

федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Российский университет дружбы народов»

филологический факультет

Рекомендовано МССН

ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Наименование практики: преддипломная практика

Рекомендуется для направления подготовки:

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность программы (профиль): Управление бизнес-коммуникациями

Квалификация выпускника: магистр в области рекламы и связей с общественностью

1. Цели преддипломной практики:

- целенаправленная работа над организацией и проведением PR-кампании в зависимости от типа и темы выпускной квалификационной работы;
- научное исследование различных аспектов функционирования отечественных и зарубежных PR-агентств (история, теория, организация деятельности рекламного агентства, методика мониторинга СМИ, этические и правовые основы СМИ, экономика, социология, язык и стиль написания PR-материалов), а также других видов коммуникационных агентств на основе самостоятельно разработанной методологии и методики, получение теоретически и практически значимых результатов, выводов;
- участие в организации и проведении мероприятий для представителей СМИ;
- формирование устойчивых навыков использования компьютерной техники и графических редакторов в рамках PR-деятельности.

2. Задачи преддипломной практики:

- ознакомление студентов с этапами подготовки и написания выпускной квалификационной работы;
- формирование представлений студентов относительно совмещения их научной и будущей профессиональной деятельности;
- выработка адекватных профессиональных установок к практической деятельности будущего научного работника;
- подготовка научных статей, докладов, сообщений (по результатам собственных исследований), а также публикаций в прессе;
- составление обзоров исследований в соответствующей области, реферированию литературы, рецензирование научных публикаций.

3. Место практики в структуре ОП ВО магистратуры:

Преддипломная практика относится к обязательной части Блока 2.

В таблице № 1 приведены предшествующие дисциплины, направленные на формирование компетенций практики в соответствии с матрицей компетенций ОП ВО. Прохождение преддипломной практики необходимо как предшествующая дисциплина для написания выпускной квалификационной работы.

Таблица № 1

Предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций

№ п/п	Шифр и наименование компетенции	Предшествующие дисциплины	Последующие дисциплины (группы дисциплин)
Универсальные компетенции			
1.	УК-1	1. Стратегический менеджмент в коммуникационной управления 2. Современные технологии в рекламе и PR 3. Теория и практика PR и рекламы	Написание выпускной квалификационной работы
2.	УК-3	1. Управление рекламным агентством и связями с общественностью. 2. Стратегический	Написание выпускной квалификационной работы

		менеджмент в коммуникационной 3. Медиаменеджмент	
3.	УК-5	1. Межкультурная коммуникация 2. Взаимодействие со СМИ 3. Ознакомительная практика	Написание выпускной квалификационной работы
4.	УК-6	1. Стратегический менеджмент в коммуникационной управления 2. Современные технологии в рекламе и PR 3. История и теория media 4. Теория и практика PR и рекламы	Написание выпускной квалификационной работы
Общепрофессиональные компетенции			
1.	ОПК-1	1. Иностранный язык 2. Стратегический менеджмент в коммуникационной управления 3. Современные технологии в рекламе и PR 4. Технологии графического дизайна	Написание выпускной квалификационной работы
2.	ОПК-3	1. История и теория media 2. Внутрикorporативные коммуникации 3. Сетевые media	Написание выпускной квалификационной работы
3.	ОПК-4	1. Социологические исследования 2. Медиаэкономика 3. Социальные проекты в media	Написание выпускной квалификационной работы
4.	ОПК-5	1. Стратегический менеджмент в коммуникационной 2. Управление рекламным агентством и связями с общественностью 3. История и теория media	Написание выпускной квалификационной работы
5.	ОПК-6	1. Стратегический менеджмент в коммуникационной управления 2. Современные технологии в рекламе и PR 3. Технологии графического дизайна	Написание выпускной квалификационной работы
6.	ОПК-7	1. Социологические исследования 2. Медиаэкономика 3. Теория и практика PR и рекламы 4. Социальные проекты в media	Написание выпускной квалификационной работы
Профессиональные компетенции			
	ПК-1	1. Управление рекламным агентством и связями с общественностью 2. Социальные проекты в media 3. Медиаменеджмент 4. Политические коммуникации	Написание выпускной квалификационной работы

