

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ястребов Олег Александрович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 13.05.2026 15:02:12  
Уникальный программный ключ:  
ca953a0120d891083f939673078ef1a9890ae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»**

**Институт мировой экономики и бизнеса**

(наименование основного учебного подразделения (ОУП) – разработчика ОП ВО)

## **ПРОГРАММА ПРАКТИКИ**

### **Производственная (проектная) практика**

(наименование практики)

*Производственная практика*

(вид практики: учебная, производственная)

### **Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:**

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(код и наименование направления подготовки/специальности)

**Практическая подготовка обучающихся ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):**

**Цифровые маркетинговые коммуникации**

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

## 1. ЦЕЛЬ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

«Производственная (проектная) практика» входит в программу 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» «Цифровые маркетинговые коммуникации» и проходит «в 6 семестре» «3 курса». Практику реализует «Кафедра рекламы и бизнес-коммуникаций».

Целью проведения «Производственной (проектной) практики» является: проведение комплекса практических и научно-исследовательских работ, направленных на закрепление и углубление теоретической подготовки обучающихся, а также приобретение ими практических навыков и компетенций в сфере профессиональной деятельности.

## 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОБУЧЕНИЯ ПО ИТОГАМ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Проведение «Производственной (проектной) практики» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при прохождении практики (результатов обучения по итогам практики)

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной практики)
ПК-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-1.1 Знает 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; ПК-1.2 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии; ПК-1.3 Владеет навыками участия в организации внутренних и внешних коммуникаций;
ПК-2	Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК-2.1 Знает основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта; ПК-2.2 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта; ПК-2.3 Владеет навыками осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами;
ПК-3	Способен организовывать и проводить общепрофилактические, адресные, индивидуальные мероприятия по противодействию распространения идеологии терроризма и идей неонацизма	ПК-3.1 Определяет содержание и формы профилактической работы по противодействию идеологии терроризма и неонацизма в соответствии с действующими нормативными правовыми актами; ПК-3.2 Организует и проводит профилактические мероприятия в образовательной или социальной среде в соответствии с установленными требованиями и нормативными документами;
ПК-4	Способен применять типовые алгоритмы проектной деятельности в сфере рекламы и связей с	ПК-4.1 Знает типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; особенности

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной практики)
	общественностью, готовить основные документы по ее сопровождению, использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании	<p>документооборота по ее сопровождению; результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта; особенности, методы и технологии обеспечения информационной и коммуникационной поддержки проекта; тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.;</p> <p>ПК-4.2 Умеет реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта; анализировать поведение участников на различных этапах осуществления коммуникационного проекта; обеспечивать информационную и коммуникационную поддержку участников проекта и партнеров; вести документооборот проекта; осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии;</p> <p>ПК-4.3 Владеет методами выбора типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; методами использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта; методами подготовки и анализа основных документов по проекту; методами информационного и коммуникационного обеспечения проекта; методами тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.;</p>

### 3. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

«Производственная (проектная) практика» относится к обязательной части.

В рамках ОП ВО обучающиеся также осваивают дисциплины и/или другие практики, способствующие достижению запланированных результатов обучения по итогам прохождения «Производственной (проектной) практики».

*Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов обучения по итогам прохождения практики*

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
ПК-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Производственная (ознакомительная) практика; История рекламы и связей с общественностью; Основы интегрированных коммуникаций в рекламе;	Преддипломная практика; Теория и практика продаж в рекламе; Тренды в медиапотреблении**; Теория и практика PR-

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
		<p>Психология рекламы и PR;  PR в современном мире**;  Продюсирование в коммуникационной деятельности**;  Нестандартные рекламные и PR-технологии**;  Разработка рекламной идеи**;  Реклама в современном мире**;  Креативные коммуникации**;  Современные технологии презентации**;  Информационные ресурсы для коммуникационной деятельности**;  Актуальные аспекты PR-деятельности**;  Основы разработки PR-проектов**;  Введение в журналистику**;  Креатив в дизайне**;  Практические аспекты в рекламе**;  Этика в маркетинговых коммуникациях**;  Маркетинг на B2C рынке**;  Нейромаркетинг**;  Практика немедийных коммуникаций**;  CRM-системы**;  История коммуникационного бизнеса**;  Управление медиамиксом**;  Продвижение в шоу-бизнесе**;  Эмоциональный интеллект**;  Современные аспекты мониторинга СМИ**;  Создание видеоконтента**;  Психологические аспекты работы с аудиторией**;</p>	<p>кампаний**;  Out-of-home реклама**;  Управление коммуникационными проектами**;  Разработка Digital-проекта**;  Теория и практика рекламных кампаний**;  Менеджмент рекламного агентства**;  Управление кризисами**;  Контент-маркетинг**;  Анализ данных и искусственный интеллект**;  Мобильный маркетинг**;  Мерчендайзинг**;  Искусственный интеллект в коммуникационной деятельности;</p>
ПК-2	Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	<p>Проектная документация в маркетинговых коммуникациях**;  Основы визуальных коммуникаций**;  Технологии создания персонального имиджа**;</p>	<p>Теория и практика брендинга;  Поведение потребителей;  Теория и практика продаж в рекламе;  Современные стратегии и тактики продвижения**;  Эффективность</p>

