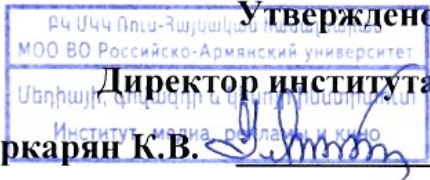


**Межгосударственная образовательная организация высшего образования
«Российско-Армянский университет»**

Утверждено
Директор института
Маркарян К.В.



«_24_» _июня_ 2026_ протокол № 6

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

Преддипломная практика

Направление подготовки: 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

Наименование образовательной программы: «Стратегические коммуникации в рекламе и СО»

Форма обучения: очная

Программа разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО № 528 от 8 июня 2017 г.

Согласовано:

ВрИО заведующего Кафедрой Креативных Индустрий

Кеворкова Н.И.



(подпись)

Руководитель образовательной программы

Яникян Я.В.



(подпись)

Куратор программы практики

Хачатрян А.А.



(подпись)

1. Общие положения

Рабочая программа преддипломной практики разработана в соответствии с федеральным государственным стандартом по направлению специальности «42.04.01. Реклама и связи с

общественностью», утвержденным приказом Министерства науки и высшего образования РФ № 528 от 08.06.2017 г. и учебным планом.

1.1 Объем практики в зачетных единицах и ее продолжительность (указывается трудоемкость практики строго в соответствии с учебным планом. Расчет продолжительности практик совершается по следующей формуле – $з.е./1.5 = \text{продолжительность практики}$)

Трудоемкость преддипломной практики составляет:

в 4-ом семестре – 864 часа, зачетных единиц.

1.2 Краткое описание практики

Цель практики — закрепление и углубление теоретических знаний, полученных в процессе обучения, формирование у обучающихся устойчивых профессионально-творческих компетенций, навыков самостоятельной творческой, копирайтерской, проектной, управленческой и организационной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.

Задачи практики:

- Изучение структуры, специфики и творческих бизнес-процессов профильной организации (коммуникационного агентства, PR-отдела, пресс-службы, креативного бюро).
- Освоение технологий создания креативных концепций, текстового, графического и мультимедийного контента для различных каналов коммуникации.
- Участие в планировании, организации и креативном сопровождении коммуникационных кампаний и специальных мероприятий.
- Сбор, анализ и систематизация эмпирического материала для выполнения будущей выпускной квалификационной работы (ВКР).

1.3 Место преддипломной практики в структуре ОПОП

Преддипломная практика обеспечивает преемственность и последовательность в изучении теоретического и практического материала, предусматривает комплексный подход к предмету изучения и охватывает все основные объекты связей с общественностью в рекламной сфере. Для прохождения производственной практики студент должен обладать знаниями в пределах освоенных курсов, демонстрировать основные навыки необходимые в овладении профессией, усвоенные в ходе

практических занятий: умение анализировать, обобщать, делать выводы; организовывать свою деятельность в рамках непосредственной деятельности организации, способствовать выполнению задач, поставленных перед организацией; уметь решать производственные задачи в рамках определённой для студента компетенции.

Прохождение производственной практики создаёт базу для успешной исследовательской деятельности при работе над дипломной.

Формы проведения преддипломной практики: профильная деятельность в рамках коммуникационного агентства, коммерческой или некоммерческой организации.

2. Требования к результатам (тип практики)

2.1 Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате прохождения преддипломной практики обучающийся должен приобрести следующие практические навыки, умения, универсальные и профессиональные компетенции:

Уметь работать в команде для достижения организационных целей и экономического успеха; управлять процессом приобретения новых знаний и наработки навыков профессиональной деятельности; самостоятельно и творчески решать производственные задачи в рамках определённого функционала; выстраивать коммуникации в рамках решения производственных задач; использовать методы сбора и обработки информации;

Знать участников сферы деятельности и основные принципы взаимодействия со СМИ, представителями заказчика или агентства; принципы разработки и исполнения рекламных и PR-проектов; технологический процесс подготовки и реализации PR-мероприятий; документационное обеспечение профессиональной деятельности; этические принципы взаимодействия в индустрии;

Владеть приёмами разработки рекламных и PR мероприятий; методами сбора и анализа необходимой информации для подготовки и реализации рекламных и PR мероприятий.

