

**РП СФОРМИРОВАНА,  
СОГЛАСОВАНА  
И УТВЕРЖДЕНА В ЭИОС**

11.03.2024 г.

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

Курс	1
Триместр	3

Трудоёмкость по учебному плану	3	зачетных единиц
Продолжительность	2 / 108	недель / часов
Практические занятия	6	часов
Иная контактная работа	6	часов
Всего контактной работы	12	часов
Иные формы организации ОД	96	часов
Дифференцированный зачет	-	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)		
16.02.2024 (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 12.03.2024 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	<b>знания:</b> знает методики оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений. <b>умения:</b> умеет применять при разработке и реализации коммуникационного продукта принципы социальной ответственности <b>навыки:</b> владеет навыками оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений.

## Раздел 2. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Проведение практики осуществляется стационарно, дискретно с выделенным периодом времени

Практика направлена на формирование у обучающихся углубленных представлений о конкретных творческих и(или) управленческих аспектах функционирования современных предприятий и подразделений индустрии рекламы и связей с общественностью, получение соответствующего специального опыта работы в профессиональном коллективе или в конкретном коммуникационном проекте.

Для продолжения формирования заявленных компетенций необходимы знания: Иностранный язык в профессиональной деятельности (ОПК-1); Разработка и продвижение контента (ОПК-1); Производственная практика. Научно-исследовательская работа (рассредоточенная) (ОПК-1); Производственная практика. Научно-исследовательская работа (рассредоточенная) (ОПК-2); Производственная практика. Научно-исследовательская работа (рассредоточенная) (ОПК-3); Производственная практика. Научно-исследовательская работа (рассредоточенная) (ОПК-4); Этические и правовые стандарты в рекламной деятельности (ОПК-5); Производственная практика. Научно-исследовательская работа (рассредоточенная) (ОПК-5); Технология и практика копирайтинга (ОПК-6); Производственная практика. Научно-исследовательская работа (рассредоточенная) (ОПК-6); Этические и правовые стандарты в рекламной деятельности (ОПК-7); Производственная практика. Научно-исследовательская работа (рассредоточенная) (ОПК-7)

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

исследовательская работа (рассредоточенная) (ОПК-5); Выполнение и защита выпускной квалификационной работы (ОПК-6); Производственная практика. Научно-исследовательская работа (рассредоточенная) (ОПК-6); Этические и правовые стандарты в рекламной деятельности (ОПК-7); Прогнозирование, проектирование и моделирование в рекламе (ОПК-7); Выполнение и защита выпускной квалификационной работы (ОПК-7); Производственная практика. Научно-исследовательская работа (рассредоточенная) (ОПК-7)

### 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. (6 часов)	Работа в коммуникационных подразделениях компаний, рекламных и PR-агентствах, а также в смежных организациях коммуникационной сферы (96 часов)
2	Зачет (6 часов)	
3	Иная контактная работа: балльно-рейтинговый контроль (6 часов)	
Итого	18	96

### 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	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>
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	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>
<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, 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:

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

1. Дайте характеристику организации, конкретного отдела (подразделения) и его основных функций, в которой вы проходили производственную практику.
2. Опишите направления деятельности организации, с которыми вы ознакомились в период



практики

3. Проанализируйте коммуникативную политику организации
4. Опишите основные обязанности и решаемые профессиональные задачи, которые вы выполняли в период практики
5. Опишите знания и навыки, которые вы приобрели в период практики
6. 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. 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.