	5. Сетевые media	
ПК-2	1. Внутрикorporативные коммуникации 2. Организация работы пресс-службы 3. Рекламная коммуникация как социокультурный феномен 4. Сетевые media 5. Организация работы агентства рекламы и связей с общественностью	Написание выпускной квалификационной работы
ПК-3	1. Управление рекламным агентством и связями с общественностью 2. Психология управления 3. Межкультурная коммуникация	Написание выпускной квалификационной работы
ПК-4	1. Психология управления 2. Планирование и реализация кампаний по рекламе и связям с общественностью	Написание выпускной квалификационной работы
ПК-5	1. Социальные проекты в media 2. Бренд-менеджмент 3. Организация работы пресс-службы 4. Организация работы агентства рекламы и связей с общественностью	Написание выпускной квалификационной работы
ПК-7	1. Медиаэкономика 2. Социальные проекты в media 3. Деловое общение и этикет	Написание выпускной квалификационной работы

4. Формы проведения ознакомительной практики. Стационарная. Рассредоточенная. Работа студентов на кафедре массовых коммуникаций, в Управлении по связям с общественностью (РУДН), обучение по профильным курсам на онлайн платформах.

5. Место и время проведения преддипломной практики: организации, основная профессиональная деятельность которых направлена на осуществление маркетинговых коммуникаций, медиакоммуникаций, специальных мероприятий, внутренних коммуникаций, антикризисного PR, Government Relations, коммуникационного консалтинга, аналитики и мониторинга, создание дизайна и креативных решения, а также в архивах, ведущих библиотеках, культурных центрах. 2 курс; 7 и 8 модуль.

6. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения преддипломной практики

Студент магистратуры по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» должен обладать следующими **универсальными компетенциями (УК):**

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

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

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

УК-6. Способен определить и реализовать приоритеты собственной деятельности

и способы ее совершенствования на основе самооценки.

общефессиональными компетенциями (ОПК):

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-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.

профессиональными компетенциями (ПК):

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

ПК-2: Способен осуществлять корректировку и контроль коммуникационных программ и мероприятий;

ПК-3: Способен работать с персоналом, оценивать производительность и качество его труда, устранять конфликты, обеспечивать сплоченность коллектива, толерантность;

ПК-4: Способен к выработке нестандартных решений;

ПК-5: Способен осуществлять консультирование по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций;

ПК-7: Способен разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью;

В результате прохождения преддипломной практики студент должен:

Знать: основные этапы проведения рекламной и PR-кампаний, способами проведения мониторинга конкурентной среды, методы проведения анализа и оценки эффективности PR-кампаний, а также основы защиты имиджа и репутации организации от информационных угроз и опасностей

Уметь: квалифицированно провести самостоятельное авторское научное исследование:

- выделить актуальную проблему,
- четко сформулировать цель, задачи, объект и предмет исследования,
- разработать методологические основы исследования, выбрать релевантные методы его проведения,
- провести непосредственно само исследование,
- получить теоретически и практически значимые результаты,

Быть способным: к освоению новых исследовательских методов и технологий, к инновационному мышлению.

Владеть: навыками подготовки научного отчета, публикаций, выступать с научными докладами, сообщениями.

7. Структура и содержание преддипломной практики

Общая трудоемкость преддипломной практики составляет 21 ЗЕ, 756 ак.ч. В ходе самостоятельной работы студенты анализируют полученные данные в ходе преддипломной практики

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды производственной работы, на практике включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)	Формы текущего контроля	
1	Подготовительный этап, включающий организационные мероприятия: установочную лекцию, инструктаж по технике безопасности, планирование практической работы.	Тема 1. Представление плана практической работы.	72	Обсуждение индивидуального задания.
2	Практический этап, включающий поэтапную работу по сбору и подготовке материала для магистерской диссертации.	Тема 1. Работа студентов в архивах, ведущих библиотеках, культурных центрах. Количество и объем материалов, определяются руководителем практики. Тема 2. Предоставление отчета практиканта.	684	Проверка выполненных заданий и комплектности документации. Предоставление индивидуальных заданий, дневников и отчетов практикантов, заверенных подписью научного руководителя /руководителя индивидуальной практики). Научный руководитель/руководитель практики предоставляет отзыв на своего дипломника, в котором оценивает качество и регулярность проведенной работы.

