

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Хоружий Людмила Ивановна
Должность: Директор института экономики и управления АПК
Дата подписания: 25.05.2026 15:48:19
Уникальный программный ключ: 1e90b132c904dca1b85c80b015dddf2cb1e6a9



МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ –
МСХА имени К.А. ТИМИРЯЗЕВА»
(ФГБОУ ВО РГАУ - МСХА имени К.А. Тимирязева)

Институт экономики и управления АПК
Кафедра связей с общественностью, речевой коммуникации и туризма

УТВЕРЖДАЮ
Директор Института экономики и
управления АПК
проф. Хоружий Л.И.
«30» мая 2025 г.

ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

Б2.О.01.02 (II) ПРЕДДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА

для подготовки бакалавров

ФГОС ВО

Направление: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
Направленность: «Реклама и медиакоммуникации»

Курс 4
Семестр 8

Форма обучения: очная
Год начала подготовки: 2025

Москва, 2025

Разработчик: Евграфова Л.В., к.э.н., доцент

(ФИО, ученая степень, ученое звание)


«14» 06 2025

Рецензент Швецова Елена Андреевна, генеральный директор ООО «АГЕНТСТВО ЭЙ-ДЖИБИ»

(ФИО, ученая степень, ученое звание)


«14» 06 2025

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата) и учебного плана


Программа обсуждена на заседании кафедры связей с общественностью, речевой коммуникации и туризма «15» июня 2025 года, протокол № 6


Заведующий выпускающей кафедрой Евграфова Л.В., к.э.н., доцент

(ФИО, ученая степень, ученое звание)

Согласовано:

Зам. директора института экономики и управления АПК


«14» 06 2025


(подпись) И.А. Вахрушева
«__» _____ 2025

Начальник отдела лицензирования и аккредитации УМУ


(подпись) Е.Д. Абрашкина
«17» 06 2025

Программа обсуждена на заседании учебно-методической комиссии института «17» июня 2025 года, протокол № 11

Председатель учебно-методической комиссии
института экономики и управления АПК


(подпись) Т.Н. Гупалова

«17» 06 2025

Содержание

АННОТАЦИЯ	3
1. ЦЕЛЬ ПРАКТИКИ	5
2. ЗАДАЧИ ПРАКТИКИ	5
3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ	5
4. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОПОП БАКАЛАВРИАТА/ СПЕЦИАЛИТЕТА/ МАГИСТРАТУРЫ	5
5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ	10
6. ОРГАНИЗАЦИЯ И РУКОВОДСТВО ПРАКТИКОЙ	13
6.1. ОБЯЗАННОСТИ РУКОВОДИТЕЛЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	13
ОБЯЗАННОСТИ СТУДЕНТОВ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	Ошибка! Закладка не определена.
6.1. РУКОВОДИТЕЛЬ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ОТ КАФЕДРЫ	13
ОБЯЗАННОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ В ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	14
6.2. ИНСТРУКЦИЯ ПО ТЕХНИКЕ БЕЗОПАСНОСТИ	14
6.2.1. Общие требования охраны труда	14
6.2.2. Частные требования охраны труда	Ошибка! Закладка не определена.
7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ	15
7.1. ДОКУМЕНТЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ АТТЕСТАЦИИ ПО ПРАКТИКЕ	15
7.2. ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ И ВЕДЕНИЯ ДНЕВНИКА	15
7.3. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ, СТРУКТУРА ОТЧЕТА И ПРАВИЛА ЕГО ОФОРМЛЕНИЯ	Ошибка! Закладка не определена.
8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ	19
8.1. ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА	19
8.2. ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА	19
8.3. ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ И ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСЫ	20
9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ	20
10. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ УМЕНИЙ, НАВЫКОВ (В ТОМ ЧИСЛЕ И ЗАЯВЛЕННЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ)	17
11. ПРИЛОЖЕНИЯ	

АННОТАЦИЯ

Б2.О.01.02 (П) ПРЕДДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА

для подготовки бакалавра направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» направленность: «Реклама и медиакоммуникации»

Курс 4, семестр: 8

Форма проведения практики: непрерывная (концентрированная), индивидуальная.

Способ проведения: стационарная, выездная практика.

Цель практики: Целью преддипломной практики является закрепление, расширение и углубление знаний принципов и стратегий интегрированных маркетинговых коммуникаций, мероприятия; овладение навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве и овладение навыками участия в рекламных и PR- кампаниях под руководством опытных специалистов.

- **Задачи практики:** – формирование общепрофессиональных и профессиональных компетенций;
- закрепление теоретических знаний, полученных студентами в процессе обучения;
- приобретение необходимых умений и опыта практической работы;
- развитие и закрепление практических навыков профессиональной деятельности;
- изучение конкретной организации (предприятия) как самостоятельного субъекта рынка и объектно-предметной области исследования;
- участие в проектной и информационно-коммуникационной деятельности организации (предприятия);
- анализ конкретной проблемной области в сфере маркетинговых коммуникаций компании в ходе выполнения индивидуального задания;
- организация и проведение маркетингового исследования;
- разработка рекламного/PR-проекта, программы интегрированных маркетинговых коммуникаций компании;
- непосредственное участие студента в работе профильного отдела, выполнение всех возложенных на него обязанностей, получение практических навыков профессиональной деятельности;
- подготовка отчета о проделанной работе.

