



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)

**Аннотации практик образовательной программы высшего образования
по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»,
направленность (профиль) «Интернет-коммуникации в рекламе и связях с
общественностью»**

Производственная практика. Научно-исследовательская работа

Цель практики – овладение студентами навыками самостоятельной научно-исследовательской деятельности в рамках познавательного процесса обобщения и систематизации исследовательского инструментария по направлению образовательной подготовки по рекламе и связям с общественностью и использованию полученных в ходе данной практики данных для профессионального анализа и подготовки будущей выпускной квалификационной работы (далее – ВКР)

Задачи практики:

- формирование комплексного представления о специфике деятельности выпускника по направлению образовательной подготовки «Реклама и связи с общественностью»;
- овладение студентами основными приемами ведения научно-исследовательской работы;
- формирование у студентов профессиональных знаний в области научно-исследовательской деятельности.
- сбор теоретических и эмпирических данных по исследованию по будущей теме ВКР;
- ведение библиографической работы с применением современных информационных технологий;
- анализ и обработка полученных результатов, представление их в виде завершенных научно-исследовательских разработок (отчета по научно-исследовательской работе, тезисов докладов, научных статей);
- написание и представление отчёта о прохождении практики руководителю практики от Российского государственного гуманитарного университета.

В результате освоения практики обучающийся должен:

Знать: основные способы сбора, обработки, анализа данных с целью формирования основы профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью в качестве практиканта; основы системного анализа и системного подхода; понятие и сущность интеллектуальной деятельности; алгоритм выявления запросов и потребностей общества и аудитории в профессиональной деятельности; основные медиатехнологии создания и продвижения медиатекстов и медиапродуктов в текущей коммуникативной деятельности государственных учреждений, общественных и политических организаций;

Уметь: проводить количественные и качественные исследования, оценивать полноту и достаточность информации для получения объективных результатов; находить эффективные коммуникативные технологии взаимодействия с членами команды, участвовать в обмене информацией, знаниями и опытом; активно участвовать в подготовке и в презентации результатов работы команды; соблюдать этические нормы взаимодействия в команде проекта; проводить социологические исследования для выработки содержания стандартных задач и определения оптимальных способов их решения в собственной профессиональной деятельности; в ходе прохождения данного

вида практики отображать в создаваемых текстах рекламы и связей с общественностью профессиональную специфику государственных учреждений, общественных и политических организаций, в которых студент проходит данный вид практики;

Владеть: навыками составления аналитических отчетов; навыками публичных выступлений; навыками разработки коммуникационных стратегий; навыками составления соответствующей сопровождающей документации и принятия обоснованных решений в качестве ассистента (практиканта) специалиста по рекламе и связям с общественностью; навыками осуществления социального взаимодействия и реализации собственной роли в команде проекта, в рамках организации; навыками разработки плана коммуникационных мероприятий в сфере рекламы и связей с общественностью; навыками создания креативных и актуальных медиатекстов и медиапродуктов о текущей профессиональной деятельности государственных учреждений, общественных и политических организаций, в которых студент проходит данный вид практики.

Производственная практика. Профессионально-творческая практика

Цель практики – получение профессиональных и творческих умений и опыта профессиональной деятельности, формирование и использование творческих способностей по управлению брендом в сфере рекламы и связей с общественностью.

Задачи практики:

- приобретение профессионального опыта в сфере управления брендом;
- анализ деятельности предприятия по управлению брендом;
- разработка предложений и мероприятий по реализации проектных решений и программ по управлению брендом;
- выполнение творческих заданий и работ в сфере рекламы и связей с общественностью;
- сбор и обработка информационного и практического материала для подготовки отчета.

В результате освоения практики обучающийся должен:

Знать: основные требования к целям; специфику целеполагания при планировании коммуникационных кампаний; виды планов и особенности их реализации; особенности планирования в коммуникационных кампаниях; требования к формированию отчетности; особенности представления и защиты самостоятельно разработанных коммуникационных проектов; современные тенденции использования и развития лингвистических средств коммуникации для эффективного осуществления профессиональной деятельности в качестве практиканта; основные технологии создания востребованных в практике рекламы и связей с общественностью медиатекстов и медиапродуктов; методы и технологии использования рекламы; цифровые инструменты продвижения медиапродукта, в рамках выполнения заданий по данному виду практики; алгоритм выявления запросов и потребностей общества и аудитории в профессиональной деятельности в качестве практиканта по рекламе и связям с общественностью; концепции и основные принципы социальной ответственности при формировании коммуникационных продуктов;

