

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков  
Должность: директор  
Дата подписания: 18.05.2026 15:36:25  
Уникальный программный ключ:  
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

Приложение 6  
к образовательной программе

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

### **Б2.В.01(П) Профессионально-аналитическая практика**

(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

(код, наименование направления подготовки/специальности)

Реклама и связи с общественностью

в государственных и негосударственных организациях

(наименование образовательной программы)

\_\_\_\_\_  
Бакалавр

(квалификация)

\_\_\_\_\_  
очная

(форма обучения)

Год набора 2026

Город Санкт-Петербург

**Автор(ы)-составитель(и) РПП:**

Лёвина С.А. канд. социол.н., доцент, доцент кафедры журналистики и медиакоммуникаций

**Заведующий кафедрой:**

Ким М.Н. д.филол.н. кафедра журналистики и медиакоммуникаций

Рабочая программа практики Б2.В.01(У) Профессионально-аналитическая практика одобрена на заседании кафедры журналистики и медиакоммуникаций СЗИУ РАНХиГС. Протокол № 4 от 9 апреля 2026 г.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Вид, тип практики и способы ее проведения
2. Соотнесение результатов обучения по практике с планируемыми результатами освоения образовательной программы
3. Объем и место практики в структуре образовательной программы
4. Содержание практики
5. Оценочные материалы для промежуточной аттестации по практике
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение практик
7. Материально-техническое обеспечение практики

## 1. Вид, тип практики и способы ее проведения

Профессионально-аналитическая практика – это вид учебной деятельности студента, которая направлена на получение навыков профессиональной деятельности и формирование компетенций в процессе освоения специфики работы специалиста по рекламе и связям с общественностью.

По типу практика является производственной практикой по получению профессиональных умений и навыков, в том числе умений и навыков научно-исследовательской деятельности.

В учебном плане очной формы обучения практика имеет выделенный лимит времени, является стационарной (или выездной) и концентрированной.

Форма проведения практики: практика включает в себя (1) непосредственное участие в работе соответствующих организаций или профильных подразделений организаций под контролем руководителей практики от баз практики, (2) выполнение индивидуального задания, (3) подготовку отчета о практике (с презентацией), (4) защиту отчета о практике.

Практика может проходить в рекламном агентстве, учебном медиацентре факультета социальных технологий СЗИУ РАНХиГС под контролем директора учебного медиацентра.

Подбор объектов практики, согласование условий договора, документальное сопровождение, мониторинг прохождения практик студентами посредством взаимодействия с органами власти, предприятиями, учреждениями и организациями осуществляет выпускающая кафедра журналистики и медиакоммуникаций.

## 2. Соотнесение результатов обучения по практике с планируемыми результатами освоения образовательной программы

2.1. Практика Б2.В.01(П) Профессионально-аналитическая практика обеспечивает формирование следующих компетенций (частей компетенций):

Код и наименование компетенции*	Код и наименование индикатора достижения компетенции*	Код и наименование образовательного результата*
ПК-3 способен организовать распространение и реализацию продукции любых СМИ в интересах государственных и негосударственных организаций	ПК-3.3 Осуществляет поиск статистической и аналитической информации, характеризующей информацию на рынке продукции любых СМИ; анализирует на основании имеющихся данных ситуацию на рынке продукции СМИ; определяет целевую аудиторию потребителей продукции любых СМИ	ПК-3.3. 3-2. Основные принципы организации рекламной кампании ПК-3.3. 3-3. Методы оценки позиции интернет-сайта в поисковых системах ПК-3.3. У-3. Вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами) ПК-3.3. У-4. Составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую учетную и отчетную документацию
ПК-4. Способен разработать	ПК-4.1. Выбирает маркетинговые технологии и	ПК-4.1. 3-1. Гражданское законодательство Российской

