способностью обеспечивать собственную работоспособность.
- навыком пропаганды нормы здорового образа жизни в различных ситуациях.
- способностью обеспечить экологическую безопасность.
- способностью участвовать в мероприятиях гражданской обороны.
- способностью организовать оказание первой помощи в очаге поражения.
- способностью организовать противодействие коррупционному поведению.
- способностью по организации профилактики коррупционного поведения.
- способностью по развитию культуры противодействия коррупции.
- способностью создавать востребованные медиатексты, медиапродукты и коммуникационных продукты.
- способностью изменять тексты рекламы и связей с общественностью в соответствии с нормами иностранных языков.
- способностью освещать в медиатекстах, медиапродуктах и коммуникационных продуктах деятельность общественных и государственных институтов.
- инструментами поиска и выявления тенденций развития общественных и государственных институтов.
- способностью развивать кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса.
- применять разнообразие средства художественной выразительности для создания
- способностью анализировать результаты получения актуальной информации о запросах и потребностях общества и отдельных аудиторных групп.
- способностью обеспечить оперативный ответ на общества и аудитории в профессиональной деятельности.

**Вид практики – производственная. Тип практики – профессионально-творческая практика.**

Цель практики – развить у обучающихся понимание области реализации творческих способностей в области стратегических решений, креативных решений и медиаизмерений для проектного вида профессиональной деятельности.

Задачи практики: во-первых, отработать навык коммуникационного аудита; во-вторых, развить навык анализа опыта изменения коммуникаций в организации; в-третьих, создать условия для разработки и реализации проектных решений обучающегося в актуальных условиях деятельности организации-базы практики.

В результате прохождения практики обучающийся должен:

*Знать:*

- стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели.

- процесс обмена информацией, знаниями и опытом; принципы презентации результатов работы команды; этические нормы взаимодействия.
- нормы русского литературного языка.
- источники общепрофессиональной информации на русском и иностранном языке.
- информационно-коммуникационные технологии для поиска необходимой информации.
- историческое наследие и культурные традиции.
- этапы исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира.
- историческое наследие и культурные традиции.
- ресурсы, условия, средства, временную перспективу развития деятельности и планируемых результатов.
- способы формулирования целей собственной деятельности.
- типологию и особенности жанров текстов рекламы и связей с общественностью.
- способы создания информационных поводов для кампаний и проектов.
- технику сценарирования специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании
- требования к работе линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и/или связям с общественностью.
- принципы и техники тактического планирования мероприятий.
- технологии формирования корпоративной идентичности и корпоративной культуры.
- технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде.
- технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде.
- технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
- типовые алгоритмы проектов.
- требования к документации по сопровождению проекта в сфере рекламы и связей с общественностью.
- требования по информационному обеспечению рекламной и PR-кампании.

*Уметь:*

- определять роли в команде.
- обмениваться информацией, знаниями и опытом; проводить презентации результатов работы команды; соблюдать этические нормы.
- логически и грамматически верно строить коммуникацию.
- воспринимать, анализировать и критически оценивать устную и письменную общепрофессиональную информацию.
- искать необходимую информацию в процессе решения стандартных коммуникативных задач для достижения профессиональных целей.
- воспринимать социальные и культурные различия.
- применять в профессиональных решениях информацию о историческом наследии и социокультурных традициях различных социальных групп.
- воспринимать социальные и культурные различия.
- выбирать средства эффективного использования ресурсов, условий, средств, временной перспективы развития деятельности и планируемых результатов.
- применять способы формулирования целей собственной деятельности для эффективной работы.
- создавать тексты с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта.

- прогнозировать на основе анализа цикличности информационного поля информационные поводы для кампаний и проектов.
- создавать сценарии для специальных событий и мероприятий.
- разрабатывать планы коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.
- планировать мероприятия в рамках реализации коммуникационной стратегии.
- диагностировать и изменять состояние корпоративной идентичности и корпоративной культуры.
- применять в соответствии с условиями решений технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде.
- применять в соответствии с условиями решений технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде.
- применять в соответствии с условиями решений технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
- реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью в текущих условиях.
- собирать требования заинтересованных сторон проекта и оформлять результаты в проектной документации.
- применять требования по информационному обеспечению рекламной и PR-кампании в создании коммуникационного продукта.