Требования к результатам освоения практики: в результате освоения практики формируются следующие компетенции: ОПК-4.1, ОПК 4.2, ОПК-6.1, ОПК-6.2, УК-1.1. УК-1.2.

Краткое содержание практики: Практика предусматривает следующие этапы:

1) подготовительный этап – ознакомление практиканта со структурой организации, проблемным полем, целями и задачами профессиональной деятельности подразделения, функциональными обязанностями его сотрудников, своими функциональными обязанностями; 2) основной этап – изучение организации, ее коммуникационного пространства, выявление и исследование особенностей/проблем ее коммуникационной активности, разработка проектных решений направленных на совершенствование, модернизацию, оптимизацию коммуникационной стратегии организации; 3) заключительный – подготовка отчетных документов по практике.

Место проведения: Министерство сельского хозяйства РФ, ведомства и другие государственные учреждения, подразделения по связям с общественностью и средствами массовой информации; краевые, областные, городские, местные администрации; отделы по продвижению средств массовой информации; отделы маркетинга, рекламы, связей с общественностью, корпоративной культуры; специализированные PR–агентства полного цикла; пресс-службы; рекламные агентства полного цикла, подразделения компаний малого и среднего бизнеса и некоммерческих организаций, коммуникационные агентства при условии, что служебные обязанности

студента, проходящего практику, будут связаны со специальностью. **Общая трудоемкость практики** составляет 6 зач. ед. (216 час).

Промежуточный контроль по практике: зачет с оценкой.

1. Цель практики

Цель прохождения практики «Преддипломная практика» является получение профессиональных умений и навыков в области рекламы и связей с общественностью, приобретение опыта самостоятельной профессиональной деятельности, подготовка студента к решению конкретных задач специалиста по связям с общественностью и интегрированным маркетинговым коммуникациям; сбор недостающей информации для выпускной квалификационной работы.

2. Задачи практики

Задачи практики:

- формирование общепрофессиональных и профессиональных компетенций;
- закрепление теоретических знаний, полученных студентами в процессе обучения;
- приобретение необходимых умений и опыта практической работы;
- развитие и закрепление практических навыков профессиональной деятельности;
- изучение конкретной организации (предприятия) как самостоятельного субъекта рынка и объектно-предметной области исследования;
- участие в проектной и информационно-коммуникационной деятельности организации (предприятия);
- анализ конкретной проблемной области в сфере маркетинговых коммуникаций компании в ходе выполнения индивидуального задания;
- организация и проведение маркетингового исследования;
- разработка рекламного/PR-проекта, программы интегрированных маркетинговых коммуникаций компании;
- непосредственное участие студента в работе профильного отдела, выполнение всех возложенных на него обязанностей, получение практических навыков профессиональной деятельности;
- подготовка отчета о проделанной работе.

3. Компетенции обучающихся, формируемые в результате прохождения практики

Прохождение данной преддипломной практики направлено на формирование у обучающихся универсальных (УН), общепрофессиональных (ОПК), компетенций, представленных в таблице 1.

4. Место практики в структуре ОПОП бакалавриата

Для успешного прохождения преддипломной практики необходимы знания и умения по предшествующим дисциплинам:

1 курс: «Деловая коммуникация», «Логика и теория аргументации», «Теория и практика связей с общественностью», «Основы копирайтинга», «Основы нейминга», «Основы теории коммуникации», «История рекламы», «История связей с общественностью»;

2 курс: «Теория и практика рекламы», «Теория и практика связей с

общественностью», «Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях», «Цифровые коммуникации», «Теория и практика медиакоммуникаций», «Корпоративная культура», «Редактирование рекламных и ПР-текстов», «Основы инфографики»;

3 курс: «Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью», «Реклама и связи с общественностью в агротуризме», «Корпоративные СМИ», «Технологии рекламы и связей с общественностью», «Основы медиапланирования», «Интегрированные коммуникации», «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью», «Социология рекламы и связей с общественностью», «Психология рекламы и связей с общественностью», «Организация и проведение коммуникационных компаний», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Учет затрат, калькулирование и бюджетирование в рекламе и связях с общественностью», «Компьютерная графика 3D, анимация в рекламе», «Современная пресс-служба».

4 курс: «Брендинг», «Переговорный процесс», «Информационные технологии в медиапланировании», «Основы репутационного менеджмента», «Реклама и связи с общественностью в сфере АПК», «Брендинг территорий», «Технологии управления общественным мнением», «Реклама и связи с общественностью в органах государственной власти», «Связи с общественностью в кризисных ситуациях», «Основы маркетинга», «Основы управление проектами в рекламе и связях с общественностью», «Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы», «Межкультурная коммуникация в рекламе и связях с общественностью».

Преддипломная практика (шифр Б2.О.01.02 (П) входит в состав основной профессиональной образовательной программы высшего образования и учебного плана направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленности «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)» – Блок 2 «Практики – Обязательная часть: Преддипломная практика».

Преддипломная практика является основополагающей для написания выпускной квалификационной работы.

Форма проведения практики - непрерывная (концентрированная) индивидуальная.

Способ проведения – выездная, стационарная практика.

