

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)
Тимониним В.С.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

Производственная практика

Профессионально-творческая 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: заведующий кафедрой Данилина Мария
Геннадьевна
Дата: 08.06.2026

1. Общие сведения о практике.

Целями производственной практики (профессионально-творческая 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.

Профессионально-творческая предназначена для осуществления профессиональной деятельности по направленности (профилю) образовательной программы.

Задачами производственной практики (профессионально-творческой) 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.

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-1 - Способен создавать медиатексты и(или) медиапродукты, и(или) коммуникационные продукты, адаптируя их содержание, стиль и каналы распространения к специфике различных отраслей экономики, с соблюдением норм медиаграмотности, языка и особенностей знаковых систем;

ПК-1 - Способен разрабатывать и реализовывать коммуникационные кампании, создавать медиаконтент (рекламный и PR) для продвижения транспортных услуг с применением инструментов искусственного интеллекта в цифровой среде;

ПК-3 - Способен анализировать стратегию проведения PR-кампаний и оценивать эффективность результатов продвижения на основе медиааналитики и больших данных.

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

адаптировать медиатексты и коммуникационные продукты под специфику различных отраслей экономики (в том числе транспортной) с учётом норм медиаграмотности и особенностей знаковых систем

применять инструменты искусственного интеллекта (нейросети для генерации текстов, изображений, видео) для создания рекламного и PR-контента в цифровой среде

использовать методы медиааналитики и обработки больших данных (Brand Analytics, «Медиалогия», Google Analytics) для анализа стратегии PR-кампаний и оценки их эффективности

Знать: принципы разработки комплекса мероприятий по реализации PR-стратегии

принципы адаптации медиапродуктов к отраслевой специфике (транспорт, логистика, ритейл) с соблюдением языковых норм и требований к знаковым системам

методы создания и распространения медиаконтента с применением инструментов искусственного интеллекта в цифровой среде для продвижения транспортных услуг

способы оценки эффективности PR-кампаний на основе медиаметрик (охват, тональность, индекс цитируемости) и анализа больших данных

Владеть: навыками разработки рекламной кампании с применением цифрового инструментария

навыками адаптации коммуникационных продуктов под разные отрасли экономики с учётом медиаграмотности и особенностей знаковых систем

навыками использования нейросетевых сервисов для генерации рекламного и PR-контента для транспортных услуг

навыками применения инструментов медиааналитики и работы с большими данными для оценки результативности PR-кампаний и корректировки стратегии

6. Объем практики.

Объем практики составляет 6 зачетных единиц (216 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.

№ п/п	Краткое содержание
2	<p>Этап 2: Основной</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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).
3	<p>Этап 3: Аналитический и отчетный</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 (проектов), отчетов по практикам и выпускных квалификационных работ 2025	НТБ РУТ МИИТ: https://library.miit.ru/bookscatalog/2024/MU_oformlenie_VKR_i_dg.2025.pdf (дата обращения: 06.06.2026). Текст:электронный
2	Коноваленко, М. Ю. Реклама и связь с общественностью. Введение в профессию : учебник для вузов / М. Ю. Коноваленко. — 2-е изд., перераб.	Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/582936 (дата обращения: 03.06.2026).

	и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 298 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-20260-1. 2026	
3	Малькевич, А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учебник для вузов / А. А. Малькевич. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 127 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17564-6. 2026	Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/586089 (дата обращения: 03.06.2026).

9. Форма промежуточной аттестации: Дифференцированный зачет в 6 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