Уметь: формулировать цели коммуникационных компаний; разрабатывать планы коммуникационных кампаний; планировать и распределять ресурсы проекта по основным этапам реализации плана; формировать отчетную документацию по реализованному проекту; определять тип коммуникационного проекта; использовать языковые средства русского и иностранного языков для построения деловой профессиональной коммуникации внутри и вне корпорации при осуществлении профессиональной деятельности в качестве практиканта; осуществлять под контролем руководителя практики от организации подготовку текстов рекламы и связей с общественностью; использовать программное обеспечение в процессах создания и продвижения медиапродукта, в рамках выполнения заданий по данному виду практики; проводить

социологические исследования для выработки содержания стандартных задач и определения оптимальных способов их решения в собственной профессиональной деятельности в качестве практиканта по рекламе и связям с общественностью; прогнозировать эффекты разрабатываемых коммуникационных решений;

Владеть: навыками практического применения изученных подходов к формированию целей коммуникационных проектов; навыками прогнозирования рисков при планировании коммуникационных проектов; навыками проведения исследовательской работы в рамках коммуникационной кампании; навыками проведения исследовательской работы в рамках коммуникационной кампании; навыками ведения переговоров на русском и иностранном языках; навыками ведения деловой переписки на русском и иностранном языках; способностью составлять грамматически грамотные тексты в процессе создания и продвижения медиапродукта при осуществлении профессиональной деятельности в качестве практиканта; первичными навыками создания востребованных обществом и индустрией текстов рекламы и связей с общественностью; способностью к проведению анализа и к исследованию актуальных тенденций для создания и продвижения медиапродукта, в рамках выполнения заданий по данному виду практики; навыком сопоставления социологических данных с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп при решении профессиональных задач в рекламе и связях с общественностью в ходе прохождения данного вида практики; навыками разработки и реализации коммуникационного продукта в соответствии с принципами социальной ответственности.

Производственная практика. Преддипломная практика

Цель практики – систематизация исследовательского инструментария, существующего в рамках аналитической деятельности в профессиональной сфере рекламы и связей с общественностью, полученного в процессе освоения образовательной программы и использование его для сбора и анализа по теме выпускной квалификационной работы, а также овладение студентами основными приемами ведения самостоятельной научно-исследовательской работы по профилю образовательной подготовки интернет-коммуникации в рекламе и связях с общественностью, формирование у студентов профессиональных знаний в области научно-исследовательской деятельности.

Задачи практики:

- формирование комплексного представления о специфике деятельности выпускника по направлению по профилю подготовки «Интернет-коммуникации в рекламе и связях с общественностью»;
- овладение методами исследования по выбранной теме выпускной квалификационной работы (далее – ВКР);
- совершенствование умения и навыков самостоятельной научно-исследовательской деятельности;
- развитие компетентности будущего магистра, специализирующегося в сфере рекламы и связей с общественностью;
- сбор и систематизация материалов для написания ВКР;
- написание и представление отчёта о прохождении практики руководителю практики от Российского государственного гуманитарного университета.

В результате освоения практики обучающийся должен:

Знать: основные способы сбора, обработки, анализа данных с целью формирования основы профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью в качестве практиканта; основные требования к целям; специфику целеполагания при планировании коммуникационных кампаний; виды планов и особенности их реализации; особенности планирования в коммуникационных кампаниях; подходы и методы контроля отдельных этапов коммуникационного проекта; актуальные

технические и технологические средства обеспечения профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью с целью их использования для выполнения заданий по данному виду практики;

Уметь: проводить количественные и качественные исследования, оценивать полноту и достаточность информации для получения объективных результатов; тенденции развития коммуникационной сферы; формулировать цели коммуникационных компаний; разрабатывать планы коммуникационных кампаний; планировать и распределять ресурсы проекта по основным этапам реализации плана; решать задачи обеспечения проекта в установленные сроки; использовать современные технические и технологические средства обеспечения деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью; составлять практические рекомендации по разработке коммуникационных мероприятий.

Владеть: навыками составления аналитических отчётов; навыками практического применения изученных подходов к формированию целей коммуникационных проектов; навыками прогнозирования рисков при планировании коммуникационных проектов; навыками адаптации коммуникационного проекта под изменения внешней среды; навыками отбора и использования технических и технологических средств обеспечения профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, в рамках выполнения практических заданий по данному виду практики; навыками получения, интерпретации и представления результатов коммуникационной деятельности.