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
		<p>Арт-менеджмент**;  Ораторское искусство**;  Художественные образы в коммуникациях**;  Введение в цифровые коммуникации**;  Мировая художественная культура**;  Основы публичного выступления**;  Массовая культура в коммуникациях**;  Личный бренд с нуля**;  Имиджевые коммуникации**;  Звуковые образы в коммуникациях**;  Финансовый менеджмент;  Производственная (ознакомительная) практика;  Компьютерные технологии в дизайне рекламы;  Основы интегрированных коммуникаций в рекламе;  VTL-технологии продвижения;  Событийный маркетинг**;  Разработка нового продукта**;  Креативные стратегии**;  Бренд-коммуникации**;  Спичрайтинг**;  Индустрия цифровых коммуникаций**;  Креатив в маркетинге**;  Визуальная коммуникация бренда**;  Спонсорство и партнерство**;  Культурные и креативные индустрии**;</p>	<p>коммуникационных кампаний**;  Маркетинг инноваций**;  HR-службы в системе маркетинговых коммуникаций**;  Технологии геймификации в системе продвижения товаров и услуг**;  Тренды маркетинговых коммуникаций;  Коммуникационный дизайн**;  Социальный брендинг**;  Медиапланирование;  Медиаэкономика**;  Интерактивность в маркетинговых коммуникациях**;  Методы коммуникационных исследований**;  Performance-маркетинг**;  Международные маркетинговые коммуникации**;  Преддипломная практика;</p>
ПК-3	Способен организовывать и проводить общепрофилактические, адресные, индивидуальные мероприятия по противодействию распространения идеологии терроризма и идей неонацизма	Производственная (ознакомительная) практика; Основы военной подготовки. Безопасность жизнедеятельности;	Преддипломная практика;
ПК-4	Способен применять	Практика цифровых	Преддипломная практика;

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
	<p>типичные алгоритмы проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, готовить основные документы по ее сопровождению, использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании</p>	<p>коммуникаций**;          Основы создания медиатекстов**;          Методы воздействия в массовых коммуникациях**;          История кинематографа**;          Развитие креативного мышления**;          Имидж территорий**;          Бизнес-этикет**;          Практика медиакоммуникаций**;          Разработка коммуникационного проекта**;          Учебная практика;          Технологии создания рекламного образа**;          Введение в коучинг**;          Основы работы с общественным мнением**;          Введение в психологию коммуникаций**;          Тренды медиадизайна**;          Проектное сопровождение фестивальной рекламы**;          Введение в политические коммуникации**;          PR: бизнес-стратегии и бизнес-процессы**;          Сторителлинг**;          Дизайн-мышление**;          Менеджмент цифровых коммуникаций;          Производственная (ознакомительная) практика;          Основы менеджмента;          Социология;          Основы интегрированных коммуникаций в рекламе;          Управление человеческими ресурсами;          Практика мультимедийного контента**;          Продакт плейсмент**;          Знаковые системы в дизайне**;          Индустрия маркетинговых услуг**;          Практика социальной рекламы**;</p>	<p>Медиапланирование;          Поведение потребителей;          Теория и практика продаж в рекламе;</p>

\* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

## 4. ОБЪЕМ ПРАКТИКИ

Общая трудоемкость «Производственной (проектной) практики» составляет 6 зачетных единиц (216 ак.ч.).

## 5. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Таблица 5.1. Содержание практики\*

Номер раздела	Наименование разделов практики	Содержание раздела (темы, виды практической деятельности)		Трудоемкость, ак.ч.
Раздел 1	Вводная лекция по организации и содержанию практики	1.1	Права и обязанности студента на практике	2
		1.2	Правила составления отчетных документов по практике	2
		1.3	Инструктаж по технике безопасности	2
Раздел 2	Учебно-ознакомительный	2.1	Общие сведения о компании/организации	32
		2.2	Маркетинговые показатели организации	32
		2.3	Показатели рекламной и PR-политики	32
Раздел 3	Ведение проектной деятельности	3.1	Выполнение индивидуального задания	32
		3.2	Выполнение коммуникационных задач	32
		3.3	Сбор и систематизация информации	32
Оформление отчета по практике				9
Подготовка к защите и защита отчета по практике				9
<b>ВСЕГО:</b>				<b>216</b>

\* - содержание практики по разделам и видам практической подготовки ПОЛНОСТЬЮ отражается в отчете обучающегося по практике.