*Владеть:*

- эффективным использованием стратегии сотрудничества.
- эффективным взаимодействием с членами команды.
- вербальными и невербальными средствами взаимодействия.
- навыками перевода с иностранного на государственный язык, а также с государственного на иностранный язык.
- способами решения стандартных профессиональных задач для достижения профессиональных целей на государственном и иностранном языках.
- уважительным и бережным отношением к историческому наследию и культурным традициям.
- уважительным отношением к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп.
- уважительным и бережным отношением к историческому наследию и культурным традициям.
- способностью изменять в соответствии с условиями конкретной ситуации деятельности средства эффективного использования ресурсов, условий, средств, временной перспективы развития деятельности и планируемых результатов.
- способностью определять достаточные ресурсы для реализации целей собственной деятельности.
- способностью применять технологии для создания текстов с учетом специфики каналов коммуникации.
- творческими методами решения задачи по созданию информационного повода с учетом мирового и отечественного опыта.
- стандартными и нестандартными способами создания сценариев для специальных событий и мероприятий.
- способностью обеспечить реализацию планов коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.
- способностью обеспечить планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.
- способностью инициировать проект по изменению корпоративной идентичности и корпоративной культуры.

- способностью изменять выбор технологий медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде в соответствии с динамикой информационного пространства.
- способностью изменять выбор технологий технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде.
- способностью изменять выбор технологий организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
- способностью применять алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью в текущих условиях с учетом среднесрочных последствий.
- способностью интегрировать проект во внутреннюю и внешнюю среду.
- способностью анализировать фазы исполнения медиапроекта.

**Вид практики – производственная. Тип практики – преддипломная практика.**

Цель практики – отработать способности обучающихся по планированию, подготовке и управлению реализацией стратегических решений, креативных решений и медиаизмерений для *организационного* вида профессиональной деятельности.

Задачи практики: во-первых, отработать навык репутационного аудита; во-вторых, развить навык анализа опыта внедрения новых коммуникационных активностей в организации; в-третьих, создать условия для разработки и реализации организационных решений обучающегося в актуальных условиях деятельности организации-базы практики.

В результате прохождения практики обучающийся должен:

*Знать:*

- концепции информации, основы системного подхода
- современные явления и процессы в общественной жизни.
- виды и источники ресурсов для профессиональной деятельности.
- нормы, институты и отрасли действующего российского права.
- экономические законы.
- нормы управления личными финансами.
- ресурсы, условия, средства, временную перспективу развития деятельности и планируемых результатов.
- способы формулирования целей собственной деятельности.
- особенности медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов.
- нормы русского и иностранных языков, особенности иных знаковых систем.
- актуальную информацию о запросах и потребностях общества и отдельных аудиторных групп.
- актуальные характеристики целевой аудитории.
- совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем.
- специфику коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.
- принципы работы современных информационных технологий.
- современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение.
- цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности.
- принципы социальной ответственности и этические нормы,

*Уметь:*

- осуществлять поиск и критический анализ и синтез информации.

- аргументировано отстаивает собственную позицию по различным проблемам.
- анализировать доступность ресурсов для деятельности.
- определять круг задач на основе норм права.
- понимать экономические законы и их проявления.
- планировать решения в сфере личных финансов.
- выбирать средства эффективного использования ресурсов, условий, средств, временной перспективы развития деятельности и планируемых результатов.
- применять способы формулирования целей собственной деятельности для эффективной работы.
- создавать медиатексты, медиапродукты и коммуникационных продукты для различных медиасегментов и платформ.
- создавать тексты рекламы и связей с общественностью в соответствии с нормами языка.
- организовать получение актуальной информации о запросах и потребностях общества и отдельных аудиторных групп.
- разрабатывать решения по реагированию на запросах и потребностях общества и отдельных аудиторных групп.
- учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем.
- осуществлять профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов.
- обосновывать выбор необходимого технического оборудования и программного обеспечения.
- использовать цифровые устройства и программное обеспечение для создания текстов рекламы и связей с общественностью.
- регулировать собственную профессиональную деятельность на основе цеховые принципы социальной ответственности.
- регулировать собственную профессиональную деятельность на основе принципов социальной ответственности и этических норм.

