

**Межгосударственная организация высшего образования
«Российско-Армянский университет»**

Утверждено
Директор института
Маркарян К.В. 



«_24_» _июня_ 2026_ протокол № 6

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

Производственная практика (преддипломная практика)

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Наименование образовательной программы: «Реклама и связи с общественностью»

Форма обучения: очная

Согласовано:

ВрИО Заведующего Кафедрой

Кеворкова Н. И.



(подпись)

Куратор программы практики

Хачатрян А.А.



(подпись)

1. Общие положения

Рабочая программа производственной практики разработана в соответствии с федеральным государственным стандартом по направлению специальности «42.03.01. Реклама и связи с общественностью», утвержденным приказом Министерства науки и высшего образования РФ № 512 от 08.06.2017 г. и учебным планом.

1.1 Объем практики в зачетных единицах и ее продолжительность (указывается трудоемкость практики строго в соответствии с учебным планом. Расчет продолжительности практик совершается по следующей формуле – $з.е./1.5 = \text{продолжительность практики}$)

Трудоемкость производственной практики составляет:

в 8-ом семестре – 432 часа, 12 зачетных единиц.

1.2 Краткое описание практики

Цель практики — закрепление и углубление теоретических знаний, полученных в процессе обучения, формирование у обучающихся устойчивых профессионально-творческих компетенций, навыков самостоятельной творческой, копирайтерской, дизайнерской и организационной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.

Задачи практики:

- Изучение структуры, специфики и творческих бизнес-процессов профильной организации (коммуникационного агентства, PR-отдела, пресс-службы, креативного бюро).
- Освоение технологий создания креативных концепций, текстового, графического и мультимедийного контента для различных каналов коммуникации.
- Участие в планировании, организации и креативном сопровождении коммуникационных кампаний и специальных мероприятий.
- Сбор, анализ и систематизация эмпирического материала для выполнения будущей выпускной квалификационной работы (ВКР).

1.3 Место производственной (преддипломной) практики в структуре ОПОП

Производственная (преддипломная) практика обеспечивает преемственность и последовательность в изучении теоретического и практического материала, предусматривает комплексный подход к предмету изучения и охватывает все основные объекты связей с общественностью в рекламной сфере. Для прохождения производственной практики студент должен обладать знаниями в пределах освоенных курсов, демонстрировать основные навыки необходимые в овладении профессией, усвоенные в ходе практических занятий: умение анализировать, обобщать, делать выводы; организовывать свою деятельность в рамках непосредственной деятельности организации, способствовать выполнению задач, поставленных перед организацией; уметь решать производственные задачи в рамках определённой для студента компетенции.

Прохождение производственной практики создаёт базу для успешной исследовательской деятельности при работе над дипломной.

Формы проведения производственной (преддипломной) практики: профильная деятельность в рамках коммуникационного агентства, коммерческой или некоммерческой организации.

2. Требования к результатам (тип практики)

2.1 Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате прохождения производственной практики обучающийся должен приобрести следующие практические навыки, умения, универсальные и профессиональные компетенции:

Уметь работать в команде для достижения организационных целей и экономического успеха; управлять процессом приобретения новых знаний и наработки навыков профессиональной деятельности; самостоятельно и творчески решать производственные задачи в рамках определённого функционала; выстраивать коммуникации в рамках решения производственных задач; использовать методы сбора и обработки информации;

Знать участников сферы деятельности и основные принципы взаимодействия со СМИ, представителями заказчика или агентства; принципы разработки и исполнения рекламных и PR-проектов; технологический процесс подготовки и реализации PR-мероприятий; документационное обеспечение профессиональной деятельности; этические принципы взаимодействия в индустрии;

Владеть приёмами разработки рекламных и PR мероприятий; методами сбора и анализа необходимой информации для подготовки и реализации рекламных и PR мероприятий.