Место и время проведения практики. Местом проведения преддипломной практики обучающихся могут выступать коммерческие, государственные, негосударственные, общественные учреждения и организации, с которыми заключаются соответствующие договоры.

В соответствии с календарным учебным графиком преддипломная практика проходит на 4-м курсе в 8-м семестре.

Выбор мест прохождения практик для лиц с ограниченными возможностями здоровья производится с учетом состояния здоровья обучающихся и требованиями по доступности.

Форма промежуточного контроля: зачёт с оценкой.

Таблица 1

Требования к результатам освоения по программе практики

№ п/ п	Код компетенции	Содержание компетенции (или её части)	Индикаторы компетенций	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:		
				знать	уметь	владеть
1.	УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Осуществляет поиск информации в разных источниках и базах данных	основы поиска и анализа информации для составления характеристики организации	Осуществляет поиск и анализ информации составления характеристики организации в разных источниках и базах данных	Навыками поиска и анализа информации, необходимой для составления общей характеристики организации, анализа сферы ее деятельности и целевого рынка
			УК-1.2. Владеет навыками критического анализа и синтеза информации для решения проектных задач и прогностической деятельности	Основы критического анализа и синтеза информации для решения проектных задач и прогностической деятельности	Критический анализировать информацию для решения проектных задач и прогностической деятельности	Владеть навыками критического анализа и синтеза информации для решения проектных задач и прогностической деятельности; навыками разработки программы интегрированных маркетинговых коммуникаций
2.	ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	Основы социологии массовой коммуникации, ценности и потребности	Соотносить данные социологических исследований с запросами и потребностями общества	Навыками соотнесения данных социологических исследований с запросами и

				общества и сегментированной целевой аудитории	и определенных сегментов целевой аудитории	потребностями общества и определенных сегментов целевой аудитории
			ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска 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	основные инструменты поиска информации; основные характеристики целевой аудитории и правила её сегментирования; основы создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Эффективно использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий, учитывать характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и	Навыками использования инструментов поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий, учитывать характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и
3.	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	Основы владения ПК и возможности современных средства коммуникации и основные информационно-коммуникационные технологии	Пользоваться в профессиональной деятельности необходимым техническим оборудованием и программным обеспечением	Навыками пользования необходимым техническим оборудованием и программным обеспечением
			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	современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Использовать современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Навыками пользования современными цифровыми устройствами на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов

5. Структура и содержание практики

Таблица 2

Распределение часов преддипломной практики по видам работ по семестрам

Вид учебной работы	Трудоемкость	
	Всего	по семестрам
		8
Общая трудоемкость по учебному плану, в зач.ед.	6	6
в часах	216	216
Контактная работа, час.	2	2
Самостоятельная работа практиканта, час.	214	214
Форма промежуточной аттестации	зачет с оценкой	

Структура преддипломной практики

Распределение учебных часов преддипломной практики по видам работ

Преддипломная практика непосредственно связана с результатами теоретической и практической подготовки обучающихся. Содержание практики определяется заданием на практику. Индивидуальные направления работы определяются и конкретизируются обучающимися совместно с руководителями практики от кафедры.

Преддипломная практика состоит из трех основных этапов, качественно отличающихся спецификой целей, задач и трудовых функций, реализуемых на каждом этапе.

Содержание этапов практики

Таблица 3

№ п/п	Содержание этапов практики	Формируемые компетенции
1	Подготовительный этап: прохождение инструктажа по вопросам охраны труда, пожарной безопасности; уточнение рабочего графика (плана) с руководителем практики, ознакомление со структурой организации/подразделения, проблемным полем, целями и задачами профессиональной деятельности подразделения, функциональными обязанностями его сотрудников, своими функциональными обязанностями	ОПК-4.1. ОПК-6.1
2	Основной этап: проведение ситуационного анализа организации, особенностей и	УК-1.1., УК-1.2, ОПК-4.1., ОПК-

	стратегии ее коммуникационной активности; проведения маркетингового исследования, направленного на изучение маркетингового коммуникационного пространства организации; разработка проектных решений, направленных на совершенствование, модернизацию, оптимизацию коммуникационной стратегии организации, подготовленных на основе результатов проведенной аналитической работы и определяемых темой ВКР; выполнение функциональных обязанностей в профильном отделе организации, включающее в себя выполнение индивидуального задания по профилю подготовки	4.2., ОПК-6.1., ОПК-6.2
3	Заключительный этап: подготовка отчета по практике, прохождение промежуточной аттестации (сдача зачета с оценкой)	УК-1.1., УК-1.2, ОПК-4.1., ОПК-4.2., ОПК-6.1., ОПК-6.2

Содержание практики

Контактная работа в объеме 1 часа (*таблица №2*) при проведении производственной практики предусматривает следующие виды работ руководителя практики от организации с практикантами:

- инструктаж по общим вопросам организации практики в организации;
- согласование рабочего графика (плана) практики;
- предоставление рабочих мест практикантам;
- текущая консультация и контроль за выполнением индивидуальных заданий в соответствии с рабочим графиком (планом) практики, проверка дневников, журналов наблюдений и других учебно-методических материалов;
- подготовка характеристики практиканту.

1 этап Подготовительный этап

Студенты проходят инструктаж по вопросам охраны труда, пожарной безопасности; знакомятся со структурой организации, уточняют рабочий график (план) с руководителем практики на кафедре университета или организации.

