

**Министерство науки и высшего образования РФ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Национальный исследовательский университет «МЭИ»**

---

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Наименование образовательной программы: Дизайн в рекламе

Уровень образования: высшее образование - бакалавриат

Форма обучения: заочная

**Рабочая программа практики**

**Производственная практика: проектная практика**

<b>Блок:</b>	<b>Блок 2 «Практики»</b>
<b>Часть образовательной программы:</b>	<b>Обязательная</b>
<b>Индекс практики по учебному плану:</b>	<b>Б2.О.03</b>
<b>Трудоемкость в зачетных единицах:</b>	<b>семестр 8 - 6</b>
<b>Часов (всего) по учебному плану:</b>	<b>216</b>
<b>Контактная работа по практике</b>	<b>семестр 8 - 108 часов</b>
<b>Иные формы работы по практике</b>	<b>семестр 8 - 107,5 часа</b>
<b>Промежуточная аттестация</b> <i>Зачет с оценкой</i>	<b>семестр 8 - 0,5 часа</b>

**ПРОГРАММУ СОСТАВИЛ:**

Разработчик

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Кислицын К.Н.
	Идентификатор	Rc424aed7-KislitsynKN-69da3f0e

К.Н. Кислицын

**СОГЛАСОВАНО:**

Руководитель  
образовательной  
программы

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Вовк М.В.
	Идентификатор	R26eeae99-VovkMV-a261481b

М.В. Вовк

Заведующий  
выпускающей кафедрой

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Гаврилова Ю.В.
	Идентификатор	R87aa858f-GavrilovaYV-cb2050d5

Ю.В.  
Гаврилова

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПРАКТИКИ

**Цель практики** – Знакомство с практической деятельностью рекламных агентств и PR-компаний, отделов рекламы и PR-отделов, и на этой основе получение первичных навыков осуществления практической профессиональной деятельности..

### **Задачи практики:**

- Применение теоретических знаний, полученных в ходе освоения образовательной программы в решении практических задач;
- Развитие практических навыков на основе приобретения практического опыта;
- Развитие полученных компетенций и навыков практической работы;
- Сбор, обобщение и анализ полученных в ходе практики материалов для подготовки отчета по практике.

Формируемые у обучающегося **компетенции** и запланированные **результаты обучения** по практике, соотнесенные с **индикаторами достижения компетенций**:

<b>Код и наименование компетенции</b>	<b>Код и наименование индикатора достижения компетенции</b>	<b>Запланированные результаты обучения</b>
УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	ИД-1 <sub>УК-4</sub> Демонстрирует умение вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке	знать: - Основы производственного процесса создания медиаконтента.
ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ИД-3 <sub>ОПК-1</sub> Демонстрирует понимание необходимости создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов в конкретный период времени и в конкретной ситуации	знать: - Требования к проведению исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта.
ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных	ИД-1 <sub>ОПК-2</sub> Демонстрирует понимание тенденций развития общественных и	знать: - Основные направления рекламной деятельности.

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения
и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	государственных институтов	
	ИД-2опк-2 Применяет знания тенденций развития общественных и государственных институтов в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов	знать: - Базисные концепции, системы и технологии осуществления рекламной и PR деятельности.
	ИД-3опк-2 Применяет знания тенденций развития общественных и государственных институтов в процессе создания коммуникационных продуктов.	знать: - Правила адаптации медиаконтента под конкретную платформу.
ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ИД-1опк-3 Демонстрирует знания достижений отечественной и мировой культуры	знать: - Основные способы распространения медиаконтента.
	ИД-2опк-3 Использует достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов	знать: - Отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.
	ИД-3опк-3 Использует достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания коммуникационных продуктов	знать: - Систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития.
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной	ИД-1опк-4 Демонстрирует знания потребностей аудитории в продуктах профессиональной деятельности	знать: - Соотношение социологических данных с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп.

