

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



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

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

Учебная практика

Профессионально-ознакомительная практика (отраслевая)

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: заведующий кафедрой Данилина Мария
Геннадьевна
Дата: 08.06.2026

1. Общие сведения о практике.

Целями учебной практики - профессионально-ознакомительная практика являются:

- приобретение способности осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач;

- приобретение способности участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.

Задачами профессионально-ознакомительной практики являются:

- приобретение практических профессиональных навыков и компетенций, опыта самостоятельной профессиональной деятельности;
- знакомство с общими принципами и технологией коммуникационных взаимодействий в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы;

- приобретение практических навыков управленческой работы в коллективе;

- составление отчета о прохождении практики с формированием выводов о перспективах развития организации.

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:

УК-1 - Способен осмысленно подходить к решению задач, выявлять проблемы, ставить цели, выработать стратегию действий;

УК-4 - Способен к продуктивной коммуникации;

УК-8 - Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций.

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

Знать: Закономерности развития массовых коммуникаций и принципы создания эффективных коммуникационных структур в компании, в том числе транспортной.

Типы организационных структур, их основные параметры и принципы их проектирования для осуществления эффективной рекламной деятельности.

Основные функции и инструментарий рекламного менеджмента применительно к предприятиям различных отраслей экономики.

Нормативно-правовую базу, регулиующую рекламную и коммуникационную деятельность в Российской Федерации (ФЗ «О рекламе», закон о СМИ, требования к маркировке).

Уметь: Осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.

Соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп.

Разрабатывать коммуникационные стратегии с учётом специфики отраслевых рынков (транспорт, ритейл, финансы) и особенностей целевых аудиторий.

Владеть: Методами реализации основных управленческих функций (принятие решений, организация, мотивирование и контроль).

Программным обеспечением для работы с деловой информацией и основами Интернет-технологий.

Навыками оценки эффективности рекламных и PR-кампаний с использованием аналитических инструментов (Google Analytics, Excel, CRM-системы).

6. Объем практики.

Объем практики составляет 3 зачетных единиц (108 академических часов).

7. Содержание практики.

Обучающиеся в период прохождения практики выполняют индивидуальные задания руководителя практики.

№ п/п	Краткое содержание
1	Подготовительный - посещение организационно-ознакомительной лекции; - получение и усвоение индивидуального задания по практике; - усвоение обязанностей, правил поведения, режима прохождения практики и функциональных обязанностей.
2	Основной - выполнение задания; - поиск информации по обозначенной проблематике; - систематизация фактического, аналитического материала; - вдумчивый анализ найденного материала (литературного, статистического, нормативно-правового и иного).
3	Аналитический и отчетный - обработка и анализ полученной информации; - подготовка и формирование отчета по практике; - представление отчета по практике; - осуществление защиты отчета по практике; - получение зачета с оценкой.

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

№ п/п	Библиографическое описание	Место доступа
1	Структура и правила оформления курсовых работ	НТБ РУТ МИИТ: https://library.miit.ru/bookscatalog/2024/MU_oformlenie_VKR_i_dg.2025.pdf (дата обращения: 06.06.2026). Текст:электронный

	(проектов), отчетов по практикам и выпускных квалификационных работ 2025	
2	Коноваленко, М. Ю. Реклама и связи с общественностью. Введение в профессию : учебник для вузов / М. Ю. Коноваленко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 298 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-20260-1. 2026	Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/582936 (дата обращения: 03.06.2026)
3	Федотова, Л. Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика : учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 611 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18980-3. 2026	Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/559971 (дата обращения: 03.06.2026).
4	Кузнецов, И. Н. Документационное обеспечение	Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/581143 (дата обращения: 03.06.2026).

управления. Документооборо т и делопроизводств о : учебник и практикум для вузов / И. Н. Кузнецов. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 425 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534- 20027-0. 2025	
--	--

9. Форма промежуточной аттестации: Дифференцированный зачет в 4 семестре

10. Оценочные материалы.

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

Авторы:

заведующий кафедрой, доцент, к.н.
кафедры «Экономика и управление
на транспорте»

М.Г. Данилина

старший преподаватель кафедры
«Экономика и управление на
транспорте»

С.А. Ротенберг

Согласовано:

Заведующий кафедрой ЭУТ

М.Г. Данилина

Председатель учебно-методической
комиссии

М.В. Ишханян