8. Научно-исследовательские и научно-производственные технологии, используемые во время преддипломной практики

Во время прохождения практики со студентами проводятся организационные мероприятия, которые строятся преимущественно на основе интерактивных технологий

(обсуждения, дискуссии и т.п.). Основными применяемыми педагогическими технологиями обучения, которые реализуются при прохождении практики, являются технологии оценивания учебных достижений, а также метод проектов – система обучения, при которой студенты приобретают знания в процессе планирования и выполнения постепенно усложняющихся практических заданий (проектов).

Студенты в собственной практической деятельности используют разнообразные научно-исследовательские и образовательные технологии. При выполнении заданий используются разнообразные технические устройства и программное обеспечение информационных и коммуникационных технологий.

9. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов на преддипломной практике

Методические рекомендации по оформлению отчета практиканта

Отчет по практике является основным документом обучающегося, отражающим выполненную им работу во время практики, приобретенные им компетенции.

Отчет по практике должен содержать:

1. Титульный лист;
2. Содержание;
3. Введение;
4. Основная часть;
5. Заключение;
6. Список использованных источников;
7. Приложения.

Объем отчета должен составлять 10–15 листов (без приложений) (шрифт – Times New Roman, размер шрифта – 14, межстрочный интервал – полуторный, все поля – 2 см, отступ – 1 см, выравнивание – по ширине, таблицы и схемы располагаются по тексту и нумеруются по разделам). Количество приложений не ограничивается и в указанный объем не включается.

Во введении должны быть отражены:

- цель, место и время прохождения практики (срок, продолжительность в неделях/раб. днях);
- последовательность прохождения практики, перечень работ, выполненных в процессе практики.

В основную часть отчета необходимо включить:

- описание организации работы в процессе практики;
- описание выполненной работы по разделам программы практики;
- описание практических задач, решаемых обучающимся за время прохождения практики;
- указания на затруднения, которые возникли при прохождении практики;
- изложение спорных вопросов, которые возникли по конкретным вопросам, и их решение.

Заключение должно содержать:

- описание знаний, умений, навыков (компетенций), приобретенных практикантом в период практики;
- характеристику информационно-программных продуктов, необходимых для прохождения практики;
- предложения и рекомендации обучающегося, сделанные в ходе практики.

К отчету также прилагаются:

- индивидуальное задание практиканта (если необходимо);
- дневник практиканта;

- заверенный отзыв (характеристика) руководителя по практике от организации (от Университета) о работе обучающегося-практиканта.

Отчет по практике, заверенный руководителем по практике от организации, должен быть представлен руководителю по практике от кафедры/департамента не более чем через две недели после окончания практики. Защита отчетов по практике проводится на кафедре/в департаменте в присутствии Комиссии из профессорско-преподавательского состава кафедры/департамента (не менее трех человек).

По результатам защиты отчета по практике обучающийся получает оценку по практике.

Обучающийся, получивший неудовлетворительную оценку за практику, не допускается к итоговой государственной аттестации.

10. Формы промежуточной аттестации (по итогам преддипломной практики)

Предоставление практикантами отчетных документов:

1. Индивидуальное задание.
2. Дневник практиканта.
3. Отчет практиканта.
4. Отзыв научного руководителя или руководителя индивидуальной практики.

Отчет о прохождении преддипломной практики оформляется в соответствии с общими требованиями, защищается перед научным руководителем, отвечающим за практику, (в срок не более трех дней после окончания практики), за что им оценивается; сдается руководителю практики (в срок не более семи дней после окончания практики).

Структура отчета:

Отчет оформляется в виде дневника практиканта, который выдается студенту перед началом прохождения практики.

