

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ПОВОЛЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

РП СФОРМИРОВАНА,  
СОГЛАСОВАНА  
И УТВЕРЖДЕНА В ЭИОС

УТВЕРЖДАЮ  
Декан ФСТ

УТВЕРЖДАЮ /В.П. Шалаев/  
(Ф.И.О. декана (директора института))

27.02.2023 г.

ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

Б.2.2.1.1 Производственная практика. Профессионально-творческая практика

(указывается код, вид и тип практики по учебному плану)

Направление подготовки  
(специальность)

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Квалификация выпускника

Бакалавр

(бакалавр/магистр/специалист)

Направленность

Реклама и связи с общественностью в государственных,  
коммерческих и некоммерческих организациях

Курс	2, 3
Семестр	4, 6

Распределение учебного времени

Трудоемкость по учебному плану	12	зачетных единиц
Продолжительность	8 / 432	недель / часов
Практические занятия	-	часов
Иная контактная работа	-	часов
Всего контактной работы	0	часов
Иные формы организации ОД	432	часов
Дифференцированный зачет	-	семестр

(год)

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО направления подготовки (специальности) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Программу составили:

доцент с ученой степенью кандидата наук	СНиТ	СОГЛАСОВАНО	В.П. Комисар
(должность)	(кафедра)		(И.О. Фамилия)

РАССМОТРЕНА и ОДОБРЕНА на заседании кафедры, за которой закреплена практика (раздел практики)

Кафедра социальных наук и технологий

02.02.2023	протокол №	4
(дата)		

Заведующий кафедрой	СОГЛАСОВАНО	К.Э. Бурнашев
		(И.О. Фамилия)

Рабочая программа СОГЛАСОВАНА с факультетом (институтом), выпускающей(ими) кафедрой(ами).

СООТВЕТСТВУЕТ действующей ОП.

Заведующий кафедрой	СОГЛАСОВАНО	К.Э. Бурнашев
		(И.О. Фамилия)

Председатель методической комиссии факультета (института), в который входит выпускающая кафедра

СОГЛАСОВАНО	В.П. Комисар
	(И.О. Фамилия)

Эксперт: Винокуров М. А., главный редактор газеты "Ваш новый день"

Рабочая программа проверена и зарегистрирована в УМЦ 01.03.2023 г.

Специалист учебно-методического центра СОГЛАСОВАНО /И.Р. Валиева/

## Раздел 1. ЦЕЛИ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Целью прохождения практики является достижение планируемых результатов обучения, соответствующих установленным в ОПОП компетенциям:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
1. УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1 Выполняет поиск необходимой для решения поставленной задачи информации, её критический анализ, обобщение и представление на основе знаний естественно-научных дисциплин и современных информационных технологий	<b>знания:</b> Знает способы поиска необходимой для решения поставленной задачи информации, её критического анализа, обобщения и представления на основе знаний естественно-научных дисциплин и современных информационных технологий <b>умения:</b> Умеет пользоваться технологиями поиска необходимой для решения поставленной задачи информации, критическим анализом, обобщением и представлением на основе знаний естественно-научных дисциплин и современных информационных технологий <b>навыки:</b> Владеет технологиями поиска необходимой для решения поставленной задачи информации, критическим анализом, обобщением и представлением на основе знаний естественно-научных дисциплин и современных информационных технологий
	УК-1.2 Систематизирует обнаруженную информацию, полученную из разных источников, в соответствии с требованиями и условиями задачи	<b>знания:</b> Знает способы систематизации обнаруженной информации, полученной из разных источников, в соответствии с требованиями и условиями задачи <b>умения:</b> Умеет систематизировать обнаруженную информацию, полученную из разных источников, в соответствии с требованиями и условиями задачи <b>навыки:</b> Владеет навыками систематизации обнаруженной информации, полученной из разных источников, в соответствии с требованиями и условиями задачи
	УК-1.3 Выбирает оптимальный вариант решения задачи, аргументируя свой выбор	<b>знания:</b> Знает технологии выбора оптимального варианта решения задачи, аргументируя свой выбор <b>умения:</b> Умеет выбирать оптимальный вариант решения задачи, аргументируя свой выбор <b>навыки:</b> Владеет технологиями оптимального варианта решения задачи, аргументируя свой выбор
	УК-1.4 Разрабатывает варианты решения проблемной ситуации на основе системного подхода и критического анализа доступных источников информации	<b>знания:</b> Знает способы разработки вариантов решения проблемной ситуации на основе системного подхода и критического анализа доступных источников информации <b>умения:</b> Умеет разрабатывать варианты решения проблемной ситуации на основе системного подхода и критического анализа доступных источников информации <b>навыки:</b> Владеет технологиями разработки вариантов решения проблемной ситуации на основе системного подхода и критического анализа доступных источников информации
	УК-1.5 Формулирует и аргументирует выводы и суждения, в том числе с применением философского	<b>знания:</b> Знает правила формулирования и аргументирования выводов и суждений, в том числе с применением философского понятийного аппарата <b>умения:</b> Умеет формулировать и аргументировать выводы и суждения, в том числе с применением философского понятийного аппарата

