

**Аннотация программы практик  
по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью  
(направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью  
в сфере бизнеса)**

Полнотекстовые программы практик, включая оценочные материалы для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации, представлены в документации выпускающей кафедры.

**5.5.1. Общие положения**

Программа разработана в соответствии с Положением о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 27 ноября 2015 г. № 1383, и приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 15 декабря 2017 г. № 1225 «О внесении изменений в Положение о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования, утвержденное приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 27 ноября 2015 г. № 1383»; Федеральным Законом «Об образовании в Российской Федерации» от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ; Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденным приказом Минобрнауки России от 5 апреля 2017 г. № 301; Трудовым кодексом Российской Федерации, федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденный приказом Минобрнауки России от 08 июня 2017 года № 528, с изменениями и дополнениями, утвержденными приказами Минобрнауки России от 26 ноября 2020 г. № 1456, 8 февраля 2021 г. № 82, профессиональным стандартом «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержденным приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 4 сентября 2014 г., регистрационный № 33973), профессиональным стандартом «Менеджер продуктов в области информационных технологий», утвержденным приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 20 ноября 2014 г. № 915н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 18 декабря 2014 г., регистрационный № 35273), профессиональным стандартом «Специалист по информационным ресурсам», утвержденным приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 26 сентября 2014 г., регистрационный № 34136), с изменениями, внесенными приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 12 декабря 2016 г. № 727н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 13 января 2017 г., регистрационный № 45230), профессиональным стандартом «Редактор средств массовой информации», утвержденным приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04 августа 2014 г. № 538н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 28 августа 2014 г. № 33899), Положением о порядке проведения практики обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова» (ФГБОУ ВО «НГЛУ»), утвержденным приказом ректора НГЛУ от 16.02.2018 г. № 33-ОС/Д, Положением о практической подготовке обучающихся, утвержденным приказом Минобрнауки

России и Минпросвещения России от 05.08.2020 г. № 885/390, и определяет виды, порядок организации и материально-техническое обеспечение проведения практик обучающихся, осваивающих основную профессиональную образовательную программу высшего образования.

Образовательная деятельность в форме **практической подготовки** может быть организована при реализации дисциплин (модулей), практики, иных компонентов образовательных программ, предусмотренных учебным планом, следующим образом:

- при реализации дисциплин (модулей), иных компонентов образовательных программ (за исключением практики), практическая подготовка организуется путем проведения практических занятий, практикумов и иных аналогичных видов учебной деятельности, предусматривающих участие студентов в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью;

- при проведении практики практическая подготовка организуется путем непосредственного выполнения студентами определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Реализация компонентов образовательной программы в форме практической подготовки может осуществляться непрерывно либо путем чередования с реализацией иных компонентов образовательной программы в соответствии с календарным учебным графиком и учебным планом.

Практическая подготовка может включать в себя отдельные занятия лекционного типа, которые предусматривают передачу учебной информации студентам, необходимой для последующего выполнения работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

**Практика** обучающихся в НГЛУ является составной частью ОПОП подготовки магистров и представляет собой вид учебной работы, непосредственно ориентированной на профессионально-практическую подготовку.

Практика имеет своей целью закрепление и углубление знаний, полученных обучающимися в процессе теоретического обучения, приобретение универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, необходимых в работе по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью. Цели, задачи, а также требования к организации и проведению практики определены учебным планом, составленным в соответствии с действующим ФГОС ВО.

Программа практики по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью определяет объем и содержание каждого вида практики в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учебным планом НГЛУ и утверждается проректором по образовательной и профориентационной деятельности.

Сроки проведения практики установлены в соответствии с учебным планом, календарным учебным графиком и с учетом требований ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью.

Проведение практики осуществляется на основе договоров между Университетом и соответствующими организациями, которые определяются выпускающей кафедрой.

В образовательную программу входит производственная практика.

ОПОП предусмотрено прохождение следующих типов производственной практики: профессионально-творческая практика, научно-исследовательская работа, творческая практика, преддипломная практика.

### **5.5.2. Производственная практика (научно-исследовательская работа)**

#### **Цель практики**

Формирование целостного представления о теории и методике научного исследования; изучение специфики и особенностей организации научно-исследовательской деятельности; выработка профессиональных компетенций, необходимых для проведения как самостоятельной научно-исследовательской работы, результатом которой является написание и успешная защита магистерской диссертации, так и научно-исследовательской работы в составе научного коллектива.

## **Место практики в структуре ОПОП**

Производственная практика (научно-исследовательская работа) проводится в 1, 2, 3 и 4 семестрах (12 з.е., по 3 зачетные единицы в каждом) и входит в обязательную часть Блока 2 «Практика».