Код универсальной компетенции (в соответствии с ФГОС)	Наименование универсальной компетенции (в соответствии с ФГОС)	Код индикатора достижения компетенций (в соответствии рабочим с учебным планом)	Наименование индикатора достижений компетенций (в соответствии рабочим с учебным планом)
УК – 1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК – 1.1	Знает как осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации для решения поставленных профессиональных задач.
		УК – 1.2	Умеет применять системный подход на основе поиска, критического анализа и синтеза информации для решения задач профессиональной области
		УК – 1.3	Владеет навыками поиска, синтеза и критического анализа информации в своей профессиональной области; владеет системным подходом для решения поставленных задач.
УК – 2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1	Знает подходы в постановке задач для достижения поставленной цели, обладает знаниями в выборе оптимальных способов их решения.
		УК-2.2	Умеет, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений, выбирать оптимальные способы решения задач в профессиональной области для достижения поставленной цели.
		УК-2.3	Владеет навыками определения круга профессиональных задач в рамках поставленной цели; выбором оптимальных способов их решения с учетом действующих правовых норм и имеющихся ресурсов
УК – 3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК – 3.1	Знает основные приемы и нормы социального взаимодействия; основные понятия и методы конфликтологии, технологии межличностной и деловой коммуникации, а также принципы командной работы.
		УК – 3.2	Умеет устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в команде; применяет основные нормы социального взаимодействия для самореализации и достижения личных и командных целей.
		УК – 3.3	Владеет навыками осуществления социального взаимодействия, способами реализации своей роли в команде
УК – 4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной	УК-4.1	Знает особенности устного и письменного общения на русском и иностранном языках; правила и

	формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)		закономерности деловой устной и письменной коммуникации.
		УК-4.2	Умеет применять различные методы делового общения на русском и иностранном языках как в устной, так и в письменной форме.
		УК-4.3	Владеет навыками чтения и перевода текстов на иностранном языке в профессиональном общении; навыками деловых коммуникаций в устной и письменной форме на русском и иностранном языках
УК – 5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1	Знает закономерности и особенности социально-исторического развития различных культур в этическом и философском контексте.
		УК-5.2	Понимает и воспринимает разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.
		УК-5.3	Владеет навыками взаимодействия в мире культурного многообразия с использованием этических норм поведения; а также навыками толерантного восприятия межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.
УК – 6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1	Знает основные приемы эффективного управления собственным временем; основные принципы самовоспитания и самообразования, профессионального и личностного развития, исходя из этапов карьерного роста и требований рынка труда.
		УК-6.2	Умеет планировать свое рабочее и личное время; формулирует цели личностного и профессионального развития и условия их достижения, исходя из индивидуально-личностных особенностей, поставленных жизненных целей и развития социальной ситуации.
		УК-6.3	Владеет навыками управления собственным временем; технологиями приобретения, использования и обновления социокультурных и профессиональных знаний, умений и навыков; методиками саморазвития и самообразования
УК – 7	Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для	УК-7.1	Знать основы физической культуры и здорового образа жизни; - влияние оздоровительных систем физического воспитания на укрепление здоровья,

	обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности		профилактику профессиональных заболеваний и вредных привычек
		УК-7.2	Уметь применять способы контроля и оценки физического развития и физической подготовленности
		УК-7.3	Владеет навыками поддержания здоровья и физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.
УК – 8	Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	УК-8.1	Знать правила поведения при возникновении чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения, оказывать первую помощь, описывать способы участия в восстановительных мероприятиях
		УК-8.2	Уметь анализировать факторы вредного влияния на жизнедеятельность элементов среды обитания (технических средств, технологических процессов, материалов, аварийно-опасных химических веществ, зданий и сооружений, природных и социальных явлений)
		УК-8.3	Владеть навыками применения основных методов защиты при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов в повседневной жизни и профессиональной деятельности
УК – 9	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9.1	Владеет навыками определения круга профессиональных задач в рамках поставленной цели; выбором оптимальных способов их решения с учетом действующих правовых норм и имеющихся ресурсов
		УК-9.2	Умеет планировать и осуществлять профессиональную деятельность с лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами.
		УК-9.3.	Владеет навыками взаимодействия в социальной и профессиональной сферах с лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами.
УК – 10	Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению	УК-10.1	Знает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике, методы личного экономического и финансового планирования, основные финансовые инструменты, используемые для управления личными финансами