	понятийного аппарата	<b>навыки:</b> Владеет навыками формулировки и аргументации выводов и суждений, в том числе с применением философского понятийного аппарата
2. УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1 Понимает основные аспекты межличностных и групповых коммуникаций	<b>знания:</b> Знает основные аспекты межличностных и групповых коммуникаций <b>умения:</b> Умеет использовать основные аспекты межличностных и групповых коммуникаций <b>навыки:</b> Владеет технологиями межличностных и групповых коммуникаций
	УК-3.2 Применяет методы командного взаимодействия	<b>знания:</b> Знает методы командного взаимодействия <b>умения:</b> Умеет применять методы командного взаимодействия <b>навыки:</b> Владеет навыками применения методов командного взаимодействия
3. ПК-1 Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	ПК-1.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде	<b>знания:</b> Знает технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде при реализации коммуникационного продукта <b>умения:</b> умеет использовать технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде при реализации коммуникационного продукта <b>навыки:</b> владеет навыками использования технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде при реализации коммуникационного продукта
	ПК-1.2. При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде	<b>знания:</b> знает основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде при подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью <b>умения:</b> умеет использовать основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде при подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью <b>навыки:</b> владеет навыками использования основных технологий копирайтинга в онлайн и офлайн среде при подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью
	ПК-1.3. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами	<b>знания:</b> знает основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами <b>умения:</b> умеет применять основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами <b>навыки:</b> владеет навыками применения основных технологий организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
	ПК-1.4. Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций	<b>знания:</b> знает технологии формирования корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций <b>умения:</b> умеет использовать основные инструменты внутренних коммуникаций для формирования корпоративной культуры организации <b>навыки:</b> владеет навыками формирования корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций
	ПК-1.5. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых	<b>знания:</b> знает современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного

	коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	продукта <b>умения:</b> умеет использовать современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта <b>навыки:</b> владеет навыками использования современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта
4. ПК-2 Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	ПК-2.1. Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы	<b>знания:</b> знает особенности продвижения социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы <b>умения:</b> Умеет продвигать социально значимые ценности средствами связей с общественностью и рекламы <b>навыки:</b> Владеет навыками продвижения социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы
	ПК-2.2. При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности	<b>знания:</b> Знает принципы открытости и корпоративной социальной ответственности <b>умения:</b> Умеет применять принципы открытости и корпоративной социальной ответственности при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта <b>навыки:</b> Владеет принципами открытости и корпоративной социальной ответственности при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта
5. ПК-3 Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическим и требованиями разных типов СМИ и других медиа	ПК-3.1. Осуществляет редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта	<b>знания:</b> знает правила редактирования текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта <b>умения:</b> умеет осуществлять редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта <b>навыки:</b> владеет навыками редактирования текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта
	ПК-3.2. Контролирует соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала	<b>знания:</b> знает технологии редактирования текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта <b>умения:</b> умеет использовать технологии редактирования текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции

		коммуникационного продукта <b>навыки:</b> владеет навыками контроля на соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала
6. ПК-4 Способен применять результаты исследований для планирования рекламной или PRкампании при создании коммуникационного продукта	ПК-4.1. . Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	<b>знания:</b> Знает типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью <b>умения:</b> Умеет использовать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью <b>навыки:</b> Владеет навыками реализации типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью
	ПК-4.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	<b>знания:</b> Знает основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью <b>умения:</b> Умеет использовать основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью <b>навыки:</b> Владеет навыками подготовки основных документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью
	ПК-4.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PRкампании при создании коммуникационного продукта	<b>знания:</b> знает методики исследований для планирования рекламной или PRкампании при создании коммуникационного продукта <b>умения:</b> Умеет использовать результаты исследований для планирования рекламной или PRкампании при создании коммуникационного <b>навыки:</b> Владеет навыками использования результатов исследований для планирования рекламной или PRкампании при создании коммуникационного продукта

## Раздел 2. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Проведение практики осуществляется дискретно с выделенным периодом времени, стационарно

Практика направлена на формирование расширенных представлений о функционировании и развитии коммуникационных структур, получение разностороннего опыта работы в коллективе или в конкретном коммуникационном проекте.

