

**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: Реклама и связи с общественностью

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>Часть, формируемая участниками образовательных отношений</b>
<b>Индекс практики по учебному плану:</b>	<b>Б2.Ч.01</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>Иная форма работы по практике</b>	<b>семестр 8 - 107,5 часа</b>
<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>семестр 8 - 0,5 часа</b>

**ПРОГРАММУ СОСТАВИЛ:**

Преподаватель

(должность)

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

(подпись)

К.Н.  
Кислицын

(расшифровка  
подписи)

**СОГЛАСОВАНО:**

Руководитель  
образовательной  
программы

(должность, ученая степень, ученое  
звание)

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

(подпись)

М.В. Вовк

(расшифровка  
подписи)

Заведующий  
выпускающей кафедры

(должность, ученая степень, ученое  
звание)

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

(подпись)

Ю.В.  
Гаврилова

(расшифровка  
подписи)

## 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 и государственных институтов для их разностороннего освещения в	ИД-1 <sub>ОПК-2</sub> Демонстрирует понимание тенденций развития общественных и государственных институтов	знать: - Основные направления рекламной деятельности.
	ИД-2 <sub>ОПК-2</sub> Применяет знания	знать:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения
создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	тенденций развития общественных и государственных институтов в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов	- 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 деятельности	ИД-1опк-4 Демонстрирует знания потребностей аудитории в продуктах профессиональной деятельности	знать: - Соотношение социологических данных с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп.
	ИД-2опк-4 Демонстрирует знание характеристик целевой аудитории в различных сферах применения технологий связей с общественностью.	знать: - Тенденции в сфере отечественного и мирового культурного процесса.

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения
	ИД-3опк-4 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-1опк-5 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-2опк-5 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-3опк-5 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 иных знаковых систем.
ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ИД-1опк-6 Демонстрирует знания информационно-коммуникационных технологий, используемых в PR-деятельности	уметь: - Навыком взаимодействия с другими членами команды для достижения поставленной задачи;.
	ИД-2опк-6 Применяет навыки	уметь:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения
	использования современных технических средств в процессе разработки элементов коммуникационных кампаний	- 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 продвижение коммуникационного продукта в процессе ее реализации	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;.
	ИД-2 <sub>ПК-1</sub> Демонстрирует способности выбирать оптимальную коммуникационную стратегию	уметь: - 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;.
	ИД-3 <sub>ПК-1</sub> Применяет навыки организации системы продвижения	уметь: - Использовать основные инструменты поиска

<b>Код и наименование компетенции</b>	<b>Код и наименование индикатора достижения компетенции</b>	<b>Запланированные результаты обучения</b>
	коммуникационного продукта в рамках выбранной коммуникационной стратегии	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..

## 2. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВО

Практика относится к части - "Часть, формируемая участниками образовательных отношений", блока - "Практики", основной профессиональной образовательной программы (далее – образовательной программы) бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

## 3. МЕСТО И ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Практика проводится в 8 семестре. Практика может проводиться на предприятиях отрасли или на кафедрах и в лабораториях МЭИ.

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).

Примерный список предприятий для прохождения практики представлен в таблице.

Наименование организации - места проведения практики	Адрес проведения практики
НИУ "МЭИ"	Москва, ул. Красноказарменная, 14

Перечень мест проведения практики может быть расширен на основании заключения дополнительных рамочных или персонифицированных договоров на проведения практики.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья выбор мест прохождения практик должен учитывать состояние здоровья и требования по доступности.

## 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

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

Практика реализуется в форме практической подготовки.

№ 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



№ п/п	Разделы (этапы) практики	Трудоемкость, ак. часов	
		Контактная работа	Иная форма работы
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>
	<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 практике презентацию разработанного проекта: • презентация слайд-шоу – минимум 10 слайдов; • видеопрезентация – минимум 1,5 минуты.

Дневник практики ведется в соответствии с графиком прохождения практики и оформляется в печатном и электронном виде

Отчет по практике оформляется в печатном и электронном виде

## 6. ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ПРАКТИКЕ

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

Промежуточная аттестация проводится в соответствии с положением о промежуточной аттестации ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ».

К промежуточной аттестации допускаются студенты, предоставившие комплект документов по результатам практики, проверенный, руководителем практики от МЭИ.

Оценку выставляет комиссия по результатам защиты отчета по практике.

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.

К защите отчета допускаются обучающиеся, получившие положительную оценку по каждому пункту текущего контроля по практике.

На защите отчета по результатам прохождения практики обучающемуся задаются теоретические и практические вопросы по представленному отчету и презентации.

По результатам защиты отчета выставляется зачетная составляющая оценки по практике:

– оценка 5 - • 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 - • 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 - • 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 - • 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»;

В диплом выставляется оценка за 8 семестр.

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

### **7.1 Печатные и электронные издания:**

1. Блум, М. А. Маркетинг рекламы : учебное пособие для среднего профессионального образования / М. А. Блум, Б. И. Герасимов, Н. В. Молоткова . – М. : Форум, 2011 . – 144 с. – (Профессиональное образование) . - ISBN 978-5-91134-264-7 .

2. Бортник, Е. М. Управление связями с общественностью : Учебное пособие по специальностям "Менеджмент организации", "Антикризисное управление", "Государственное и муниципальное регулирование", "Маркетинг", "Управление персоналом", "Экономика" / Е. М. Бортник, Э. М. Коротков, А. Ю. Никитаева ; Ред. Э. М. Коротков . – М. : ФБК-ПРЕСС, 2002 . – 128 с. - ISBN 5-88103-080-X .

3. А. Г. Милюкова- "Теория и практика связей с общественностью и рекламы (внутрикорпоративный PR)", Издательство: "Алтайский государственный университет", Барнаул, 2020 - (196 с.)

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

1. Office / Российский пакет офисных программ

2. Windows / Операционная система семейства Linux

3. Майнд Видеоконференции

### 7.3 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

В качестве материально-технического обеспечения практики используются оснащённые помещения МЭИ и помещения, находящиеся на местах прохождения практики.

Фактически используемые аудитории могут меняться в соответствии с расписанием занятий. Плановые характеристики помещений указаны в таблице.

Тип помещения	Номер аудитории, наименование	Оснащение
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

**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 - 216 з.е.

Номер раздела	Раздел	Индекс КМ:	КМ-1	КМ-2	КМ-3	КМ-4
		Неделя КМ:	4 нед.	8 нед.	12 нед.	15 нед.
1	Выдача задания по практике		+			
2	Инструктаж по технике безопасности		+			
3	Знакомство с базой производственной практики			+	+	+
4	Выполнение индивидуального задания			+	+	+
5	Сдача отчета и получение допуска к промежуточной аттестации		+			+
6	Промежуточная аттестация по практике		+			
Вес КМ, %:			15	25	25	35