Код универсальной компетенции	Наименование универсальной компетенции	Код индикатора достижения компетенций	Наименование индикатора достижений компетенций
УК – 1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК – 1.1	Знать инструменты критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработки стратегии действий.
		УК – 1.2	Уметь обосновать применения

			инструментов критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработки стратегии действий.
		УК – 1.3	Владеть навыками критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработки стратегии действий.
УК – 2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК – 2.1	Знать принципы и современные методы управления проектом на всех этапах его жизненного цикла.
		УК – 2.2	Уметь обосновать применение выбранных современных методов управления проектом на всех этапах его жизненного цикла.
		УК – 2.3	Владеть современными методами управления проектом на всех этапах его жизненного цикла.
УК – 3	Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК – 3.1	Знать методы командообразования, разработки командной стратегии для достижения поставленной цели.
		УК – 3.2	Уметь характеризовать методы командообразования, разработки командной стратегии для достижения поставленной цели.
		УК – 3.3	Владеть навыками организации и руководства 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 – 4.1	Знать современные правила ведения деловой переписки, нормы письменной коммуникации в рамках делового и профессионального общения для различных видов и уровней коммуникации, актуальные форматы устного общения (приветствие,

			прощание, small talk, основные аспекты профессиональной деятельности, базовые навыки ведения переговоров), методы усовершенствования навыков межкультурной коммуникации в профессиональной деятельности.
		УК – 4.2	Уметь применять современные правила ведения деловой переписки, актуализировать их, идентифицировать и применять адекватные нормы письменной коммуникации в рамках делового и профессионального общения для различных видов и уровней коммуникации, использовать актуальные форматы устного общения, использовать методы усовершенствования навыков межкультурной коммуникации в профессиональной деятельности
		УК – 4.3	Владеть современными правилами ведения деловой переписки, методами их актуализации, приемами идентификации и применения адекватных норм письменной коммуникации в рамках делового и профессионального общения для различных видов и уровней коммуникации, актуальными форматами устного общения приемами усовершенствования навыков межкультурной коммуникации в профессиональной деятельности.
УК – 5	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК – 5.1	Знать предмет и основные концепции современной философии науки, генезис смены типов научной рациональности, модели исторической реконструкции науки, механизм формирования нового

			знания, структуру, содержание и методы научной деятельности на основе анализа и учета разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия.
		УК – 5.2	Уметь ориентироваться в предмете и основных концепциях современной философии науки, структурировать типы научной рациональности и модели исторической реконструкции науки, применять механизм формирования нового знания и осуществлять научную деятельность на основе анализа и учета разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия.
		УК-5.3	Владеть способностью и готовностью ориентироваться в предмете и основных концепциях современной философии науки, структурировать типы научной рациональности и модели исторической реконструкции науки, применять механизм формирования нового знания и осуществлять научную деятельность на основе анализа и учета разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия.
УК – 6	Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки и образования в течение всей жизни	УК – 6.1	Знать инструменты определения и реализации приоритетов собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
		УК – 6.2	Уметь обосновать выбор инструментов определения и реализации приоритетов собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
		УК – 6.3	Владеть навыками определения и реализации приоритетов собственной

			деятельности и способов 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-1.1.	Знает основные понятия, теоретических концепций медиатекста, рекламного текста; особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
		ОПК-1.2.	Умеет выявлять отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов разных медиасегментов и платформ; осуществлять подготовку медиатекстов и (или) медиапродуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
		ОПК-1.3.	Владеет технологией подготовки актуальных и востребованных медиатекстов и (или) медиапродуктов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями 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-2.1.	Умеет выявлять причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов
		ОПК-2.2.	Анализирует основные тенденции развития общественных и государственных институтов и использует результаты анализа при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
		ОПК-2.3.	Владеет методами отражения

			объективности в создаваемых медиапроектах и (или) медиапродуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов
ОПК-3	Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1	Знает достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
		ОПК-3.2	Умеет применять средства художественной выразительности в создаваемых медиапроектах и (или) медиапродуктах
		ОПК-3.3	Владеет программными средствами для создания приемов художественной выразительности в создаваемых медиапроектах и (или) медиапродуктах
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-4.1	Знает запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности; методы исследования и выявления потребностей общества и аудитории в профессиональной деятельности
		ОПК-4.2	Умеет соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп; учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании медиапроектах и (или) медиапродуктов
		ОПК-4.3	Владеет методами исследования и выявления потребностей общества и аудитории в профессиональной деятельности
ОПК- 5	Способен принимать профессиональные решения, анализировать актуальные тенденции развития	ОПК- 5.1	Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие

	медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования		разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
		ОПК- 5.2	Умеет осуществлять свои профессиональные действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
		ОПК- 5.3	Владеет правовыми и этическими нормами регулирования профессиональной деятельности в области медиакоммуникационных систем региона
ОПК- 6	Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК- 6.1	Знает глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности
		ОПК- 6.2	Умеет отбирать для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение; эксплуатировать современные стационарные и мобильные цифровые устройства на всех этапах создания медиапроекта и (или) медиапродукта
		ОПК- 6.3	Владеет навыками работы с техническими средствами и информационнокоммуникационными технологиями для создания медиапроекта и (или) медиапродукта
ОПК – 7	Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной	ОПК – 7.1	Знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности,