		УК-10.2	Умеет анализировать информацию для принятия обоснованных экономических решений, применять экономические знания при выполнении практических задач.
		УК-10.3	Владеет способностью использовать основные положения и методы экономических наук при решении социальных
Код профессиональной компетенции (в соответствии рабочим с учебным планом)	Наименование профессиональной компетенции (в соответствии рабочим с учебным планом)	Код индикатора достижения компетенций (в соответствии рабочим с учебным планом)	Наименование индикатора достижений компетенций (в соответствии рабочим с учебным планом)
ПК – 1	Способен осуществлять маркетинговые исследования, проводить анализ ситуации на рынке продукции и услуг, определять целевую аудиторию потребителей продукции	ПК-1.1	Знает: маркетинговые технологии; основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации;
		ПК-1.2	Умеет: находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа; выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию, существенные характеристики целевой аудитории потребителей; составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования
		ПК-1.3	Владеет навыками: поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке; анализа имеющихся данных ситуации на рынке; определения целевой аудитории потребителей продукции и услуг; контроля выполнения договора, приемки результатов маркетингового исследования, социологического опроса, иных работ и услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке.
ПК – 2	Способен разрабатывать и представлять маркетинговые стратегии для продвижения рекламной продукции.	ПК- 2.1	Знает: маркетинговые технологии и технологии брендменеджмента; технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов; организацию системы сбыта и товародвижения, планирования оптовых и розничных продаж
		ПК- 2.2	Умеет: разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга; интегрировать различные

			средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций; осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение;
		ПК- 2.3	Владеет: навыками разработки концепции продвижения продукции и услуг, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий; выбора маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации.
ПК – 3	Способен создавать рекламные, PR или иные коммуникационные продукты с учетом специфики разных каналов коммуникации.	ПК-3.1.	Знает: различные коммуникационные технологии; содержание методов и приемов разработки рекламного, PR или иного коммуникационного продукта
		ПК-3.2	Умеет: осуществлять выбор эффективных методов и приемов разработки рекламного, PR или иного коммуникационного продукта и применять их с учетом специфики деятельности государственных и бизнес-структур
		ПК-3.3.	Владеет: навыками применения эффективных методов и приемов разработки рекламного, PR или иного коммуникационного продукта (в том числе современных информационно-компьютерных и интернет-технологий, специализированных программных продуктов).
ПК- 4	Способен создавать, редактировать и размещать информационные материалы на различных ресурсах: публиковать на сайте и обновлять информационные материалы через системы управления контентом (CMS); форматировать (визуальное – внесение необходимой и удаление лишней информации) и настраивать отображения веб-страниц	ПК-4.1	Знает: структуру, кодировку и языках разметки веб-страниц (базовые теги языка гипертекстовой разметки (HTML), фреймы, слои, куки-файлы); Требования к различным типам информационных ресурсов (текст, графика, мультимедиа) для представления на веб-сайте
		ПК-4.2	Умеет: заполнять веб-формы, работать с одним или несколькими браузерами на различных платформах; сетях интранет; размещать мультимедийные объекты на веб-страницах
		ПК-4.3	Владеет: текстовыми и графическими редакторами; технологиями размещения и передачи информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

ПК – 5	Способен организовывать работы по созданию, редактированию контента и управлению информацией из различных источников при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК-5.1	Знать: особенности и технологии реализации рекламных проектов и мероприятий
		ПК-5.2	Уметь: составлять тексты разных стилей, в том числе PR-тексты, редактировать тексты рекламы и связей с общественностью; использовать богатство и выразительность речи при составлении рекламных текстов
		ПК-5.3	Владеть: навыками копирайтинга; нормами русского литературного языка
ПК- 6	Способен к документационному сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью (редакционный тип задач)	ПК-6.1	Знать: требования и нормативы к документационному сопровождению проектирования в области рекламы и связей с общественностью
		ПК-6.2	Уметь оформлять документационное сопровождение проектов в сфере рекламы и (или) СО
		ПК-6.3	Владеть: навыками подготовки проектной и сопутствующей проектной документаций (экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт и др.)
ПК-7	Способен к редактированию контента в различных текстовых редакторах и обработке графической информации в различных графических редакторах.	ПК-7.1	Знать: основы компьютерной графики, методы представления и обработки графической информации на ПК; распространенные форматы графических файлов; требования к характеристикам изображений при размещении на веб-сайтах; сохранения изображений в различных форматах и оптимизация их для публикации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
		ПК-7.2	Уметь: работать со специализированным программным обеспечением, настраивать параметры сканирования; работать с оборудованием для оцифровывания изображений: сканером, многофункциональным устройством, фотокамерой; работать в графических редакторах и обрабатывать растровые и векторные изображения: масштабировать, кадрировать, изменять разрешение и палитру, компоновать изображения
		ПК-7.3	Владеть навыками ввода, сканирования и обработки текстовой, графической информации; навыками создания и редактирования контента на различных платформах