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения
деятельности	ИД-2 <sub>ОПК-4</sub> Демонстрирует знание характеристик целевой аудитории в различных сферах применения технологий связей с общественностью.	знать: - Тенденции в сфере отечественного и мирового культурного процесса.
	ИД-3 <sub>ОПК-4</sub> Демонстрирует умения по составлению корректных ответов на запросы общественности, поступающие в коммерческие и некоммерческие организации, а также в органы власти с учетом специфики их деятельности	уметь: - Структурировать полученную информацию.
ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ИД-1 <sub>ОПК-5</sub> Демонстрирует знания тенденций развития медиакоммуникационных систем различного уровня.	уметь: - Навыком применения инструментов трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде..
	ИД-2 <sub>ОПК-5</sub> Применяет знания политических и экономических механизмов функционирования медиакоммуникационных систем различного уровня в процессе выполнения профессиональных задач	уметь: - Навыком применения современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
	ИД-3 <sub>ОПК-5</sub> Демонстрирует знания норм профессиональной этики в процессе конструирования элементов медиакоммуникационных систем различного уровня.	уметь: - Навыком осуществления подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения
ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ИД-1 <sub>ОПК-6</sub> Демонстрирует знания информационно-коммуникационных технологий, используемых в PR-деятельности	иных знаковых систем. уметь: - Навыком взаимодействия с другими членами команды для достижения поставленной задачи;.
	ИД-2 <sub>ОПК-6</sub> Применяет навыки использования современных технических средств в процессе разработки элементов коммуникационных кампаний	уметь: - Способностью соблюдать требования охраны труда и техники безопасности.
ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ИД-1 <sub>ОПК-7</sub> Демонстрирует навыки оценки эффектов каждого этапа коммуникационной кампании	уметь: - Навыком участия в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.
	ИД-2 <sub>ОПК-7</sub> Демонстрирует знания принципов социальной ответственности в процессе разработки каждого этапа коммуникационной кампании в различных сферах профессиональной деятельности	уметь: - Осуществлять подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем;.
ПК-1 Способен разрабатывать и выбирать оптимальную коммуникационную стратегию и организовывать процесс создания и внедрения дизайн-проектов	ИД-1 <sub>ПК-1</sub> Применяет навыки по проектированию основных этапов коммуникационной стратегии	уметь: - Учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов;.

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения
рекламной продукции на различных стадиях ее реализации	ИД-2пк-1 Демонстрирует навыки создания дизайн-проектов рекламной продукции	<p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Учитывать достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов;</li> </ul>
	ИД-3пк-1 Демонстрирует способности к организации внедрения дизайн-проекта рекламной продукции на различных стадиях реализации коммуникационной стратегии	<p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов..</li> </ul>

## 2. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВО

Практика относится к части - "Обязательная", блока - "Практики", основной профессиональной образовательной программы (далее – образовательной программы) бакалавриата «Дизайн в рекламе» направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

## 3. МЕСТО И ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Практика проводится в 8 семестре.

По способу проведения практика может относиться к стационарной и (или) выездной, что определяется местом ее прохождения.

Практика проводится в организации, осуществляющей деятельность по направленности (профилю) образовательной программы (далее – профильная организация), и (или) непосредственно в структурном подразделении ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ» (далее – МЭИ).

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов место прохождения практики учитывает особенности их психофизического развития, индивидуальные возможности, состояние здоровья и требования по доступности.

## 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Общая трудоемкость производственной практики составляет 6 зачетных единиц, 216 академических часов.