Для продолжения формирования заявленных компетенций необходимы знания: Информационные технологии (УК-1); Учебная практика. Профессионально-ознакомительная практика (УК-1); Социология (УК-3); Копирайтинг: работа с рекламными текстами (ПК-1); Теория и практика медиакоммуникаций (ПК-1); Введение в профессиональную деятельность (ПК-2); Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации (ПК-2); Копирайтинг: работа с рекламными текстами (ПК-3); Теория и практика рекламы и связей с общественностью (ПК-4)

Данная практика является основой для продолжения формирования указанных компетенций в: Преддипломная практика (УК-1); Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы (УК-1); Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью (УК-1); Основы технологического предпринимательства (УК-1); Анализ целевых аудиторий в рекламе и связях с общественностью (УК-1); Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы (УК-3); Психология рекламы и связей с общественностью (УК-3); Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы (ПК-1); Организация и проведение коммуникационных компаний

(ПК-1); Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью (ПК-1); Технологии создания, продвижения и продажи рекламного продукта (ПК-1); Медиапланирование в рекламе и связях с общественностью (ПК-1); Анализ целевых аудиторий в рекламе и связях с общественностью (ПК-1); Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы (ПК-2); Менеджмент в рекламе и связях с общественностью (ПК-2); Психология рекламы и связей с общественностью (ПК-2); Особенности и проблемы профессиональной деятельности специалистов по связям с общественностью в регионе (ПК-2); Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы (ПК-3); Интегрированные коммуникации (ПК-3); Брэнддинг в рекламе и связях с общественностью (ПК-3); Брэнддинг в системе маркетинговой деятельности (ПК-3); Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы (ПК-4); Цифровые коммуникации в рекламе и связях с общественностью (ПК-4); Интегрированные коммуникации (ПК-4); Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью (ПК-4); Бизнес-планирование в рекламе и связях с общественностью (ПК-4); Технологии создания, продвижения и продажи рекламного продукта (ПК-4); Экономические основы рекламы и связей с общественностью (ПК-4); Имиджмейкерство в рекламе и связях с общественностью (ПК-4); Медиапланирование в рекламе и связях с общественностью (ПК-4); Анализ целевых аудиторий в рекламе и связях с общественностью (ПК-4)

### Раздел 3. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

№ п/п	Виды работ	
	Контактная работа	иные формы организации образовательной деятельности
1		Работа в конкретном коммуникационном проекте. Работа по формированию расширенных представлений о функционировании и развитии коммуникационных структур, получение разностороннего опыта работы в коллективе. (408 часов)
2		Дневник практики, отчет студента, отзыв работодателя о практике студента. (12 часа)
3		Анализ необходимого технического оборудования и программного обеспечения (12 часа)
Итого		432

### Раздел 4. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

#### 4.1. Учебно-методическое обеспечение

№№ п/п	Список используемой литературы	Количество экземпляров печатных изданий, имеющих в библиотеке, или электронный адрес издания (ресурса) в сети Интернет
<b>УЧЕБНЫЕ, УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ И НАУЧНЫЕ ИЗДАНИЯ</b>		
1	Вельская, Г. Г. Реклама социальных проектов [Электронный ресурс] : методическое пособие / Вельская Г. Г., Абаев А. Л. Москва: Дашков и К, 2019. - 94 с. ISBN	<a href="https://e.lanbook.com/book/173931">https://e.lanbook.com/book/173931</a>

	978-5-394-03771-9.	
2	Кузнецов, П. А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии [Электронный ресурс] : научное издание / П. А. Кузнецов. 2-е: Дашков и К, 2018. - 131 с. ISBN 978-5-394-02789-5.	<a href="https://e.lanbook.com/book/103778">https://e.lanbook.com/book/103778</a>
3	Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс] / Шарков Ф. И., Бузин В. Н. Москва: Дашков и К, 2017. - 488 с. ISBN 978-5-394-01185-6.	<a href="https://e.lanbook.com/book/93416">https://e.lanbook.com/book/93416</a>