маркетинговую стратегию для продукции любых СМИ в интересах государственных и негосударственных организаций	инструменты для донесения до потребителей необходимой информации	Федерации ПК-4.1. 3-3. Маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента ПК-4.1. У-1. Использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты
	ПК-4.2. Разрабатывает концепцию продвижения продукции любых СМИ, формирует коммуникационные цели и маркетинговые стратегии; выбирает маркетинговые технологии и инструменты для донесения до потребителей необходимой информации	ПК-4.2. 3-2. Организация системы сбыта и товародвижения, планирование оптовых и розничных продаж ПК-4.2. У-2. Разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга
	ПК-4.4. Согласует маркетинговую стратегию с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом; представляет проекты управленческих решений по продвижению продукции любых СМИ руководству организации	ПК-4.4. 3-5. Корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регламентирующие профессиональную деятельность  ПК-4.4. У-4. Осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение
ПК-6. Способен организовать внутренние и внешние коммуникации и управлять ими в интересах государственных и негосударственных организаций	ПК-6.1; Находит идеи / материал для нового продукта по результатам анализа российских и зарубежных источников информации; определяет тему и основное содержание нового продукта	ПК-6.1. 3-1. Принципы и механизмы работы поисковых систем, функциональные возможности популярных сервисов поиска ПК-6.1. 3-2. Законодательство Российской Федерации в области интеллектуальной собственности, правила использования информационных материалов в Интернет ПК-6.1. У-1. Осуществлять навигацию по различным веб-ресурсам, регистрироваться на сайтах ПК-6.1. У-2. Владеть различными

		<p>методами поиска информации в Интернет (по ключевым словам, с помощью каталогов)</p> <p>ПК-6.1. У-3. Работать с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами</p>
	<p>ПК-6.2; Ведет переговоры (переписку) с авторами (сценаристами) по определению стоимости работ и сроков подготовки сценарного материала; ведет переговоры с представителями телеканалов / радиостанций для согласования сетки вещания; оценивает качество сценарного материала, в случае необходимости формулирует требования по доработке и внесению необходимых изменений; ведет базы данных и отчетов по обращениям, вопросам, жалобам; снижает негативные реакции, поддерживает дружелюбную тональность в комментариях к официальным сообщениям организации; управляет дискуссиями с участниками сообщества</p>	<p>ПК-6.2. 3-1. Законодательство, регулирующие средства массовой информации, размещение материалов в Интернете, защиту персональных данных и интеллектуальной собственности</p> <p>ПК-6.2. 3-2. Отраслевые стандарты и нормы</p> <p>ПК-6.2. 3-3. Стандарты доступности интернет-ресурсов для лиц с ограниченными возможностями</p> <p>ПК-6.2. У-1. Работать с большими объемами информации</p> <p>ПК-6.2. У-2. Владеть специализированным программным обеспечением для работы с нормативными и законодательными документами</p> <p>ПК-6.2. У-3. Владеть функциональными особенностями популярных социальных сетей</p>
	<p>ПК-6.4. Согласует тематику нового продукта с руководством; формирует требования к создаваемому сценарному материалу; контролирует сроки выполнения работ по подготовке сценарного материала; организует рекламную кампанию совместно с подразделением маркетинга; обрабатывает комментарии пользователей и готовит оперативный ответ или анализирует и корректирует ответы, подготовленные представителями организации</p>	<p>ПК-6.4. 3-1. Основные принципы и технологии управления проектами</p> <p>ПК-6.4. 3-2. Содержание и методы решения задач по созданию и редактированию контента</p> <p>ПК-6.4. 3-3. Основы менеджмента</p> <p>ПК-6.4. У-1. Составлять планы работы, оценивать их содержание и трудоемкость выполнения в зависимости от квалификации</p> <p>ПК-6.4. У-2. Работать с большими объемами информации</p> <p>ПК-6.4. У-3. Вести документацию по проектам и работам</p>

### 3. Объем и место практики в структуре образовательной программы

**Объем практики.** Общая трудоемкость практики – 6 зачетных единиц (216 академич.ч.). В 6 семестре 5 зачетных единиц (180 акад.ч.), практика длится 3,5 недели (с 42 по 45 учебные недели после экзаменационной сессии 4 семестра). В 7 семестре 1 з.е. (36 акад. ч.), практика длится 4 дня (1 учебная неделя). Зачет с оценкой в 7 семестре в период экзаменационной сессии.