### **Планируемые результаты практики:**

УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий

УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла

УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия

УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки

ОПК-1. Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем

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

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

ОПК-4. Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты

ОПК-5. Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

ОПК-6. Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии

ОПК-7. Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности

ПК-1. Способен управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность

ПК-2. Способен разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью

ПК-3. Способен определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий

ПК-4. Способен оценивать качество и эффективность проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки

ПК-5. Способен руководить подготовкой и проведением количественных и качественных исследований в области рекламы и связей с общественностью, медиакоммуникаций

ПК-6. Способен разрабатывать авторские коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем

ПК-7. Способен оценивать качество и эффективность коммуникационных продуктов (медиатекстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации

### **Содержание и порядок прохождения практики**

Самостоятельная работа магистрантов, включающая освоение теоретического материала по методологии исследований и выполнение проекта по написанию выпускной квалификационной работы; составление обзоров исследований в области социальной коммуникации, теории рекламы и связей с общественностью; структурирование научной/учебной литературы, умение оформлять и представлять исследование; реферирование

литературы, рецензирование научных публикаций; выполнение научно-исследовательских видов деятельности в рамках научной работы, осуществляемой на кафедре; участие в организации и проведении научных, научно-практических конференций, круглых столов, дискуссий, диспутов, организуемых кафедрой и университетом по проблематике социогуманитарных и коммуникативных дисциплин; представление итогов проделанной работы в виде научных статей, оформленных в соответствии с установленными требованиями, с привлечением современных средств редактирования и печати.

В ходе научно-исследовательской работы используются следующие научно-исследовательские технологии: составление плана исследовательской работы, написание аналитических записок, научных статей, подготовка выпускной квалификационной работы.

### **5.5.3. Производственная практика (профессионально-творческая практика)**

#### **Цель практики**

Формирование и закрепление у магистрантов знаний, умений и навыков профессиональной деятельности по соответствующему направлению подготовки для освоения компетенций, в таких областях профессиональной деятельности, как образование и наука, связь, информационные и коммуникационные технологии, реклама и связи с общественностью.

#### **Место практики в структуре ОПОП**

Производственная практика (профессионально-творческая практика) проводится на 1 курсе (6 зачетных единиц) и на 2 курсе (6 зачетных единиц) и входит в обязательную часть Блока 2 «Практика».

#### **Планируемые результаты практики:**

УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий

УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла

УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели

УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки

ОПК-1. Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем

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

ОПК-4. Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты

ОПК-6. Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии

ОПК-7. Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности

ПК-1. Способен управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность

ПК-2. Способен разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью

ПК-3. Способен определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий

ПК-4. Способен оценивать качество и эффективность проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки

ПК-6. Способен разрабатывать авторские коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем

ПК-7. Способен оценивать качество и эффективность коммуникационных продуктов (медиатекстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации

### Содержание и порядок прохождения практики

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работы на практике, включая самостоятельную работу студентов
1.	Ознакомительная лекция	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Понимание цели и задач практики;</li> <li>- ознакомление с отчетно-правовой документацией, сопровождающей прохождение практики;</li> <li>- изучение Положения о практике.</li> </ul>
2.	Инструктаж по технике безопасности	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Усвоение правил и норм безопасного прохождения практики.</li> </ul>
3.	Мероприятия по сбору, обработке и систематизации фактического опыта работы организации, являющейся базой прохождения практики	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ознакомление с организацией и управлением предприятия, учреждения, административной структуры по месту прохождения практики;</li> <li>- определение особенностей организации деятельности и управления предприятия с учетом организационно-правовой формы;</li> <li>- общая оценка организации (краткая история образования, объемные и качественные показатели основных видов продукции или услуг, схема организации управления и т.д.).</li> </ul>
4.	Характеристика должностных обязанностей практиканта, возложенных на него в ходе практики	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Понимание своего места и роли в организации;</li> <li>- описание собственных функциональных обязанностей стажера;</li> <li>- определение практической пользы практики для стажера как будущего специалиста.</li> </ul>
5.	Составление индивидуального задания (заданий), выполненного студентом во время практики	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Подготовка и обсуждение перечня заданий, которые стажер должен выполнить в ходе практики.</li> </ul>
6.	Составление дневника практики	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Разработка поэтапного плана-отчета прохождения практики.</li> </ul>
7.	Сбор, анализ и систематизация материалов, собранных студентом в процессе практики в конкретной организации. Выявление актуального опыта работы в данной отраслевой сфере и определение проблем, связанных с выполнением данной организацией возложенных на нее задач	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Описание номенклатуры предлагаемых предприятием продуктов и услуг;</li> <li>- выявление конкурентных преимуществ предприятия на региональном и федеральном рынках;</li> <li>- изучение методов планирования и прогнозирования, используемых предприятием;</li> <li>- общая характеристика маркетинговых и рекламных коммуникаций, используемых предприятием;</li> <li>- изучение методов и принципов формирования коммерческих и партнерских предложений;</li> <li>- общая характеристика бизнес-планам, имеющимся у организации;</li> <li>- анализ работы отделов по рекламе и связям с общественностью;</li> <li>- систематизация (на основании проводимых организацией маркетинговых и социологических исследований) научно-практической информации в области рекламы и связей с общественностью для составления экспертных заключений и отчетов, написания аналитических справок и прогнозов.</li> </ul>
8.	Выработка рекомендаций по совершенствованию форм и методов управления	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Самостоятельная подготовка стажером и обсуждение с преподавателем возможных форм и методов социальной коммуникации на предприятии – базе</li> </ul>

