

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))

01.03.2023 г.

ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

М.2.1.1 Производственная практика. Научно-исследовательская работа (рассредоточенная)

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

Направление подготовки  
(специальность)

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Квалификация выпускника

Магистр

(бакалавр/магистр/специалист)

Программа магистратуры

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

Курс 1, 2

Триместр 1, 2, 3, 4, 5, 6

Распределение учебного времени

Трудоемкость по учебному плану	23	зачетных единиц
Продолжительность	15 / 828	недель / часов
Практические занятия	52	часов
Иная контактная работа	6	часов
Всего контактной работы	58	часов
Иные формы организации ОД	770	часов
Дифференцированный зачет	1, 2, 3, 4, 5	триместр

(год)

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО направления подготовки (специальности) 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Программу составили:

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

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

Кафедра социальных наук и технологий

(наименование кафедры)	
02.02.2023 (дата)	протокол № 4

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: Михаил Ананьевич Винокуров, главный редактор газеты "Ваш новый день"

Рабочая программа проверена и зарегистрирована в УМЦ 06.03.2023 г.

Специалист учебно-методического центра СОГЛАСОВАНО /Т.А. Смирнова/

## 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. 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 особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	<b>знания:</b> Знать особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов <b>умения:</b> <b>навыки:</b>
	ОПК-1.2. Управляет процессом подготовки востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем	<b>знания:</b> знает процессы подготовки востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов <b>умения:</b> уметь управлять процессом подготовки востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем <b>навыки:</b> владеет навыками управления процессом подготовки востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов
2. 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. Выявляет причинноследственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов	<b>знания:</b> знает причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов <b>умения:</b> Уметь выявлять причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов <b>навыки:</b> владеет навыками выявления причинно-следственных связей 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	<b>знания:</b> знает основные тенденции развития общественных и государственных институтов <b>умения:</b> умеет анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов <b>навыки:</b> Владеть навыками анализа основных тенденций развития общественных и государственных институтов и использует результаты анализа при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
3. ОПК-3 Способен анализировать многообразие достижений отечественной и	ОПК-3.1. Знает этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса	<b>знания:</b> Знать этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса <b>умения:</b> <b>навыки:</b>
	ОПК-3.2. Анализирует и	<b>знания:</b> знает о достижениях отечественной и

мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	использует достижения отечественной и мировой культуры при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов	мировой культуры при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью <b>умения:</b> Уметь использовать достижения отечественной и мировой культуры при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью <b>навыки:</b> Владеть навыками анализа и достижения отечественной и мировой культуры при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов
4. 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. Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп	<b>знания:</b> знает технологии социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп <b>умения:</b> Уметь интерпретировать данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп <b>навыки:</b> владеет навыками социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп
	ОПК-4.2. Организует процесс изучения аудиторий и использует его результаты, выявленные данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке/реализации иных коммуникационных продуктов	<b>знания:</b> знает способы организации процесса изучения аудиторий и использования его результатов, выявленные данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке/реализации иных коммуникационных продуктов <b>умения:</b> умеет анализировать целевые аудитории и использовать результаты анализа, выявленные данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке/реализации иных коммуникационных продуктов <b>навыки:</b> Владеть навыками организации процесса изучения аудиторий и использования его результатов, выявленные данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке/реализации иных коммуникационных продуктов
5. 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	ОПК-5.1. Выявляет особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	<b>знания:</b> знает умеет особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях <b>умения:</b> умеет выявлять особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях <b>навыки:</b> владеет навыками анализа политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
	ОПК-5.2. При принятии профессиональных решений по подготовке	<b>знания:</b> знает тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира

ия, правовых и этических норм регулирования	текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов использует выявленные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира. Разрабатывает коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования	<b>умения:</b> умеет использовать выявленные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира при принятии профессиональных решений по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов <b>навыки:</b> владеет навыками разработки коммуникационных продуктов в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования.
6. ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6.1. Отслеживает глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности	<b>знания:</b> знает глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности <b>умения:</b> умеет отслеживать глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности <b>навыки:</b> владеет навыками отслеживания глобальных тенденций модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности
	ОПК-6.2. Отбирает и внедряет в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение	<b>знания:</b> знает способы отбора и внедрения в профессиональную деятельность современных технологий рекламы и связей с общественностью, цифровых инструментов, технических средств и программного обеспечения <b>умения:</b> умеет отбирать и внедрять в профессиональную деятельность современных технологий рекламы и связей с общественностью, цифровых инструментов, технических средств и программного обеспечения <b>навыки:</b> владеет навыками отбора и внедрения в профессиональную деятельность современных технологий рекламы и связей с общественностью, цифровых инструментов, технических средств и программного обеспечения
7. ОПК-7 Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в	ОПК-7.1. Знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции	<b>знания:</b> Знать закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности <b>умения:</b> <b>навыки:</b>

медиа сфере, следуя принципам социальной ответственности	ее социальной ответственности	
	ОПК-7.2. Осуществляет профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений. Применяет при разработке и реализации коммуникационного продукта принципы социальной ответственности	<p><b>знания:</b> знает методики оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений.</p> <p><b>умения:</b> умеет применять при разработке и реализации коммуникационного продукта принципы социальной ответственности</p> <p><b>навыки:</b> владеет навыками оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений.</p>

## Раздел 2. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Проведение практики осуществляется стационарно, дискретно с выделенным периодом времени