2 этап Основной этап

№ п/п	Содержание основного этапа практики	Трудоемкость (в днях)
1.	Анализ организации и ее коммуникационной активности	5
1.1.	Сбор и анализ информации, необходимой для составления общей характеристики организации, анализа сферы ее деятельности и целевого рынка	1
1.2.	Анализ состояния и динамики факторов микросреды и макросреды организации	1

1.3.	Анализ маркетинговой деятельности организации, в том числе анализ коммуникационной стратегии и состояния маркетинговых коммуникаций организации, выявление актуальных проблем ее коммуникационного пространства	1
1.4.	SWOT-анализ организации, подготовка аналитического резюме	2
2.	Проведение маркетингового исследования	4
2.1.	Выявление и анализ актуальной проблемы в сфере рекламы и связей с общественностью, а также интегрированных маркетинговых и бренд-коммуникаций компании, решение которой требует проведения эмпирического исследования	1
2.2.	Разработка программы эмпирического исследования, направленного на решение выявленной проблемы	1
2.3.	Сбор и обработка первичных данных эмпирического исследования	1
2.4.	Анализ и интерпретация полученных данных эмпирического исследования	1
3.	Выполнение функциональных обязанностей в профильном отделе организации	постоянно
3.1	Участие в разработке стратегии рекламных и PR-коммуникаций, организации планировании и реализации коммуникационных проектов под руководством руководителя практики от организации	постоянно
3.2	Участие в разработке рекламных и PR-продуктов, в том числе специальных коммуникационных мероприятий под руководством руководителя практики от организации	постоянно
4.	Ведение дневника практики	постоянно

3 этап Заключительный этап

Проводится обработка и анализ полученной информации; подготовка к защите отчета по практике.

Таблица 4

Самостоятельное изучение тем

№ п/п	Название тем для самостоятельного изучения	Компетенции
1	Нормативно-правовая документация, необходимая для реализации проекта	УК-1.1.
2	Поисковые системы и базы данных в рекламе и связях с общественностью	ОПК-4.1., ОПК-4.2., ОПК-6.1., ОПК-6.2

6. Организация и руководство практикой

6.1. Руководитель преддипломной практики от кафедры

Назначение.

Для руководства практикой студента, проводимой в Университете, назначается руководитель (руководители) практики из числа профессорско-преподавательского состава Университета.

Для руководства практикой студента, проводимой в профильной организации, назначаются руководитель (руководители) практики из числа лиц, относящихся к профессорско-преподавательскому составу Университета, организующей проведение практики, и руководитель (руководители) практики из числа работников профильной организации.

Ответственность.

Руководитель практики отвечает перед заведующим кафедрой, деканом и проректором по учебно-методической работе за организацию и качественное проведение практики, и выполнение обучающимися программы практики.

Руководители преддипломной практики от Университета:

- Устанавливают связь с руководителем практики от организации.
- Организуют выезд студентов на практику и проводят все необходимые мероприятия, связанные с их выездом.
- Составляет рабочий график (план) проведения практики;
- Разрабатывают тематику индивидуальных заданий и оказывают методическую помощь студентам при выполнении ими индивидуальных заданий и сборе материалов к выпускной квалификационной работе и подготовке отчета.
- Совместно с руководителем практики от организации распределяют студентов по рабочим местам и перемещают их по видам работ.
- Осуществляют контроль за соблюдением сроков проведения практики и соответствием ее содержания требованиям, установленным ОПОП ВО и доводят информацию о нарушениях до деканата и выпускающей кафедры.
- Несут ответственность совместно с руководителем практики от организации за соблюдение студентами правил техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка.
- Оценивают результаты прохождения практики студентов.
- Рассматривают отчеты студентов по практике, дают отзывы об их работе и представляют заведующему кафедрой письменную рецензию о содержании отчета с предварительной оценкой работы студентов.

Руководитель производственной практики от профильной организации:

- Согласовывает с руководителем практики от Университета совместный рабочий график (план) проведения практики, индивидуальные задания, содержание и планируемые результаты практики.
- Предоставляет рабочие места студентам.

- Обеспечивает безопасные условия прохождения практики обучающимся, отвечающие санитарным правилам и требованиям охраны труда.

- Проводит инструктаж обучающихся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка.

- Подписывает дневник и другие методические материалы, готовит характеристику о прохождении практики студентом.

Обязанности обучающихся при прохождении преддипломной практики:

- Выполняют индивидуальные задания, предусмотренные программой практики.

- Соблюдают правила внутреннего трудового распорядка, требования охраны труда и пожарной безопасности.

- Ведут дневники, заполняют журналы наблюдений и результатов лабораторных исследований, оформляют другие учебно-методические материалы, предусмотренные программой практики, в которых записывают данные о характере и объеме практики, методах её выполнения.

- Представляют своевременно руководителю практики дневник, письменный отчет о выполнении всех заданий, отзыв от руководителя практики от Организации и сдают дифференцированный зачет по практике в соответствии с формой аттестации результатов практики, установленной учебным планом с учетом требований ФГОС и ОПОП.

- Несут ответственность за выполняемую работу и её результаты.