	деятельностью в изучаемой организации	практики.
9.	Анализ компетенций приобретенных во время практики	- Анализ видов деятельности, обеспечивающих приобретение стажером общекультурных и профессиональных компетенций в период практики.
10.	Определение возможности использования практического опыта, полученного в ходе практики, для выполнения научных работ разного уровня	- Выявление элементов практики, представляющих прикладной материал для научных исследований.

#### 5.5.4. Производственная практика (преддипломная практика)

##### Цель практики

Совершенствование навыков научно-исследовательской работы, оформление ее результатов; завершение выполнения выпускной квалификационной работы (ВКР).

##### Место производственной (преддипломной) практики в структуре ОПОП

Производственная практика (преддипломная практика) (3 зачетные единицы) проводится в 5 семестре очно-заочной формы обучения и входит в обязательную часть Блока 2 «Практика».

##### Планируемые результаты практики:

УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий

УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла

УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели

УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия

УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия

УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки

ОПК-1. Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем

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

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

ОПК-4. Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты

ОПК-5. Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

ОПК-6. Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии

ОПК-7. Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности

ПК-1. Способен управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность

ПК-2. Способен разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью

ПК-3. Способен определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий

ПК-4. Способен оценивать качество и эффективность проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки

ПК-5. Способен руководить подготовкой и проведением количественных и качественных исследований в области рекламы и связей с общественностью, медиакоммуникаций

ПК-6. Способен разрабатывать авторские коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем

ПК-7. Способен оценивать качество и эффективность коммуникационных продуктов (медиатекстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации

#### **Содержание и порядок прохождения практики**

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работы на практике, включая самостоятельную работу студентов
1.	Подготовительный этап	Изучение методических рекомендаций по написанию ВКР; - встреча с научным руководителем по ВКР.
2.	Основной этап	Составление библиографического списка литературы; - уточнение методологического аппарата исследования; - уточнение введения к работе, выводов по главам, заключения; - коррекция общего текста ВКР; - подготовка презентации по тексту ВКР.
3.	Заключительный этап	Подготовка речи для выступления на защите; - встреча с рецензентом по ВКР. - подготовка ответов на замечания по ВКР. - сдача текста ВКР в ГЭК.

#### **5.5.5. Производственная практика (творческая практика)**

##### **Цель практики**

Овладение профессиональными ключевыми компетенциями, полученными в ходе учебной деятельности студента по профессиональным дисциплинам, овладение методами разработки коммуникационных продуктов в условиях профессиональной среды.

В рамках производственной практики (творческой практики) магистранты должны участвовать в разработке концепций, идей, модулей коммуникационных продуктов.

Содержание творческой практики зависит от темы выпускной квалификационной работы (ВКР) и места ее прохождения. Параметры творческой практики курируются, направляются и проверяются руководителем ВКР.

##### **Место практики в структуре ОПОП**

Производственная практика (творческая практика) проводится на 1 курсе (3 зачетные единицы) и входит в часть Блока 2 «Практика», формируемую участниками образовательных отношений.

##### **Планируемые результаты практики**

ПК-6. Способен разрабатывать авторские коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем

ПК-7. Способен оценивать качество и эффективность коммуникационных продуктов (медиатекстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации

#### **Содержание и порядок прохождения практики**

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работы на практике, включая самостоятельную работу студентов
1.	Подготовительный этап	Обсуждение с руководителем задач практики. Уточнение характера разрабатываемого коммуникационного продукта.

		Составление графика выполнения коммуникационного (медиапродукта).
2.	Основной этап	Анализ актуальных тенденций развития медиаотрасли, к которой принадлежит предприятие (место практики). Разработка концепции коммуникационного продукта. Определение методов создания коммуникационного продукта. Определение информационных технологий, необходимых в процессе создания коммуникационного продукта. Выбор техник и средств реализации авторской концепции коммуникационного продукта.
3.	Заключительный этап	Оценка качества и эффективности коммуникационного продукта, созданного практикантом. Заполнение дневника практики и оформление отчета по творческой практике