

МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»

УТВЕРЖДАЮ:

Директор ИЭФ



Ю.И. Соколов



«16» сентября 2020 г.

Кафедра: «Экономика и управление на транспорте»  
Авторы: Карпычева Марина Вячеславовна, кандидат экономических наук, доцент

**ПРОГРАММА ПРАКТИКИ**

**Преддипломная практика**

Направление подготовки:	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль:	Реклама и связи с общественностью в отрасли
Квалификация выпускника:	Бакалавр
Форма обучения:	Очная
Год начала обучения:	2020

<p>Одобрено на заседании Учебно-методической комиссии</p> <p>Протокол № 1 «31» августа 2020 г. Председатель учебно-методической комиссии  М.В. Ишханян</p>	<p>Одобрено на заседании кафедры</p> <p>Протокол № 1 «31» августа 2020 г. Заведующий кафедрой  Н.П. Терешина</p>
---	--

Рабочая программа практики в виде электронного документа выгружена из единой корпоративной информационной системы управления университетом и соответствует оригиналу

Простая электронная подпись, выданная РУТ (МИИТ)  
ID подписи: 2575  
Подписал: Заведующий кафедрой Терешина Наталья Петровна  
Дата: 31.08.2020

## **1. Цели практики**

Целями производственной практики (преддипломная практика) – далее преддипломная практика являются:

- приобретение способности осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач;
- приобретение способности использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии;
- приобретение способности участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий;
- приобретение способности применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта.

Преддипломная практика предназначена для подготовки выпускников к решению задач профессиональной деятельности организационного и маркетингового типа.

## **2. Задачи практики**

Задачами преддипломной практики являются:

- закрепление теоретических и практических знаний, полученных в процессе обучения;
- приобретение практических профессиональных навыков и компетенций, опыта самостоятельной профессиональной деятельности;
- изучение опыта проведения коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий в организации, особенностей и направлений совершенствования технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта;
- выполнение индивидуального задания по практике, представляющего собой самостоятельное исследование в рамках избранной темы выпускной квалификационной работы;
- сбор, обобщение, анализ и систематизация материалов, необходимые для написания отчета по практике и выпускной квалификационной работы и т.д.

## **3. Место практики в структуре ОП ВО**

Преддипломная практика относится к блоку Б2 «Практика» Обязательной части учебного плана, код Б2.О.02(П) «Преддипломная практика».

Для прохождения данной практики необходимы следующие знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами курса, в том числе:

- Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности. Индикаторы достижения компетенций:

УК-2.1. Определяет круг задач в рамках поставленной цели, определяет связи между ними

УК-2.2. Предлагает способы решения поставленных задач и ожидаемые

результаты; оценивает предложенные способы с точки зрения соответствия цели проекта

УК-2.3. Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм

УК-2.4. Выполняет задачи в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости корректирует способы решения задач

УК-2.5. Представляет результаты проекта, предлагает возможности их использования и/или совершенствования

ПКС-1.1. Выполняет изучение ситуации в организации и ее окружении, целевых аудиторий, особенностей их поведения и восприятия

ПКС-1.2. Учитывает при выборе формы и содержания рекламы и PR социально-экономические механизмы их влияния на деятельность организации и отрасли

ПКС-1.3. Осуществляет планирование и управление программами рекламы и PR при создании и реализации планов развития бизнеса

ПКС-1.4. Способен применять в профессиональной деятельности базовые решения с использованием средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций в рекламе и связях с общественностью.

- Эффективность рекламной и PR деятельности. Индикаторы достижения компетенций:

УК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие;

УК-1.2. Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи;

УК-1.3. Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов;

УК-1.4. При обработке информации отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок, формирует собственные мнения и суждения, аргументирует свои выводы и точку зрения,

УК-1.5. Рассматривает и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки.

ПКС-1.1. Выполняет изучение ситуации в организации и ее окружении, целевых аудиторий, особенностей их поведения и восприятия

ПКС-1.2. Учитывает при выборе формы и содержания рекламы и PR социально-экономические механизмы их влияния на деятельность организации и отрасли

ПКС-1.3. Осуществляет планирование и управление программами рекламы и PR при создании и реализации планов развития бизнеса

ПКС-1.4. Способен применять в профессиональной деятельности базовые решения с использованием средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций в рекламе и связях с общественностью.

- Маркетинговые исследования. Индикаторы достижения компетенций:

УК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие;

УК-1.2. Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи;

УК-1.3. Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов;

УК-1.4. При обработке информации отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок, формирует собственные мнения и суждения, аргументирует свои выводы и точку зрения,

УК-1.5. Рассматривает и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки.