6.2 Инструкция по технике безопасности

Перед началом практики заместители деканов факультетов по науке профориентационной работе и руководители практики от Университета проводят инструктаж студентов по вопросам охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, производственной санитарии и общим вопросам содержания практики с регистрацией в журнале инструктажа и вопросам содержания практики.

6.2.1. Общие требования охраны труда

К самостоятельной работе допускаются лица в возрасте, установленном для конкретной профессии (вида работ) ТК и Списком производств, профессий и работ с тяжелыми и вредными условиями труда, на которых запрещается применение труда женщин, и Списком производств, профессий и работ с тяжелыми и вредными условиями, на которых запрещено применение труда лиц моложе 18 лет.

Обучающиеся должны проходить предварительный медицинский осмотр и, при необходимости, периодический осмотр и противоэнцефалитные прививки. После этого – обучение по охране труда: вводный инструктаж, первичный на рабочем месте с последующей стажировкой и в дальнейшем – повторный, внеплановый и целевой инструктажи; раз в год – курсовое обучение.

Обучающийся обязан соблюдать правила трудового внутреннего распорядка, установленные для конкретной профессии и вида работ, режим труда и отдыха, правила пожарной и электробезопасности.

Обучающийся обязан: выполнять работу, по которой обучен и проинструктирован по охране труда и на выполнение которой он имеет задание; выполнять требования инструкции по охране труда, правила трудового внутреннего распорядка, не распивать спиртные напитки, курить в отведенных местах и соблюдать требования пожарной безопасности; работать в спецодежде и обуви, правильно использовать средства индивидуальной и групповой защиты, знать и соблюдать правила проезда в пассажирском транспорте.

При несчастном случае необходимо: оказать пострадавшему первую помощь (каждый обучающийся должен знать порядок ее оказания и назначение лекарственных препаратов индивидуальной аптечки); по возможности сохранить обстановку случая, при необходимости вызвать скорую помощь и о случившемся доложить непосредственному руководителю работ.

В соответствии с действующим законодательством обучающийся обязан выполнять требования инструкций, правил по охране труда, постоянно и правильно использовать средства индивидуальной и групповой защиты. Своевременно проходить предварительные и периодические медицинские осмотры, противозенцефалитные прививки и иные меры профилактики заболеваемости и травматизма.

7. Методические указания по выполнению программы практики

7.1. Документы, необходимые для аттестации по практике

Выпускающей кафедрой связей с общественностью и речевой коммуникации, проводящей преддипломную (производственную) практику, установлены следующие отчетные документы по данному виду практики (в соответствии с ее спецификой):

- Дневник по практике,
- Отчет по практике.

Дневник по практике ведется практикантом во время прохождения практики. Отчет по практике составляется на завершающем (третьем) этапе прохождения практики.

По завершении практики обучающиеся в установленный срок представляют на выпускающую кафедру:

- 1) дневник по практике, заполненный по всем разделам и подписанный руководителем практики.
- 2) отчет по практике, включающий текстовые, табличные и графические материалы, отражающий решение предусмотренных программой практики задач и выполнение индивидуального задания.

7.2. Правила оформления и ведения дневника

Дневник по практике является основным отчетным документом, характеризующим и подтверждающим прохождение обучающимся практики, в котором отражается его текущая работа в процессе практики, в частности:

- выданное обучающемуся индивидуальное задание на практику;
- краткое описание выполненной обучающимся практической работы с указанием темы, места и сроков выполнения, а также отзыв (характеристика и оценка обучающегося) руководителей практики о качестве выполненной работы;
- календарный график прохождения практики обучающимся с отметками о полноте и уровне его выполнения.

Во время прохождения преддипломной практики обучающиеся ведут дневник по практике, записывая в него всю проделанную работу: изучение информационных и учебных материалов, выполнение исследовательской работы, трудовых функций.

Дневник заполняется ежедневно по окончании рабочего дня. В дневнике отражаются все виды профессиональных работ, в которых обучающийся принимал участие. При описании выполненных работ указывают цель и характеристику работы, способы и методы ее выполнения, приводятся результаты.

Необходимо помнить, что дневник является основным документом, характеризующим работу обучающегося во время прохождения практики. Записи в дневнике должны быть четкими и аккуратными. Ежедневно дневник проверяет преподаватель, ответственный за практику, делает устные и письменные замечания по ведению дневника и ставит свою подпись.

7.3. Общие требования, структура отчета и правила его оформления

Общие требования к отчету:

- четкость и логическая последовательность изложения материала;
- убедительность аргументации;
- краткость и точность формулировок, исключающих возможность неоднозначного толкования;
- конкретность изложения результатов работы;
- обоснованность рекомендаций и предложений.

Структура отчета. Структурными элементами отчета являются:

- титульный лист;
- содержание;
- перечень сокращений, условных обозначений, символов, единиц и терминов;
- введение;
- основная часть;
- заключение;
- библиографический список;
- приложения.

Описание элементов структуры отчета. Отчет представляется в виде пояснительной записки. Описание элементов структуры приведено ниже.

Титульный лист отчета. Титульный лист является первым листом отчета. Переносы слов в надписях титульного листа не допускаются. Образец оформления титульного листа отчета по преддипломной практике приведен в Приложении А.

Перечень сокращений и условных обозначений. Перечень сокращений и условных обозначений – структурный элемент отчета, дающий представление о вводимых автором отчета сокращениях и условных обозначениях. Элемент является необязательным и применяется только при наличии в отчете сокращений и условных обозначений.