Отчетная документация предоставляется руководителю практики и состоит из отчета и характеристики студента, составленной научным руководителем, отвечающим за практику, на основе качественного анализа деятельности практиканта и оценивания предоставленных им материалов.

11. Учебно-методическое и информационное обеспечение ознакомительной практики

а) основная учебная литература

1. Ефимов, Д.Б. Самоучитель по PR для спортсменов / Д.Б. Ефимов. - Москва : Спорт, 2016. - 192 с. : ил. - (В помощь спортсмену). - ISBN 978-5-906839-06-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454231>
2. Кириллова, В.Л. PR в некоммерческом секторе / В.Л. Кириллова. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 127 с. : ил. - ISBN 978-5-4475-3970-2 ; [Электрон-ный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=298176>
3. Музыкант, В.Л. Эффективный копирайтинг в системе бренд-коммуникаций (онлайн и офлайн среда) : монография / В.Л. Музыкант, Д.С. Скнарев. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. - 270 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-9709-2; Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=495064
4. Музыкант, В.Л. Управление брэнд-коммуникациями : монография / В.Л. Музыкант ; Московская международная высшая школа бизнеса «МИРБИС» (Институт). - 2-е изд., доп. и перераб. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2017. - 380 с. : ил., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-9125-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=464162>
5. Рогожин, М.Ю. Теория и практика рекламной деятельности : учебное по-собие / М.Ю. Рогожин. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2014. - 208 с. : ил.

- Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-1578-2; Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=253716>
6. Студеникин, Н. PR-защита бизнеса в корпоративных войнах: практикум победителя / Н. Студеникин. - Москва : Альпина Паблишерз, 2016. - 384 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-9614-1440-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279189>
7. Умаров, М. PR в реальном времени: Тренды. Кейсы. Правила / М. Умаров ; ред. А. Черникова. - Москва : Альпина Паблишер, 2016. - 230 с. : ил. - ISBN 978-5-9614-5746-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=443019>

б) дополнительная

1. Белфорт, Д. Метод волка с Уолл-стритт: Откровения лучшего продавца в мире=WAY OF THE WOLF. MASTER THE ART OF PERSUASION AND BUILD MASSIVE WEALTH / Д. Белфорт ; ред. В. Ионов ; пер. И. Евстигнеева. - Москва : Альпина нон-фикшн, 2018. - 285 с. - ISBN 978-5-9614-6941-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493909>
2. Горнштейн, М.Ю. Современный маркетинг : монография / М.Ю. Горнштейн. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 404 с. : схем., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02909-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495700>
4. Дули, Р. Нейромаркетинг: как влиять на подсознание потребителя / Р. Дули ; пер. с англ. В. Рубинчика. - Минск : Попурри, 2018. - 337 с. - ISBN 978-985-15-3230-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481957>
5. Жариков, Г.А. Маркетинг и его особенности в России : монография / Г.А. Жариков, С.К. Становкин ; Министерство образования Московской области, ГБОУ ВО МО «Международный университет природы, общества и человека «Дубна». - Москва : Прометей, 2014. - 140 с. : табл., граф., схем. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-7042-2528-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=437321>
6. Исаев, А.А. Продажи и эмоции : монография / А.А. Исаев. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2017. - 74 с. : ил., схем. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-9414-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=480163>
7. Мансуров, Р.Е. Технологии маркетинга : практикум / Р.Е. Мансуров. - Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2017. - 183 с. : ил., табл. - ISBN 978-5-9729-0178-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=464468>
8. Марусева, И.В. Мишень вкуса: аксиомы и структура арт-маркетинга; графический дизайн и креатив; рекламные арт-мемы; творческий метод создания рекламы «Золотое сечение» : монография / И.В. Марусева. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. - 308 с. : ил., схем. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-7044-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=438287>
9. 10. Муромцева, А.В. Искусство презентации: основные правила и практические рекомендации / А.В. Муромцева. - Москва : Издательство «Флинта», 2017. - 110 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-9765-1005-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=363614>
11. Пайн, Д.Б. Экономика впечатлений: как превратить покупку в захватывающее действие / Д.Б. Пайн, Д.Х. Гилмор. - Москва : Альпина Паблишер, 2018. - 382 с. : схем. - ISBN 978-5-9614-6681-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495619>
12. Франкл, В. Matryoshka: как вести бизнес с иностранцами / В. Франкл ; ред. А. Никольский, А. Ткаченко ; пер. Р. Симоньян. - Москва : Альпина нон-фикшн, 2018. - 116 с. : ил. - ISBN 978-5-9614-6926-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493931>