ПКС-1.1. Выполняет изучение ситуации в организации и ее окружении, целевых аудиторий, особенностей их поведения и восприятия

ПКС-1.2. Учитывает при выборе формы и содержания рекламы и PR социально-экономические механизмы их влияния на деятельность организации и отрасли

ПКС-1.3. Осуществляет планирование и управление программами рекламы и PR при создании и реализации планов развития бизнеса

ПКС-1.4. Способен применять в профессиональной деятельности базовые решения с использованием средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций в рекламе и связях с общественностью.

Получаемые знания, умения и навыки требуются при выполнении выпускной квалификационной работы.

#### **4. Тип практики, формы и способы ее проведения**

Тип практики: преддипломная практика.

Форма проведения практики: дискретная.

Способы проведения практики: стационарная; выездная.

#### **5. Организация и руководство практикой**

Преддипломная практика проводится на предприятиях, в учреждениях и организациях любых организационно-правовых форм, при этом предпочтение отдается тем предприятиям, которые осуществляют деятельность, соответствующую области и(или) объектам, и(или) видам профессиональной деятельности студентов в соответствии с ОП ВО и СУОС ВО ФГАОУ ВО РУТ (МИИТ), а также на базе кафедр, учебных и научных лабораторий Института экономики и финансов ФГАОУ ВО РУТ (МИИТ).

Местом прохождения практики может быть:

- организация, в которую студент направляется университетом (базовые объекты практики),

- организация, с которой у студента имеются соответствующие договоренности, оформленные в виде договора на практику,

- кафедры, учебные и научные лаборатории Института экономики и финансов.

Для руководства практикой, проводимой в образовательной организации, назначается руководитель (руководители) практики из числа преподавателей выпускающей кафедры.

Для руководства практикой, проводимой на предприятиях, в учреждениях и в организациях, назначаются руководитель (руководители) практики от образовательной организации и руководитель (руководители) от предприятия,

учреждения или организации.

Практика, проводимая на предприятиях, в учреждениях и в организациях, проводится на основании договоров между Университетом и предприятиями, учреждениями и организациями.

Руководители практики от кафедры:

- согласовывает с руководителем практики от предприятия индивидуальное задание и совместный рабочий график (план) проведения практики обучающихся;
- разрабатывают тематику индивидуальных заданий;
- проводят ознакомительную лекцию с общим порядком проведения практики и ее этапами;
- осуществляют контроль за соблюдением сроков практики и ее содержанием;
- оказывают методическую помощь обучающимся при выполнении ими индивидуальных заданий и сборе материалов к отчету по практике, если имеется такая возможность;
- оценивают результаты выполнения обучающимися программы практики.

Руководители практики от организации:

- согласовывает с руководителем практики от кафедры индивидуальное задание и совместный рабочий график (план) проведения практики обучающихся;
- предоставляет рабочие места обучающимся;
- обеспечивает безопасные условия прохождения практики обучающимися, отвечающие санитарным правилам и требованиям охраны труда;
- проводит инструктаж обучающихся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, а так же с правилами внутреннего распорядка.

Руководитель практики от Университета, завершающий руководство практикой в организации, должен оценить результаты выполнения программы практики и индивидуального задания обучающегося.

## **6. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП**

<b>№ п/п</b>	<b>Индекс и содержание компетенции</b>	<b>Ожидаемые результаты</b>
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
1	ОПК-6 Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии;	ОПК-6.1 Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение. ОПК-6.2 Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
2	ПКО-2 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий;	ПКО-2.1 Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью. ПКО-2.2 Осуществляет тактическое планирование

№ п/п	Индекс и содержание компетенции	Ожидаемые результаты
1	2	3
		мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии. ПКО-2.3 Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.
3	ПКО-4 Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта;	ПКО-4.1 Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта ПКО-4.2 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта ПКО-4.3 Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами
4	УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.	УК-1.1 Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие. УК-1.2 Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи. УК-1.3 Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов. УК-1.4 При обработке информации отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок, формирует собственные мнения и суждения, аргументирует свои выводы и точку зрения. УК-1.5 Рассматривает и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки.

## 7. Объем, структура и содержание практики, формы отчетности

Общая трудоемкость практики составляет 18 зачетных единиц, 12 недель / 648 часов.