Содержание. Содержание – структурный элемент отчета, кратко описывающий структуру отчета с номерами и наименованиями разделов, подразделов, а также перечислением всех приложений и указанием соответствующих страниц.

Введение и заключение. «Введение» и «Заключение» – структурные элементы отчета, требования к ним определяются настоящей программой практики. «Введение» и «Заключение» не включаются в общую нумерацию разделов и размещают на отдельных листах. Слова «Введение» и «Заключение» записывают посередине страницы.

Во Введении отчета по практике необходимо на основе обобщения, анализа и систематизации собранного материала раскрыть основные вопросы и направления исследовательской и профессиональной деятельности, которыми занимался обучающийся на практике. В частности, во введении необходимо определить актуальное проблемное поле проведенного исследования, объект, предмет, цель, задачи исследования, используемый методологический инструментарий, а также перечислить основные структурные элементы отчета.

В Заключении приводятся общие выводы, а также даются практические рекомендации по совершенствованию коммуникационной стратегии организации.

Основная часть. Основная часть отчета по преддипломной практике должна включать:

1. Название и краткое описание организации, в которой студент проходил практику.
2. Краткий анализ работы рекламного или PR-отдела, особенности целевой аудитории, технологии подготовки и проведения спецмероприятий;
3. Описание работ, выполненных студентом за период прохождения практики по основным направлениям специальности (исследования и специальные события в области связей с общественностью; основные методы взаимодействия со СМИ и т.п.);
4. Концепция коммуникационной стратегии организации с годовым планом работ.
5. Характеристика имиджевых и коммуникационных материалов, собранных в ходе работы.

6. Описание мероприятий, в которых студент принял участие.
7. Характеристика собственных материалов, подготовленных студентом за время практики, методы сбора информации, использованные при их подготовке.
8. Выводы и предложения, сделанные по результатам проведенного анализа деятельности организации или отдельного подразделения в соответствии с индивидуальным заданием.
9. Затруднения, которые возникли по конкретным проблемам, и предложения по их решению.
10. Студент может включить в отчет должностную инструкцию менеджера по связям с общественностью или по продвижению в СМИ, описать взаимосвязь работы PR-службы (PR-специалиста) с работой других подразделений; планы PR-кампаний; описание необходимости внутрикорпоративных PR и программу по их развитию; особенности фирменного стиля предприятия; описание конкурентной среды организации.

Библиографический список. Библиографический список – структурный элемент отчета, который приводится в конце текста отчета, представляющий список литературы и другой документации, использованной при составлении отчета. В библиографический список включаются источники, на которые есть ссылки в тексте отчета (не менее 10 источников). Обязательно присутствие источников, опубликованных в течение последних 3-х лет и зарубежных источников. Список использованных источников помещается на отдельном нумерованном листе (листах) пояснительной записки, а сами источники записываются и нумеруются в порядке их упоминания в тексте. Источники должны иметь последовательные номера, отделяемые от текста точкой и пробелом. Оформление производится согласно ГОСТ 7.1-84.

Приложения (по необходимости). Приложения являются самостоятельной частью отчета. В приложениях помещают материал, дополняющий основной текст.

Приложениями могут быть:

- графики, диаграммы;
- таблицы большого формата,
- статистические данные;
- опубликованные материалы;
- аудио- и видеоматериалы;
- PR и рекламные материалы (PR-тексты, сценарии, медиа-планы);
- макеты сверстанных полос и рекламных модулей,
- фотоматериалы;
- материалы, размещенные на информационных сайтах (скриншот);
- инфографика и т.д.

Оформление текстового материала (ГОСТ 7.0.11 – 2011)

1. Отчет должен быть выполнен печатным способом с использованием компьютера и принтера на одной стороне белой бумаги формата А 4 (210x297 мм).
2. Поля: с левой стороны - 25 мм; с правой - 10 мм; в верхней части - 20 мм; в нижней - 20 мм.
3. Тип шрифта: *Times New Roman Cyr*. Шрифт основного текста: обычный, размер 14 пт. Шрифт заголовков разделов (глав): полужирный, размер 16 пт. Шрифт заголовков подразделов: полужирный, размер 14 пт. Цвет шрифта должен быть черным. Межсимвольный интервал – обычный. Межстрочный интервал – полуторный. Абзацный отступ – 1,25 см.
4. Страницы должны быть пронумерованы. Порядковый номер ставится в **середине верхнего поля**. Первой страницей считается титульный лист, но номер страницы на нем не проставляется.
5. Главы имеют **сквозную нумерацию** в пределах отчета и обозначаются арабскими цифрами. **В конце заголовка точка не ставится**. Если заголовок состоит из двух предложений, их разделяют точкой. **Переносы слов в заголовках не допускаются**.
6. Номер подраздела (параграфа) включает номер раздела (главы) и порядковый номер подраздела (параграфа), разделенные точкой. Пример – 1.1, 1.2 и т.д.
7. Каждая глава отчета начинается с новой страницы.
8. Написанный и оформленный в соответствии с требованиями отчет обучающийся регистрирует на кафедре.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение практики

8.1. Основная литература

1. Лопатина, Н. В. Социология маркетинга : учебное пособие / Н. В. Лопатина. — Москва : Академический Проект, 2020. — 304 с. — ISBN 978-5-8291-3172-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/132833> (дата обращения: 25.03.2020).
2. Малькевич, А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учебное пособие для академического бакалавриата / А. А. Малькевич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 109 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-09415-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/441313> (дата обращения: 25.02.2020).
3. Управление проектами : учебник / В.Н. Островская, Г.В. Воронцова, О.Н. Момотова [и др.]. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2019. — 400 с. — ISBN 978-5-8114-4043-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/114700> (дата обращения: 29.02.2020).
4. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование : учебник / Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин. — Москва : Дашков

и К, 2017. — 488 с. — ISBN 978-5-394-01185-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/93416> (дата обращения: 17.02.2020).