13. Чумиков, А.Н. Имидж – репутация – бренд: традиционные подходы и новые технологии : сборник статей / А.Н. Чумиков. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 106 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-6019-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=375635>

14. Шенкар, О. Имитаторы: Как компании заимствуют и перерабатывают чужие идеи=Copucats. How Smart Companies Use Imitation to Gain a Strategic Edge / О. Шенкар. - 3-е изд. - Москва : Альпина нон-фикшн, 2017. - 209 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-9614-6027-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494009>

в) периодические издания

1. Современная конкуренция : научно-практический журнал / - Москва : Университет «Синергия», 2018. - № 4(70) -5(71). - 145 с.: схем., табл., ил. - ISSN 1993-7598 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495390>

2. Business Excellence / изд. ООО «РИА «СТАНДАРТЫ И КАЧЕСТВО» ; гл. ред. Т. Киселева ; учред. Н. Томпсон - Москва : РИА «Стандарты и качество», 2018. - № 12(246). - 108 с.: ил. - ISSN 1813-9485 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=499429>

№ п/п	Наименование	Условия доступа
	<i>Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы</i>	
1.	Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН	<i>Из внутренней сети университета</i> http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web
2.	Электронно-библиотечная система Юрайт	https://biblio-online.ru/
3.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	http://www.biblioclub.ru
4.	ЭБС «Консультант студента»	www.studentlibrary.ru
5.	ЭБС «Лань»	http://e.lanbook.com/
	<i>Интернет-ресурсы (электронные образовательные ресурсы)</i>	
1.	Открытое образование	https://openedu.ru/
2.	Реферативная база данных SCOPUS	http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/

а) ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. IPRA | International Public Relations Association

www.ipra.org

2. International Association of Business Communicators | IABC

www.iabc.com

3. ICCO - International Communications Consultancy Organisation

www.iccopr.com

4. World association for market, social and opinion research - ESOMAR

www.esomar.org

5. Public Relations Resources & PR Tools for Communications Professionals: Public Relations Society of America (PRSA)

www.prsa.org

6. Ассоциация директоров по коммуникациям и корпоративным медиа России - <http://corpmedia.ru/>
7. Ассоциация Коммуникационных Агентств России www.akarussia.ru
8. Российская ассоциация по связям с общественностью www.raso.ru
9. Р.А.М.У. - btl форум, маркетинг, рекламный рынок, новости рекламы www.ramu.ru

б) программное обеспечение:

1. Пакет программ Microsoft Office : Word, Excel, PowerPoint, Outlook.
2. Интернет-браузеры (Firefox, Opera, Google Chrome, Internet Explorer, Яндекс Браузер).

12. Материально-техническое обеспечение преддипломной практики

Аудитория с мультимедийными средствами, оснащенная ПК с возможностями выхода в интернет.

13. Материалы для оценки уровня освоения учебного материала (фонд оценочных средств), разработаны в полном объеме и доступны для обучающихся на странице дисциплины в ТУИС РУДН.

14. Рецензию на программу практики и ФОС предоставил Президент Международной академии digital коммуникаций А. Яблонских.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ВО РУДН.

Разработчик:

доцент кафедры массовых коммуникаций



Р.А. Савастенко

Руководитель программы

Доцент кафедры массовых коммуникаций



Р.А. Савастенко

Заведующий кафедрой массовых коммуникаций

Профессор, д.филол.н.



В.В. Барабаш

Программа утверждена на заседании кафедры массовых коммуникаций протокол № 9 от 29.04.2021 г.

Программа одобрена на заседании Ученого Совета филологического факультета протокол № 13 от 15.06.2021 г.