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Трудоемкость, ак. часов	
		Контактная работа	Иная форма работы
<b>Семестр 8</b>			
<b>1</b>	<b>Подготовительный этап</b>	<b>36</b>	<b>34</b>
1.1	Выдача задания по практике	18	17
1.2	Инструктаж по технике безопасности	18	17
<b>2</b>	<b>Основной этап</b>	<b>36</b>	<b>35</b>
2.1	Знакомство с базой производственной практики	18	17
2.2	Выполнение индивидуального задания	18	18
<b>3</b>	<b>Отчетный этап</b>	<b>36</b>	<b>36</b>
3.1	Сдача отчета и получение допуска к промежуточной аттестации	18	18
3.2	Промежуточная аттестация по практике	18	18
<b>4</b>	<b>Формы контроля</b>	<b>0,5</b>	<b>2,5</b>
4.1	Зачет с оценкой	0,5	2,5
<b>Итого за 8 семестр:</b>		<b>108,5</b>	<b>107,5</b>



№ п/п	Разделы (этапы) практики	Трудоемкость, ак. часов	
		Контактная работа	Иная форма работы
	<b>Всего:</b>	<b>108,5</b>	<b>107,5</b>

## 5. ТИПОВОЕ ЗАДАНИЕ НА ПРАКТИКУ

1. – описать структуру рекламного отдела/подразделения по связям с общественностью предприятия/организации, в которой проходит практика и режим его работы (служебные телефоны, должности, приемные часы);

– охарактеризовать специализацию сотрудников отдела рекламы/PR

– описать приоритеты формы работы данного предприятия с рекламными/PR агентствами и иными подрядчиками в сфере профессиональной деятельности

– подготовить самостоятельно рекламный/PR продукт:

видеоролик;

аудиоролик;

макет рекламы;

листовку;

объявление;

пресс-релиз;

статью.

– представить на защите практики презентацию разработанного проекта:

- презентация слайд-шоу – минимум 10 слайдов;

- видеопрезентация – минимум 1,5 минуты.

Отчет по практике оформляется в печатном и электронном виде

## 6. ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ПРАКТИКЕ

**Форма промежуточной аттестации в 8 семестре: зачет с оценкой**

По результатам практики выставляется:

– оценка 5 («отлично») - • студентом достигнуты все основные цели и задачи, поставленные перед ним в ходе практики; • студент выполнил индивидуальное задание, данное научным руководителем ВКР; • студент выполнил план практики и все общие задания по практике; • студент подошел творчески к выполнению заданий; • студент предоставил полную отчетную документацию по данным заданиям, не имеет замечаний в их выполнении; • руководитель практики от организации оценил практическую деятельность студента на «отлично»; • студент сдал вовремя дневник-отчет по практике.;

– оценка 4 («хорошо») - • студентом достигнуты основные цели и задачи, поставленные перед ним в ходе практики; • студент выполнил индивидуальное задание, данное научным руководителем ВКР, но имеет небольшие недоработки и замечания в его выполнении; • студент выполнил план и общие задания по практике, но имеет небольшие недоработки и замечания в их выполнении; • руководитель практики от организации оценил практическую деятельность студента на «хорошо»; • студент сдал не вовремя дневник-отчет по практике.;

– оценка 3 («удовлетворительно») - • студентом достигнуты не все основные цели и задачи, поставленные перед ним в ходе практики; • студент частично выполнил план; • студент выполнил частично (70 %) индивидуальное задание, данное научным руководителем ВКР, и имеет значительные недоработки и замечания в его выполнении; • студент выполнил не все общие задания (отчитался по 70 % заданий) и имеет значительные недоработки и замечания в их выполнении; • студент не вовремя вышел на практику (с задержкой на 1

неделю); • руководитель практики от организации оценил практическую деятельность студента на «удовлетворительно»; • студент сдал не вовремя дневник-отчет по практике;  
 – оценка 2 («неудовлетворительно») - • студентом достигнуты не все цели и задачи, поставленные перед ним в ходе практики; • студент выполнил наполовину (меньше 70 %) индивидуальное задание, данное научным руководителем ВКР, и имеет значительные недоработки и замечания в его выполнении; • студент выполнил не все общие задания (отчитался по 50 % заданий) и имеет значительные недоработки и замечания в их выполнении; • студент не вовремя вышел на практику (с задержкой на 1 неделю) или не выходил на практику вообще; • студент не вовремя сдал дневник-отчет по практике; • руководитель практики от организации оценил практическую деятельность студента на «неудовлетворительно»;