8.2. Дополнительная литература

1. Домнин, В. Н. Брендинг : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. Н. Домнин. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 411 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02980-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblioonline.ru/bcode/433237> (дата обращения: 25.02.2020).
2. Назайкин, А.Н. Современное медиапланирование: учебное пособие / А.Н. Назайкин. — 4-е, изд. — Москва : СОЛОН-Пресс, 2016. — 448 с. — ISBN 978-5-91359-210-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/107647> (дата обращения: 17.02.2020).
3. Рекламный дискурс и рекламный текст : монография. — 3-е изд., стер. — Москва : ФЛИНТА, 2016. — 296 с. — ISBN 978-5-9765-1112-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/85903> (дата обращения: 18.02.2020).
4. Руженцева, Н.Б. Стилистика и литературное редактирование рекламных и PR-текстов : учебное пособие / Н.Б. Руженцева. — 2-е изд., стер. — Москва : ФЛИНТА, 2016. — 184 с. — ISBN 978-5-9765-1217-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/85944> (дата обращения: 20.02.2020).
5. Украинцев, Ю.Д. Информатизация общества : учебное пособие / Ю.Д. Украинцев. — Санкт-Петербург : Лань, 2019. — 220 с. — ISBN 978-5-8114-3845-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/123696> (дата обращения: 29.02.2020).

8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Таблица 8

№ п/п	Наименование ресурса	Электронный адрес
1.	EBSCO – Универсальная база данных зарубежных полнотекстовых научных журналов по всем областям знаний.	http://search.epnet.com (открытый доступ)
2.	EmeraldManagementExtra 111 - база данных по экономическим наукам, включает 111 полнотекстовых журналов издательства Emerald по менеджменту и смежным дисциплинам.	www.emeraldinsight.com/ft (открытый доступ)
3.	Библиографические базы данных ИНИОН по социальным и гуманитарным наукам.	http://www.inion.ru/ (открытый доступ)

9. Материально-техническое обеспечение практики

Преддипломная практика реализуется на площадках крупных рекламных, коммуникационных и диджитал компаний, в пресс-службах, редакциях СМИ в помещениях и с использованием оборудования организации (учреждения, предприятия), где студент проходит практику.

Материально-техническое обеспечение баз проведения преддипломной практики (см. п. 4) соответствует действующим санитарным и противопожарным нормам, требованиям техники безопасности при проведении производственных практик и включает в себя:

- необходимую для выполнения трудовых функций в сфере рекламы и связей с общественностью оргтехнику (электронные технические средства): компьютер, принтер, сканер, телефон, фото-, кинокамеру, проектор и т.п.;
- офисную мебель;
- канцелярские принадлежности.

10. Критерии оценки умений, навыков (в том числе и заявленных компетенций)

10.1. Текущая аттестация по разделам практики

Вопросы для текущей аттестации

1. Перечислите основные нормативно-правовые документы, которые регулируют деятельность рекламных и PR-агентств.
2. Назовите нормативные документы, регламентирующие деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью.
3. Перечислите основные виды PR-текстов, особенности их жанровой структуры и правила написания.
4. Представьте классификацию мероприятий медиарелейшнз.
5. Сформулируйте цели, задачи, правила подготовки медиаплана.
6. Назовите основные PR-технологии, охарактеризуйте их.
7. Роль информационных баз данных в связях с общественностью.
8. Назовите основные PR-инструменты, дайте характеристику каждому.
9. Перечислите основные нормативно-правовые и законодательные документы Российской Федерации в области средств массовой информации и рекламы.
10. Опишите основные методы исследования в связях с общественностью.
11. Назовите основные подходы к обеспечению рекламной

- деятельности.
12. Перечислите инструменты маркетинговых исследований.
 13. Охарактеризуйте методы анализа и оценки проведенных маркетинговых коммуникаций.
 14. Назовите основные формы управления маркетинговыми коммуникациями.
 15. Охарактеризуйте основные базы данных, актуальные для рекламы и связей с общественностью. Анализ и сегментация рынка
 16. Стратегическое планирование организации
 17. Маркетинговые исследования в рекламе и связях с общественностью
 18. Содержание и направления маркетинговых исследований
 19. Тип маркетинговой информации и источники ее получения
 20. Маркетинговая информационная система и организация проведения маркетинговых исследований
 21. Планирование PR-мероприятий и их дифференциация
 22. Планирование рекламных кампаний
 23. Планирование бюджета PR-кампании
 24. Планирование бюджета рекламной кампании
 25. Принципы, цели и этапы измерения эффективности PR и рекламной деятельности
 26. Теоретико-прикладные проблемы формирования общественного мнения.
 27. Технология формирования общественного мнения.