### Содержание практики, структурированное по разделам (этапам)

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды деятельности студентов в ходе практики, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля
		Зет	Часов			
			Всего	Практическая работа	Самостоятельная работа	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Раздел: Организационно-ознакомительная	0,5	18	4	14	

№ п/ п	Разделы (этапы) практики	Виды деятельности студентов в ходе практики, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Форм ы теку щего контр оля
		Зет	Часов			
			Ве е- го	Практ ичес- кая работа	Самост оате- льная работа	
1	2	3	4	5	6	7
	лекция					
2.	Раздел: Производственно- экономический этап Выполнение производственных заданий, сбор, обработка и систематизация фактического и литературного материала	15	54 0	404	136	пром ежут очная прове рка прави льнос ти офор млен ия отчет а (пред ставл яютс я руков одите лю личн о или на элект ронн ую почту )
3.	Раздел: Аналитический и отчетный этап Обработка и анализ полученной информации, подготовка отчета по практике	2,5	90	72	18	
4.	Раздел: Дифференцированн ый зачет	0	0	0	0	Диф. зачёт
	Всего:		64 8	480	168	

Форма отчётности: Форма отчётности: студенческая аттестационная книжка  
производственного обучения, отчет, соответствующий заданию на практику

## 8. Перечень учебной литературы и ресурсов сети "интернет", необходимых для проведения практики

### 8.1. Основная литература

№ п\п	Наименование	Авторы	Год и место издания. Место доступа	Используется при изучении разделов, номера страниц
1.	Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учебное пособие для вузов . — 2-е изд., испр. и доп.	А. А. Малькевич	2020, Москва : Издательство Юрайт. ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/454486">https://urait.ru/bcode/454486</a> (дата обращения: 15.07.2020)	Все разделы
2.	Технологии рекламы и связей с общественностью в маркетинге : учебник для вузов	М. Р. Душкина	2020, Москва : Издательство Юрайт. ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/448344">https://urait.ru/bcode/448344</a> (дата обращения: 15.07.2020)	Все разделы

### 8.2. Дополнительная литература

№ п\п	Наименование	Авторы	Год и место издания. Место доступа	Используется при изучении разделов, номера страниц
1.	Основы интегрированных коммуникаций : учебник и практикум для академического бакалавриата	М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед	2020, Москва : Издательство Юрайт. ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/425906">https://urait.ru/bcode/425906</a> (дата обращения: 15.07.2020)	Все разделы
2.	Реклама и связи с общественностью: учебник для бакалавров	И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов	2020, Москва : Издательство Юрайт. ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/466182">https://urait.ru/bcode/466182</a> (дата обращения: 15.07.2020)	Все разделы

### 8.3. Ресурсы сети "Интернет"

[http://miit-ief.ru/student/methodical\\_literature/](http://miit-ief.ru/student/methodical_literature/) (Электронная библиотека ИЭФ)

<http://library.miit.ru> (НТБ МИИТа (электронно-библиотечная система))

<http://www.urait.ru> (Электронная библиотечная система «Юрайт», доступ для студентов и преподавателей РУТ(МИИТ))



<http://e.lanbook.com> (Электронно-библиотечная система «Лань», доступ для студентов и преподавателей РУТ(МИИТ))

<https://www.book.ru/> (ЭБС book.ru – доступ для преподавателей и студентов РУТ(МИИТ))

<http://www.consultant.ru> (Электронная правовая система)

<http://www.garant.ru> (Информационно-правовой портал)

<http://rzd.ru/> - сайт ОАО «РЖД».

<http://elibrary.ru/> - научная электронная библиотека

## **9. Образовательные технологии**

В процессе прохождения производственной практики руководителями от выпускающей кафедры применяются современные образовательные и научно-производственные технологии, такие как:

- мультимедийные технологии, ознакомительные лекции и консультации обучающихся во время практики проводятся в помещениях, оборудованных экраном, видеопроектором, персональными компьютерами.
- электронная форма обмена материалами, а также групповых и индивидуальных консультаций во время прохождения практики и подготовки отчета.

В образовательном процессе электронная почта применяется как средство коммуникаций.

Студент может использовать широкий спектр научных, научно-методических материалов, разработанных на кафедре, доступных в электронной библиотеке Института экономики и финансов [elibrary.miit-ief.ru](http://elibrary.miit-ief.ru).

## **10. Перечень информационных технологий, программного обеспечения и информационных справочных систем, используемых при проведении практики**

Для проведения производственной практики требуется наличие следующего ПО: OS Windows, Microsoft Office.

В образовательном процессе применяются следующие информационные технологии: персональные компьютеры; мультимедийное оборудование; средства коммуникаций: ЭИОС РУТ(МИИТ) и/или электронная почта.

## **11. Материально-техническая база, необходимая для проведения практики**

Для прохождения производственной практики необходимы помещения, оборудованные необходимыми информационно-техническими средствами, компьютерным оборудованием в зависимости от специфики деятельности предприятия, на котором студент проходит практику.

Для успешного проведения ознакомительной лекции и инструктажа по технике безопасности необходим стандартный набор специализированной учебной мебели и учебного оборудования, а также аудитория с мультимедиа аппаратурой.

В случае прохождения практики с применением электронного обучения и на базе Университета и его структурных подразделений, или профильного предприятия необходимо наличие компьютерной техники, для организации коллективных и

индивидуальных форм общения руководителей практики со студентами, посредством используемых средств коммуникации.