При выставлении оценки за производственную практику учитываются следующие факторы: 1. достижение основных целей и задач, поставленных перед прохождением практики; 2. качество выполнения индивидуального задания практики, на основе которого разрабатывается дипломный проект или практическая часть ВКР (главный критерий); 3. качество выполнения общих заданий практики: • творчество; • профессиональный анализ; • рефлексия. 4. качество отчетной документации; 5. выполнение обязанностей практиканта. При этом решающим является мнение руководителя практики студента от принимающей стороны..

В приложение к диплому выносится оценка за 8 семестр.

**Примечание:** оценочные материалы по практике приведены в фонде оценочных материалов ОПОП.

## **7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ**

Архив и научно-техническая библиотека профильной организации.

Материалы, полученные во время прохождения практики.

При прохождении практики в МЭИ – НТБ МЭИ и электронные библиотечные системы.

### **7.1 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:**

1. Office / Российский пакет офисных программ
2. Windows / Операционная система семейства Linux
3. Майнд Видеоконференции

### **7.2 Интернет-ресурсы, включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:**

1. ЭБС "Университетская библиотека онлайн" - [http://biblioclub.ru/index.php?page=main\\_ub\\_red](http://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red)
2. База данных Web of Science - <http://webofscience.com/>
3. База данных Scopus - <http://www.scopus.com>
4. Электронная открытая база данных "Polpred.com Обзор СМИ" - <https://www.polpred.com>

## **8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ**

Профильная организация и (или) структурное подразделение МЭИ.

Плановые характеристики помещений указаны в таблице.

Тип помещения	Номер аудитории,	Оснащение
---------------	------------------	-----------

	<b>наименование</b>	
Помещения для самостоятельной работы	НТБ-303, Компьютерный читальный зал	стол компьютерный, стол письменный, стул, принтер, кондиционер, вешалка для одежды, светильник потолочный с диодными лампами, компьютерная сеть с выходом в Интернет, компьютер персональный
Учебные аудитории для проведения промежуточной аттестации	М-907, Учебная аудитория	вешалка для одежды, доска интерактивная, доска маркерная, светильник потолочный с люминесцентными лампами, сетевая розетка, стул, парта, электрические розетки, компьютерная сеть с выходом в Интернет
Помещения для консультирования	М-909, Помещение кафедры «РСиЛ»	кресло рабочее, рабочее место сотрудника, шкаф для одежды, стенд информационный, компьютерная сеть с выходом в Интернет, светильник потолочный с люминесцентными лампами, электрические розетки, принтер, сетевая розетка, стол для работы с документами, стол, тумба, шкаф для документов, стул, шкаф, компьютер персональный
Помещения для хранения оборудования и учебного инвентаря	М-901а, Архивное помещение ГПИ	кресло рабочее, стул, светильник потолочный с люминесцентными лампами, электрические розетки, сетевая розетка, стеллаж для хранения книг, книги, учебники, пособия, инвентарь учебный, архивные документы

**БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СТРУКТУРА ПРАКТИКИ**

**Производственная практика: проектная практика**

**8 семестр**

**Перечень контрольных мероприятий текущего контроля успеваемости:**

- КМ-1 Своевременность получения задания и начала его выполнения
- КМ-2 Равномерность работы в течение практики
- КМ-3 Выполнение задания на практику в полном объеме
- КМ-4 Качество оформления отчетной документации

**Вид промежуточной аттестации – зачет с оценкой**

Трудоемкость практики - 6 з.е.

Раздел дисциплины	Веса контрольных мероприятий, %				
	Индекс КМ:	КМ-1	КМ-2	КМ-3	КМ-4
	Срок КМ:	4	8	12	15
Текущий контроль прохождения практики		+	+	+	+
	Вес КМ:	15	25	25	35