10.2. Промежуточная аттестация по практике

Зачет с выставлением дифференцированной оценки, получает студент, прошедший практику, ведущий дневник практики, имеющий отчет со всеми отметками о выполнении.

Студенты, не выполнившие программы практик по уважительной причине, направляются на практику вторично, в свободное от учебы время, либо практика переносится на следующий год с оформлением соответствующего приказа.

Студенты, не выполнившие программы практик без уважительной причины, или получившие отрицательную оценку отчисляются из Университета как имеющие академическую задолженность в порядке, предусмотренном Уставом Университета.

Промежуточный контроль по практике – зачёт/зачёт с оценкой.

Критерии оценивания результатов обучения

Таблица 6


Оценка	Критерии оценивания
Высокий уровень «5» (отлично)	оценку «отлично» заслуживает студент, освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал без пробелов; выполнивший все задания, предусмотренные учебным планом на высоком качественном уровне; практические навыки

	профессионального применения освоенных знаний сформированы.
Средний уровень «4» (хорошо)	оценку «хорошо» заслуживает студент, практически полностью освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не оценены максимальным числом баллов, в основном сформировал практические навыки.
Пороговый уровень «3» (удовлетворительно)	оценку «удовлетворительно» заслуживает студент, частично с пробелами освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, многие учебные задания либо не выполнил, либо они оценены числом баллов близким к минимальному, некоторые практические навыки не сформированы.
Минимальный уровень «2» (неудовлетворительно)	оценку «неудовлетворительно» заслуживает студент, не освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не выполнил, практические навыки не сформированы.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

Разработчик: Евграфова Л.В., к.э.н., доцент

(Ф.И.О., ученая степень, ученое звание)


«16» 06 2025

РЕЦЕНЗИЯ
на программу практики Б2.О.01.02 (П) «Преддипломная практика»
ОПОП ВО по направлению 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью»,
направленность «Реклама и медиакоммуникации» (квалификация (степень)
выпускника – бакалавр)

Швецова Елена Андреевна, генеральный директор ООО Агентство «ЭЙДЖИБИ» (далее по тексту рецензент), проведена рецензия рабочей программы «Преддипломная практика» ОПОП по направлению 42.03.01 - «Реклама и связи с общественностью» (бакалавриат), направленности «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК), разработанной в ФГБОУ ВО «Российский аграрный университет – МСХА имени К.А. Тимирязева» на кафедре связей с общественностью и речевой коммуникации (разработчик – Евграфова Людмила Владимировна, доцент кафедры связей с общественностью и речевой коммуникации, кандидат экономических наук).

Рассмотрев представленные на рецензию материалы, рецензент пришел к следующим выводам:

1. Предъявленная программа практики «Преддипломная практика» (далее по тексту Программа) соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению «Реклама и связи с общественностью», утверждённого приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «08» июня 2017 г. № 512 и зарегистрированного в Минюсте РФ «29» июня 2017 г. № 47220.

2. Программа содержит все основные разделы, соответствует требованиям к нормативно-методическим документам, предъявляемых к программе ФГОС ВО.

3. В соответствии с Программой за преддипломной практикой закреплено 2 общепрофессиональных (ОПК) и 1 универсальная (УК) **компетенции**.

4. Практика «Преддипломная практика» и представленная Программа способна реализовать их в объявленных требованиях.

5. **Результаты обучения**, представленные в Программе в категориях знать, уметь, владеть соответствуют специфике и содержанию практики и демонстрируют возможность получения заявленных результатов.

6. Общая трудоёмкость практики «Преддипломная практика» составляет 6 зачётных единиц (216 часов), что соответствует требованиям ФГОС ВО.

7. Представленная Программа предполагает использование современных образовательных технологий, используемых при реализации различных видов учебной работы. Формы образовательных технологий соответствуют специфике практики.

8. Формы оценки знаний, представленные в Программе, соответствуют специфике практики и требованиям к выпускникам.

9. Учебно-методическое обеспечение практики представлено: основной литературой – 4 источника (учебники, учебное пособие), дополнительной литературой – 5 наименований, все источники со ссылкой на электронные ресурсы, Интернет-ресурсы – 3 источника и соответствует требованиям ФГОС ВО направления «Реклама и связи с общественностью».

10. Материально-техническое обеспечение практики соответствует специфике практики «Преддипломная практика» и обеспечивает использование современных образовательных методов обучения.

ОБЩИЕ ВЫВОДЫ

На основании проведенной рецензии можно сделать заключение, что характер, структура и содержание программы преддипломной практики ОПОП ВО по направлению 42.03.01 - «Реклама и связи с общественностью», направленность «Реклама и медиакоммуникации» (квалификация (степень) выпускника – бакалавр), разработанная Евграфовой Людмилой Владимировной, доцентом кафедры связей с общественностью и речевой коммуникации и туризма, кандидат экономических наук,, соответствует

требованиям ФГОС ВО, современным требованиям экономики, рынка труда и позволит при её реализации успешно обеспечить формирование заявленных компетенций.

Рецензент: Швецова Е.А, генеральный директор ООО Агентство «ЭЙДЖИБИ»



№ 000 2025