Практика направлена на формирование у обучающихся расширенных представлений о концептуальном содержании и организации современных коммуникационных. Для продолжения формирования заявленных компетенций необходимы знания: Иностранный язык в профессиональной деятельности (ОПК-1); Разработка и продвижение контента (ОПК-1); Этические и правовые стандарты в рекламной деятельности (ОПК-5); Технология и практика копирайтинга (ОПК-6); Этические и правовые стандарты в рекламной деятельности (ОПК-7); Исследование целевых аудиторий (ОПК-2); Исследование целевых аудиторий (ОПК-2); Реклама в мировой культуре и искусстве (ОПК-3); Реклама в мировой культуре и искусстве (ОПК-3); Исследование целевых аудиторий (ОПК-4); Прогнозирование, проектирование и моделирование в рекламе (ОПК-4); Исследование целевых аудиторий (ОПК-4); Прогнозирование, проектирование и моделирование в рекламе (ОПК-4)

Данная практика является основой для продолжения формирования указанных компетенций в: Выполнение и защита выпускной квалификационной работы (ОПК-1); Производственная практика. Профессионально-творческая практика (ОПК-1); Информационно-коммуникационные технологии в рекламе и связях с общественностью (ОПК-1); Исследование целевых аудиторий (ОПК-2); Выполнение и защита выпускной квалификационной работы (ОПК-2); Выполнение и защита выпускной квалификационной работы (ОПК-3); Реклама в мировой культуре и искусстве (ОПК-3); Этические и правовые стандарты в рекламной деятельности (ОПК-5); Выполнение и защита выпускной квалификационной работы (ОПК-5); Выполнение и защита выпускной квалификационной работы (ОПК-6); Прогнозирование, проектирование и моделирование в рекламе (ОПК-7); Этические и правовые стандарты в рекламной деятельности (ОПК-7); Выполнение и защита выпускной квалификационной работы (ОПК-7); Производственная практика. Научно-производственная практика (ОПК-1); Производственная практика. Научно-производственная практика (ОПК-2); Производственная практика. Научно-производственная практика (ОПК-2); Производственная практика. Научно-производственная практика (ОПК-2); Производственная практика. Научно-производственная практика (ОПК-2); Производственная практика. Научно-производственная практика (ОПК-4); Производственная практика. Профессионально-творческая практика (ОПК-4); Производственная практика. Профессионально-творческая практика (ОПК-4); Выполнение и защита выпускной квалификационной работы (ОПК-4); Исследование целевых аудиторий (ОПК-4); Прогнозирование, проектирование и моделирование в рекламе (ОПК-4);

Производственная практика. Научно-производственная практика (ОПК-4); Выполнение и защита выпускной квалификационной работы (ОПК-4); Производственная практика. Научно-производственная практика (ОПК-5); Производственная практика. Профессионально-творческая практика (ОПК-5); Производственная практика. Научно-производственная практика (ОПК-5); Производственная практика. Научно-производственная практика (ОПК-7); Производственная практика. Профессионально-творческая практика (ОПК-7); Производственная практика. Научно-производственная практика (ОПК-7); Производственная практика. Профессионально-творческая практика

### Раздел 3. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

№ п/п	Виды работ	
	Контактная работа	иные формы организации образовательной деятельности
1	Дневник практики, отчет студента, отзыв работодателя о практике студента. (52 часа)	Принять участие в работе над конкретным исследовательским проектом и решают задачи, применяя методику и инструментарий (770 часа)
2	Контактная работа. Зачет (6 часов)	
3	Иная контактная работа: балльно-рейтинговый контроль, зачет (6 часов)	
Итого	64	770

### 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	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>
2	Шевченко, Д. А. Интегрированные коммуникации [Электронный ресурс] : энциклопедия / Д. А. Шевченко. Москва: Дашков и К, 2019. - 298 с. ISBN 978-5-394-03261-5.	<a href="https://e.lanbook.com/book/119250">https://e.lanbook.com/book/119250</a>
3	Евстафьев, В. А. Организация и практика работы рекламного агентства [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / В. А. Евстафьев, А. В. Молин. Москва: Дашков и К, 2016. - 512 с. ISBN 978-5-394-02549-5.	<a href="http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=70661">http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=70661</a>
<b>ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ БАЗЫ ДАННЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ</b>		
1	Справочно-правовая система Консультант+	<a href="http://www.consultant.ru">http://www.consultant.ru</a>
2	Информационно-правовой портал Гарант	<a href="http://www.garant.ru">http://www.garant.ru</a>
3	Профессиональные справочные системы Техэксперт	<a href="http://www.cntd.ru">http://www.cntd.ru</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, Microsoft Office Standard, Агент Dr.Web, 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:  
ФГБОУ ВО "ПГТУ" кафедра социальных наук и технологий

## 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

Дайте определение термину «научное направление».

2 Что является структурными единицами научного направления?

3 Перечислите этапы постановки (выбора) проблемы и темы.

4 Цель составления технико-экономического обоснования на проведение НИР.

5 Что включает методологический раздел рабочей программы научно-исследовательской



работы?

6. Дайте определение терминам «естественный эксперимент», «искусственный эксперимент», «лабораторный эксперимент».
7. Что разрабатывают при планировании и определяют при проведении эксперимента?
8. Какие критерии качества необходимо знать для успешного выполнения измерений?
9. Перечислите показатели качества измерений.
10. Основные принципы и методы устранения систематических и случайных погрешностей.

## 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. 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				
2. 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				
3. ОПК-3 Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов				
4. ОПК-4 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты				
5. 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				
6. ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии				
7. ОПК-7 Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя				

принципам социальной ответственности				
---	--	--	--	--

*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.