

**МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ**  
**УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**  
**«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»**  
**(РУТ (МИИТ))**



Рабочая программа практики,  
как компонент образовательной программы  
высшего образования - программы бакалавриата  
по направлению подготовки  
42.03.01 Реклама и связи с общественностью,  
утвержденной первым проректором РУТ (МИИТ)  
Тимониным В.С.

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ**

**Производственная практика**

**Преддипломная практика**

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в отрасли

Форма обучения: Очная

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: 72869  
Подписал: И.о. заведующего кафедрой Данилина Мария  
Геннадьевна  
Дата: 25.04.2023

## 1. Общие сведения о практике.

Целями производственной практики (преддипломная практика) являются:

- Способность разрабатывать рекламную кампанию с применением цифрового инструментария создавать контент и применять основные технологии внутренних и внешних коммуникаций при продвижении продукта;

- Способность разрабатывать и спланировать комплекс мероприятий по реализации PR-стратегии и осуществлению внутренних и внешних коммуникаций в цифровой среде;

- Способность оценивать эффективность рекламы и связей с общественностью, результатов продвижения продукта, анализировать и формировать стратегию проведения PR-кампаний коммерческого и социального значения;

- Способность осуществлять планирование и бюджетирование проектов в области рекламы и связей с общественностью, создавать эффективную коммуникационную структуру, оформлять проектную документацию (техническое задание, креативный бриф, дорожная карта, контент-план, аналитическая справка и т.д.) компаний, в том числе транспортных.

Преддипломная предназначена для осуществления профессиональной деятельности по направленности (профилю) образовательной программы.

Задачами производственной практики (преддипломная) являются:

- развитие навыков разработки комплекса мероприятий по реализации PR-стратегии;

- развитие навыков разработки рекламной кампании с применением цифрового инструментария;

- развитие навыков создавать контент и применять основные технологии внутренних и внешних коммуникаций при продвижении продукта;

- оценка эффективности рекламы и связей с общественностью;

- анализировать и формировать стратегию проведения PR-кампаний коммерческого и социального значения;

- осуществлять планирование и бюджетирование проектов в области рекламы и связей с общественностью.

## 2. Способ проведения практики:

стационарная и (или) выездная

### 3. Форма проведения практики.

Практика проводится в форме практической подготовки.

При проведении практики практическая подготовка организуется путем непосредственного выполнения обучающимися определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

### 4. Организация практики.

Практика может быть организована:

- непосредственно в РУТ (МИИТ), в том числе в структурном подразделении РУТ (МИИТ);

- в организации, осуществляющей деятельность по профилю образовательной программы (далее - профильная организация), в том числе в структурном подразделении профильной организации, на основании договора, заключаемого между РУТ (МИИТ) и профильной организацией.

### 5. Планируемые результаты обучения при прохождении практики.

Перечень формируемых результатов освоения образовательной программы (компетенций) в результате обучения при прохождении практики:

**ОПК-4** - Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности;

**ПК-1** - Способен разрабатывать коммуникационную кампанию, создавать рекламный контент для продвижения продукта в цифровой среде;

**ПК-2** - Способен разрабатывать и планировать комплекс мероприятий по реализации рекламной, PR- и GR-стратегий компаний, в том числе транспортных, с применением цифрового инструментария;

**ПК-3** - Способен анализировать стратегию проведения PR-кампаний коммерческого и социального значения, оценивать эффективность результатов продвижения.

Обучение при прохождении практики предполагает, что по его результатам обучающийся будет:

**Уметь:** - создавать контент и применять основные технологии внутренних и внешних коммуникаций при продвижении продукта;  
- анализировать и формировать стратегию проведения PR-кампаний коммерческого и социального значения;  
- создавать эффективную коммуникационную структуру, оформлять

проектную документацию.

**Знать:** - принципы разработки комплекса мероприятий по реализации PR-стратегии;

- принципы оценки эффективности рекламы и связей с общественностью;

**Владеть:** - навыками разработки рекламной кампании с применением цифрового инструментария;

- навыками планирования и бюджетирования проектов в области рекламы и связей с общественностью

## 6. Объем практики.

Объем практики составляет 12 зачетных единиц (432 академических часов).

## 7. Содержание практики.

Обучающиеся в период прохождения практики выполняют индивидуальные задания руководителя практики.

№ п/п	Краткое содержание
1	Этап 1: Подготовительный Рассматриваемые вопросы: - посещение организационно-ознакомительной лекции; - получение и усвоение индивидуального задания по практике; - усвоение обязанностей, правил поведения, режима прохождения практики и функциональных обязанностей.
2	Этап 2: Основной Рассматриваемые вопросы: - выполнение задания; - поиск информации по обозначенной проблематике; - систематизация фактического, аналитического материала; - анализ комплекса мероприятий по реализации PR- деятельности компании - анализ технологии внутренних и внешних коммуникаций при продвижении продукта - вдумчивый анализ найденного материала (литературного, статистического, и иного).

№ п/п	Краткое содержание
3	<p>Этап 3: Аналитический и отчетный</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- привести пример выполненной проектной документации (техническое задание, креативный бриф, дорожная карта, контент-план, аналитическая справка и т.д.)</li> <li>- подготовка и формирование отчета по практике;</li> <li>- представление отчета по практике;</li> <li>- осуществление защиты отчета по практике;</li> <li>- получение зачета с оценкой.</li> </ul>

8. Перечень изданий, которые рекомендуется использовать при прохождении практики.

№ п/п	Библиографическое описание	Место доступа
1	Коноваленко, В. А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность : учебник / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 383 с.	Электронная библиотека Юрайт: Режим доступа: <a href="https://urait.ru/bcode/489018">https://urait.ru/bcode/489018</a> (дата обращения: 09.04.2022). - Текст: электронный
2	Малькевич, А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учебное пособие для вузов / А. А. Малькевич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 109 с.	Электронная библиотека Юрайт: Режим доступа: <a href="https://urait.ru/bcode/493292">https://urait.ru/bcode/493292</a> (дата обращения: 09.04.2022). - Текст: электронный
3	Организация самостоятельной работы студента : учебное пособие для вузов Е. Н. Куклина, М. А. Мазниченко, И. А. Мушкина Учебное пособие Юрайт , 2020	Электронная библиотека Юрайт: Режим доступа: <a href="https://urait.ru/bcode/452858">https://urait.ru/bcode/452858</a> (дата обращения: 02/02.2021). - Текст: электронный

9. Форма промежуточной аттестации: Дифференцированный зачет в 8 семестре

10. Оценочные материалы.

Оценочные материалы, применяемые при проведении промежуточной аттестации, разрабатываются в соответствии с локальным нормативным актом РУТ (МИИТ).

Авторы:

старший преподаватель кафедры  
«Экономика и управление на  
транспорте»

С.А. Ротенберг

Согласовано:

и.о. заведующего кафедрой ЭУТ

М.Г. Данилина

Председатель учебно-методической  
комиссии

М.В. Ишханян