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Материально-техническое обеспечение состоит из компьютерного оснащения организаций-баз практик и соответствующего программного обеспечения для решения конкретных практических задач на практике.

На базе РУДН учащиеся имеют доступ к следующему техническому оснащению:

- Доступ к ЭИОС для получения методических материалов;
- Технологическое оборудование ИМЭБ ЭФ;
- Компьютерное оборудование ИМЭБ ЭФ;
- Демонстрационное оборудование: ноутбук, мультимедийный проектор, экран для защиты отчета по практике.

## 7. СПОСОБЫ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Практика может проводиться как в структурных подразделениях РУДН или в организациях г. Москвы (стационарная), так и на базах, находящихся за пределами г. Москвы (выездная).

Проведение практики на базе внешней организации (вне РУДН) осуществляется на основании соответствующего договора, в котором указываются сроки, место и условия проведения практики в базовой организации.

Сроки проведения практики соответствуют периоду, указанному в календарном учебном графике ОП ВО. Сроки проведения практики могут быть скорректированы при согласовании с Управлением образовательной политики и Управлением организации практик и содействия трудоустройству выпускников в РУДН.

## 8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Основная литература:

1. Коноваленко В.А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность : учебник для бакалавров / В.А. Коноваленко, М.Ю. Коноваленко, Н.Г. Швед. - М. : Юрайт, 2017, 2021. - 383 с.

*Дополнительная литература:*

1. Жильцова О.Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для ба-калавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 233 с. — (Серия : Ба-калавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9889-4.

[www.biblio-online.ru/book/47AF62A3-0EAE-4871-83A8-2C1DCEBF90362](http://www.biblio-online.ru/book/47AF62A3-0EAE-4871-83A8-2C1DCEBF90362)

2. Забродин В.Ю. Социология и психология управления: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. Ю. Забродин. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 147 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-09952-2. — Режим доступа:

[www.biblio-online.ru/book/47699FE0-890E-45C3-81C6-69ACA59D7DD1](http://www.biblio-online.ru/book/47699FE0-890E-45C3-81C6-69ACA59D7DD1)

3. Таратухина Ю.В. Деловые и межкультурные коммуникации/ Ю. В. Таратухина, З. К. Авдеева. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 324 с.

[www.biblio-online.ru/book/B2B8927E-3F14-44DA-A3DE-80A1BFB73914](http://www.biblio-online.ru/book/B2B8927E-3F14-44DA-A3DE-80A1BFB73914)

4. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд : учебное пособие для студентов вузов / А.Н. Чумиков. - 2-е изд., испр. и доп. ; Электронные текстовые данные. - М. : Аспект Пресс, 2014, 2016, 2017. - 159 с. - (Учебник нового поколения). - ISBN 978-5-7567-0717-5. - ISBN 978-5-7567-0819-6 : 220.00. <https://lib.rudn.ru/MegaPro/Download/MObject/3546>

5. Шарков Ф.И. Правовые основы коммуникации в рекламе, связях с общественностью, журналистике [Текст/электронный ре-сурс] : Учебное пособие / Ф.И. Шарков, В.И. Захарова. - Электронные текстовые данные. - М. : Проспект, 2018, 2017. - 224 с. - ISBN 978-5-392-27750-6 : 400.00. <http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/6258>

*Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:*

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН <https://mega.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

- ЭБС «Юрайт» <http://www.biblio-online.ru>

- ЭБС «Консультант студента» [www.studentlibrary.ru](http://www.studentlibrary.ru)

- ЭБС «Знаниум» <https://znanium.ru/>

2. Базы данных и поисковые системы

- Sage <https://journals.sagepub.com/>

- Springer Nature Link <https://link.springer.com/>

- Wiley Journal Database <https://onlinelibrary.wiley.com/>

- Наукометрическая база данных Lens.org <https://www.lens.org>

*Учебно-методические материалы для прохождения практики, заполнения дневника и оформления отчета по практике \*:*

1. Правила техники безопасности при прохождении практики «Производственная (проектная) практика» (первичный инструктаж).

2. Общее устройство и принцип работы технологического производственного оборудования, используемого обучающимися при прохождении практики; технологические карты и регламенты и т.д. (при необходимости).

3. Методические указания по заполнению обучающимися дневника и оформлению отчета по практике «Производственная (проектная) практика».

**РАЗРАБОТЧИКИ**

Доцент

---

Должность

**РУКОВОДИТЕЛЬ БУП**

Заведующий кафедрой

---

Должность

**РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО**

Заведующий кафедрой

---

Должность

Осмоловская А.В.

---

Фамилия И.О

Трубникова Н.В.

---

Фамилия И.О

Трубникова Н.В.

---

Фамилия И.О