Контактная работа 11 ч.

2 семестр:

- консультации – 2 ч.;
- самостоятельная работа обучающихся – 178 ч.

3 семестр:

- Каттэк - 9 ч.
- самостоятельная работа обучающихся – 27 ч.

Реализуется с применением дистанционных образовательных технологий (далее – ДОТ).

**Место практики в структуре ОП ВО.** Профессионально-аналитическая практика проводится в 6 и 7 семестрах 3-4 курсов обучения. В процессе прохождения практики студенты применяют знания, полученные при изучении всех дисциплин предметного цикла (дисциплины Б1.О и Б1.В). Распределение практики по семестрам логически связано с последовательностью изучения профессиональных дисциплин.

Практика опирается на навыки, приобретенные в процессе прохождения профессионально-ознакомительной и профессионально-творческой практик, и может стать основой для преддипломной практики и квалификационной работы.

Освоение компетенций готовит обучающегося к решению проектного, маркетингового и технологического типов задач в будущей профессиональной деятельности.

Форма промежуточной аттестации – дифференцированный зачет.

### 4. Содержание практики

N№ п/п	Этапы (периоды) практики	Виды работ	Трудоемкость, ак.ч	
			Конт.раб	Сам.раб
	Организационно-подготовительный	вводное занятие/лекция; инструктаж по технике безопасности; инструктаж по подготовке отчета и процедуре защиты (на	2	50

		кафедре; встреча с руководителями практики,		
	Основной	Выполнение заданий от базы практики; Сбор материала для отчета; Написание отчета по практике.		128
	Отчетный	Оформление отчета; Подготовка презентации; Доклад на отчетной конференции или собеседование с руководителем практики.	9	27
	Итого		11	205

## 5. Оценочные материалы для промежуточной аттестации по практике

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета с оценкой. Оценочные материалы промежуточной аттестации включают в себя: перечень отчетных документов по практике, представляемых по завершении практики, и вопросы к зачету с оценкой.

По завершении практики в каждом семестре студент представляет на кафедру следующий пакет документов:

1. Индивидуальное задание на практику формируется с учетом особенностей и характеристик деятельности организации, выступающей базой практики (шаблон задания в Приложении 1).
2. Отчет о практике. Отчет должен быть представлен на кафедру в течение недели после окончания срока практики (технические требования к оформлению отчета о практике и титульный лист в Приложении 2).

В отчете студента о практике должно быть отражено:

- место и время прохождения практики;
- характеристика документов профильной организации;
- анализ функций и специфики работы профильной организации;
- анализ целевой аудитории потребителей услуг профильной организации;

- краткое изложение содержания и выполнения программы практики и индивидуального задания;
- описание практических задач, решаемых студентом за время прохождения учебной практики на каждом этапе;
- анализ наиболее сложных и/или типичных случаев из деятельности организации, которые изучил студент;
- указания на затруднения, которые возникли при прохождении практики;
- описание навыков, приобретенных за время практики;
- какую помощь оказывали студенту руководители практики от базы практики и кафедры;
- предложения по организации труда на соответствующем участке работы.

### *Особенности оформления отчета о практике*

Примерное содержание основной части отчета о практике:

1. Аналитический обзор нормативной базы организации (устав, положения, инструкции, регламенты, должностные инструкции, правила внутреннего распорядка).
2. Анализ деятельности подразделения и сотрудника (сотрудников), отвечающего за связи с общественностью (трудовые обязанности, специфика разделения функций между сотрудниками).
3. Анализ методов взаимодействия с целевыми группами организации (анализ СМИ, в том числе корпоративных, собеседование с руководством организации, анализ PR и рекламных мероприятий и др.).
4. Анализ внутренних PR-мероприятий (краткая характеристика параметров мероприятий). Участие в текущих мероприятиях (описывается конкретное задание студента, вклад студента в организацию и проведение мероприятия, созданные студентом тексты входят в приложение к отчету).
5. Анализ мероприятий по продвижению образовательных услуг Академии в социальных сетях.
6. Анализ плана работы подразделения, отвечающего за связи с общественностью.