	ответственности		концепции ее социальной ответственности
		ОПК – 7.2	Умеет осуществлять поиск корректных творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и законами в области медиакоммуникаций
		ОПК – 7.3	Владеет методами поиска корректных творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и законами в области медиакоммуникаций.
ПК-1	Способен осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-1.1	Знает современные онлайн и офлайн технологии выстраивания коммуникаций с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта
		ПК-1.2	Умеет создавать авторский материал, сценарии для специальных событий и мероприятий с учетом специфики коммуникационных задач; адаптировать медиатексты под особенности канала распространения информации; осуществлять редактирование различных типов в соответствии с целевой аудиторией, для которой он предназначен;
		ПК-1.3	Владеет технологией подготовки и редактирования медиатекстов; программными и техническими средствами подготовки и редактирования медиатекстов; технологией распространения медиатекстов с

			помощью различных технологических каналов
ПК – 2	Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК – 2.1	Знает теорию и технологии менеджмента; нормативноправовую документацию, регламентирующую медиасреду; особенности организации планирования, учета и отчетности, статистические показатели деятельности;
		ПК – 2.2	Умеет принимать обоснованные управленческие решения по преодолению проблемных ситуаций; вести учетную документацию и рассчитывать контрольные и итоговые показатели деятельности; осуществлять статистический анализ; применять действующие отечественные и международные нормативные документы при решении задач профессиональной деятельности; обеспечивать эффективную работу с потоками информации для принятия организационных и управленческих решений
		ПК – 2.3	Владеет современными методами менеджмента профессиональной деятельности в медиасфере; методами статистического анализа деятельности в медиaprостранстве;
ПК-3	Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы, проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-3.1	Знает теорию и технологии маркетинга; особенности разработки и реализации комплекса маркетинга в традиционной и электронной среде; методы качественного и количественного анализа
		ПК-3.2	Умеет использовать маркетинговые коммуникации для продвижения на медиарынке; получать,

			интерпретировать и представлять результаты исследования, разрабатывать и реализовывать маркетинговую стратегию для продвижения; составлять на основе исследований практические рекомендации и прогнозировать тенденции коммуникационной сферы
		ПК-3.3	Владеет способами контроля и оценки организации маркетинговой деятельности; технологиями реализации маркетинговой стратегии

2.2 Способы проведения производственной (преддипломной) практики

Преддипломная практика проводится в стационарной форме в профильных организациях, осуществляющих деятельность в сфере рекламы, связей с общественностью, стратегических коммуникаций, маркетинга, медиакоммуникаций, брендинга, цифровых коммуникаций, а также в структурных подразделениях университета, деятельность которых соответствует направлению подготовки магистрантов.

Практика организуется на основании договоров о практической подготовке, заключенных между университетом и профильными организациями, либо на основании индивидуальных договоров при самостоятельном выборе магистрантом места прохождения практики, соответствующего требованиям образовательной программы.

Преддипломная практика осуществляется путем выполнения магистрантом профессиональных, аналитических, исследовательских и проектных заданий под руководством руководителя практики от университета и руководителя от профильной организации.

В процессе прохождения практики магистранты:

- изучают организационную структуру, систему управления и направления деятельности профильной организации;
- участвуют в разработке, реализации и оценке эффективности коммуникационных, рекламных и PR-проектов;
- проводят анализ коммуникационной среды, целевых аудиторий, рынка и конкурентного окружения;

- осуществляют сбор, обработку, систематизацию и интерпретацию эмпирических данных для подготовки выпускной квалификационной работы;
- апробируют результаты исследования, разрабатывают практические рекомендации и готовят материалы, необходимые для выполнения магистерской диссертации;
- оформляют отчетную документацию по практике.

При необходимости практика может проводиться с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий в части организации консультаций, выдачи и проверки заданий, взаимодействия с руководителями практики и защиты отчетных материалов, если это не противоречит характеру выполняемой профессиональной деятельности.

2.3 Места проведения практики (указывается предполагаемый перечень организаций, где может быть организована и проведена практика)

Преддипломная практика проводится в профильных организациях, осуществляющих деятельность в области рекламы, связей с общественностью, стратегических коммуникаций, маркетинга, брендинга, медиакоммуникаций, цифровых коммуникаций и управления корпоративными коммуникациями.

Практика может проводиться на базе следующих организаций:

1. Media Systems
2. Publicis Armenia
3. Doping Creative Agency
4. Prodigy Digital Marketing Agency
5. WhiteBone
6. Ucom
7. Ardshinbank
8. Ameriabank
9. ЗАО «Армянское общественное телевидение»
10. Союз PR-специалистов Армении
11. Торгово-промышленная палата Республики Армения
12. Министерства и ведомства Республики Армения (пресс-службы и подразделения по связям с общественностью)
13. Органы местного самоуправления (информационные и PR-службы)

14. Коммерческие и некоммерческие организации, имеющие подразделения рекламы, маркетинга, бренд-менеджмента, корпоративных коммуникаций и связей с общественностью.