*Владеть:*

- системным подходом для решения профессиональных задач.
- способностью анализировать современные явления и процессы в общественной жизни на основе системного подхода.
- обоснованием выбора оптимального способа решения профессиональных задач.
- правовым обоснованием выбора оптимального способа решения профессиональных задач.
- способностью применять экономические законы в различных областях жизнедеятельности.
- способностью принимать решения в сфере личных финансов.
- способностью изменять в соответствии с условиями конкретной ситуации деятельности средства эффективного использования ресурсов, условий, средств, временной перспективы развития деятельности и планируемых результатов.
- способностью определять достаточные ресурсы для реализации целей собственной деятельности.
- способностью создавать востребованные медиатексты, медиапродукты и коммуникационных продукты.
- способностью изменять тексты рекламы и связей с общественностью в соответствии с нормами иностранных языков.
- способностью анализировать результаты получения актуальной информации о запросах и потребностях общества и отдельных аудиторных групп.

- способностью обеспечить оперативный ответ на общества и аудитории в профессиональной деятельности.
- способностью учитывать требования к регулированию медиакommunikационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.
- способностью учитывать требования к процессам и механизмам функционирования конкретной медиакommunikационной системы.
- способностью применять в профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение.
- способностью применять в профессиональной деятельности современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение.
- способностью аргументировать свою позицию нормами социальной ответственности.
- способностью аргументировать свою позицию нормами социальной ответственности и этики, принятыми профессиональным сообществом.

**Вид практики – производственная. Тип практики – научно-исследовательская работа.**

Цель практики – развить у обучающихся понимание области реализации творческих способностей в области стратегических решений, креативных решений и медиаизмерений для маркетингового вида профессиональной деятельности.

Задачи практики: во-первых, сформировать у обучающихся способность создавать решения с учетом общественно-политических, социально-экономических, правовых и культурных факторов; во-вторых, развить навык анализа опыта управления отношениями с заинтересованными сторонами (стейкхолдерами) организации; в-третьих, создать условия для разработки и реализации маркетинговых решений обучающегося в актуальных условиях деятельности организации-базы практики.

В результате прохождения практики обучающийся должен:

*Знать:*

- виды и источники ресурсов для профессиональной деятельности.
- источники общепрофессиональной информации на русском и иностранном языке.
- информационно-коммуникационные технологии для поиска необходимой информации.
- ресурсы, условия, средства, временную перспективу развития деятельности и планируемых результатов.
- способы формулирования целей собственной деятельности.
- типовые алгоритмы проектов.
- требования к документации по сопровождению проекта в сфере рекламы и связей с общественностью.
- требования по информационному обеспечению рекламной и PR-кампании.

*Уметь:*

- анализировать доступность ресурсов для деятельности.
- воспринимать, анализировать и критически оценивать устную и письменную общепрофессиональную информацию.
- искать необходимую информацию в процессе решения стандартных коммуникативных задач для достижения профессиональных целей.
- выбирать средства эффективного использования ресурсов, условий, средств, временной перспективы развития деятельности и планируемых результатов.

- применять способы формулирования целей собственной деятельности для эффективной работы.
- реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью в текущих условиях.
- собирать требования заинтересованных сторон проекта и оформлять результаты в проектной документации.
- применять требования по информационному обеспечению рекламной и PR-кампании в создании коммуникационного продукта.

*Владеть:*

- обоснованием выбора оптимального способа решения профессиональных задач.
- навыками перевода с иностранного на государственный язык, а также с государственного на иностранный язык.
- способами решения стандартных профессиональных задач для достижения профессиональных целей на государственном и иностранном языках.
- способностью изменять в соответствии с условиями конкретной ситуации деятельности средства эффективного использования ресурсов, условий, средств, временной перспективы развития деятельности и планируемых результатов.
- способностью определять достаточные ресурсы для реализации целей собственной деятельности.
- способностью применять алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью в текущих условиях с учетом среднесрочных последствий.
- способностью интегрировать проект во внутреннюю и внешнюю среду.
- способностью анализировать фазы исполнения медиапроекта.