ПК-8	Способен разрабатывать и продвигать коммуникационный проект в сфере рекламы и связей с общественностью на всех этапах его жизненного цикла.	ПК-8.1	Знать технологии разработки, реализации и продвижения коммуникационных проектов; особенности создания коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью для государственных и бизнесструктур;
		ПК-8.2	Умеет: разрабатывать концептуальные и стратегические документы по созданию, реализации и продвижению коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью; использовать современные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты для разработки и продвижения коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью;
		ПК-8.3	Владеет навыками разработки концепции создания, реализации и продвижения коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью для государственных и бизнесструктур; навыками представления проектов решений по продвижению продукции СМИ руководству организации.
ПК – 9	Способен организовывать PR мероприятия и мероприятия, способствующие увеличению продаж рекламной продукции	ПК-9.1.	Знать: Основные принципы организации рекламной кампании; Основы проектной деятельности; Корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность
		ПК-9.2	Уметь: Выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями; составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую учетную и отчетную документацию
		ПК-9.3.	Владеть: современными информационно-коммуникационными технологиями, в том числе интернет-технологиями; навыками вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)

2.2. Способы проведения производственной (преддипломной) практики

Производственная (преддипломная) практика проводится в стационарной форме на базе профильных организаций, деятельность которых соответствует направлению подготовки **42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**, а также в структурных подразделениях университета, осуществляющих деятельность, соответствующую профессиональным компетенциям обучающихся.

Практика организуется на основании договоров о практической подготовке, заключенных между университетом и профильными организациями, либо на основании индивидуальных договоров, если место прохождения практики определяется обучающимся самостоятельно и соответствует требованиям образовательной программы.

Практика проводится путем непосредственного выполнения обучающимися профессиональных задач под руководством куратора практики от университета и руководителя практики от профильной организации.

В ходе прохождения практики используются следующие способы организации деятельности обучающихся:

- ознакомление с организационной структурой, нормативной документацией и направлениями деятельности профильной организации;
- участие в разработке, реализации и сопровождении рекламных и PR-проектов;
- выполнение профессиональных заданий по созданию коммуникационных продуктов, подготовке рекламных и PR-материалов, аналитических и презентационных материалов;
- сбор, обработка и анализ информации, необходимой для выполнения выпускной квалификационной работы;
- подготовка отчета по практике и иных отчетных материалов.

При необходимости практика может быть организована с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий в части проведения консультаций, выдачи и приема заданий, контроля выполнения программы практики и защиты отчетной документации, если это не противоречит специфике выполняемых профессиональных задач.

В результате прохождения производственной практики обучающийся должен приобрести следующие практические навыки, умения, универсальные и профессиональные компетенции:

Уметь работать в команде для достижения организационных целей и экономического успеха; управлять процессом приобретения новых знаний и наработки навыков профессиональной деятельности; самостоятельно и творчески решать производственные задачи в рамках определённого функционала; выстраивать коммуникации в рамках решения производственных задач; использовать методы сбора и обработки информации;

Знать участников сферы деятельности и основные принципы взаимодействия со СМИ, представителями заказчика или агентства; принципы разработки и исполнения рекламных и PR-проектов; технологический процесс подготовки и реализации PR-мероприятий; документационное обеспечение профессиональной деятельности; этические принципы взаимодействия в индустрии;

Владеть приёмами разработки рекламных и PR мероприятий; методами сбора и анализа необходимой информации для подготовки и реализации рекламных и PR мероприятий.

2.2 Места проведения практики (указывается предполагаемый перечень организаций, где может быть организована и проведена практика)

1. Media Systems
2. Prodigy Digital Marketing Agency
3. Doping Creative Agency
4. Digitain
5. WhiteBone
6. ID bank
7. Status Holding
8. Sharm Holding
9. Prime Commercial
10. Antares Holding
11. TWIGA Communication Group
12. Lime marketing agency
13. Publicis Armenia
14. Media Guide
15. United Colors of Benetton
16. Alfa Farm

17. Media Group

18. McCann Erickson