#### 4.2. Материально-техническая база и программное обеспечение

№№ п/п	Аудитории для проведения учебных занятий, самостоятельной работы и проведения государственной итоговой аттестации	Перечень основного оборудования	Программное обеспечение
1.	430 (I)	Телевизор Samsung 21 K3 (1), Экран на штативе 180*180см (1), Комплект учебной мебели (1)	Microsoft Windows Enterprise, Справочная правовая система "Консультант Плюс", Microsoft Office Standard, Агент Dr.Web, Комплект ГАРАНТ-Мастер, Microsoft Access, Microsoft Visio Professional, Microsoft Project Professional, Microsoft Visual Studio Enterprise, Комплект ПО для решения основных пользовательских задач

Базой для проведения практики являются предприятия и организации:

ООО "Цитрус"

ООО "РИКЦ"

ООО «Медиа Траст Йошкар-Ола»

ООО ""Технотех"

#### Раздел 5. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Критерии оценивания компетенций направлены на:

- качественный уровень прохождения практики;
- инициативу обучающегося, проявленную в период прохождения практики;
- умение провести защиту выполненной работы.

#### 5.1. Текущий контроль успеваемости

В ходе прохождения практики проводится текущий контроль. В ходе текущего контроля проверяется соблюдение обучающимися правил внутреннего распорядка, качество и результаты работы, ход выполнения индивидуальных заданий по практике.

#### 5.2. Промежуточная аттестация обучающихся

Промежуточная аттестация по результатам прохождения практики проводится в соответствии с «Положением о практике обучающихся, осваивающих образовательные программы высшего образования в ФГБОУ ВО «ПГТУ» и «Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ПГТУ».

Промежуточная аттестация позволяет определить степень достижения запланированных результатов обучения в процессе прохождения практики и проводится по фонду оценочных средств в ходе защиты отчета, содержащего аттестационный лист с компетенциями, заполненный руководителем практики.

### Пример типовых контрольных вопросов

- 1 Полнота и правильность раскрытия темы
- 2 Логическое и последовательное изложение темы
- 3 Характер изложения материала
- 4 Стил ь и убедительность изложения
- 5 Умение укладываться в отведенное время
- 6 Темп речи
- 7 Использование специально подготовленных иллюстративных материалов
- 8 Уверенность и спокойствие выступающего
- 9 Грамотность, выразительность речи, дикция, жестикуляция
- 10 Общая манера поведения выступающего
- 11 Уровень обратной связи
12. Дайте характеристику организации, конкретного отдела (подразделения) и его основных функций, в которой вы проходили производственную практику.
13. Опишите направления деятельности организации, с которыми вы ознакомились в период практики
14. Проанализируйте коммуникативную политику организации
15. Опишите основные обязанности и решаемые профессиональные задачи, которые вы выполняли в период практики
16. Опишите знания и навыки, которые вы приобрели в период практики
17. Проанализируйте проблемы, с которыми вы столкнулись при выполнении заданий (если таковые имели место быть).

## Раздел 6. ПЕРЕУТВЕРЖДЕНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Программа переутверждена на заседании учебно-методической комиссии _____ (назв. факультета (института)) протокол № _____ от “ _____ ” _____ 20 _____ г.	Программа переутверждена на заседании кафедры _____ (название кафедры) протокол № _____ от “ _____ ” _____ 20 _____ г.
_____ (подпись, Ф.И.О. председателя)	_____ (подпись, Ф.И.О. зав. кафедрой )

## Аттестационный лист прохождения практики

(Заполненный аттестационный лист прилагается к отчету по практике)

Код и наименование компетенции	Критерии оценивания			
	не сформированы	сформированы частично	сформированы в достаточном объеме	сформированы полностью
1. ПК-1 Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций				
2. ПК-2 Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности				
3. ПК-3 Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа				
4. ПК-4 Способен применять результаты исследований для планирования рекламной или PRкампании при создании коммуникационного продукта				
5. УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач				
6. УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде				

*Примечание: Укажите уровень освоения каждой компетенции, который, на Ваш взгляд, проявил обучающийся в период прохождения практики*

Оценка результатов прохождения практики руководителем практики от организации, в которой проходила практика \_\_\_\_\_

Руководитель практики от организации, в которой проходила практика \_\_\_\_\_

(должность, Ф.И.О., подпись)

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.