В условиях ДОТ студент направляет на корпоративную почту руководителя практики отчет о практике в электронном виде со сканом первой страницы с подписью. По завершении практики распечатанный отчет о практике и отзыв должны быть переданы на кафедру.

### *Особенности оформления презентации по отчету о практике*

Доклад по отчету о практике (для конференции или собеседования с преподавателем). Доклад должен сопровождаться презентацией.

Регламент для защиты отчета о практике – 10 минут.

При подготовке презентации к докладу студенты руководствуются следующими рекомендациями:

1. Используйте рубленые шрифты (Arial или Tahoma). Размер шрифта крупный: для основного текста – не менее 16pt, заголовки  $\geq 20$  pt.

2. Важно подобрать правильное сочетание цветов для фона и шрифта. Они должны контрастировать: на светлом фоне темный шрифт.
3. Слайды лучше оформлять в едином стиле.
4. Первый слайд должен содержать название доклада, ФИО членов проектной группы. Каждый слайд, как правило, имеет заголовок.
5. Предпочтительно использование программного продукта MS PowerPoint.
6. Презентация начинается с аннотации, где на одном-двух слайдах дается представление, о чем пойдет речь.
7. Презентация не заменяет, а дополняет доклад. Не надо писать на слайдах все то, что вы собираетесь сказать словами.
8. Не перегружайте слайд информацией. Не делайте много мелкого текста. При подготовке презентации рекомендуется в максимальной степени использовать графики, схемы, диаграммы и модели с их кратким описанием. Фотографии и рисунки делают представляемую информацию более интересной и помогают удерживать внимание аудитории, давая возможность ясно понять суть предмета. Длинные перечисления или большие таблицы с числами бессмысленны – лучше постройте графики.
9. Если Вы чувствуете себя хоть немного неуверенно перед аудиторией, то напишите свою речь. Озвучивание одной страницы (формат А4, шрифт 14pt, полуторный интервал) занимает 2 минуты. Потренируйтесь выступать с вашей презентацией. Пусть кто-то послушает и скажет, в чем ваши ошибки, впечатление о выступлении, что интересно, что непонятно, как Вы выглядели.
10. Оптимальная скорость переключения – один слайд за 1–2 минуты. Слушатели должны успеть воспринять информацию и со слайда, и на слух. Рекомендация: число слайдов равно продолжительности выступления в минутах.
11. Следите за временем! Регламент для презентации – 10 минут.
12. Первые же фразы должны интриговать. Например, можно сказать о том, насколько сложной или насколько важной является данная задача, или о том, насколько неожиданным будет решение – это позволит удержать внимание слушателей до конца. Но тогда концовка действительно должна оказаться нетривиальной, иначе слушатель будет разочарован. Запомните, у Вас только 20 секунд в начале доклада для того, чтобы привлечь внимание слушателей. Если за это время не прозвучит нечто поистине интригующее (или хотя бы хорошая шутка), вернуть внимание будет очень сложно.
13. Люди лучше запоминают то, что увидели последним!
14. Заранее продумайте возможные проблемы с техникой. Заранее скопируйте на рабочий стол файл с презентацией и проверьте, как он работает, с первого до последнего слайда. Обязательно имейте при себе копию презентации на флэш-карте. Проверьте, нет ли проблем с отображением шрифтов. Целесообразно иметь при себе как PPT презентацию (в случае подготовки презентации в MS Office), так и PDF версию (но показ PDF версии презентации автоматически налагает ограничения на используемые визуальные эффекты).

15. Музыкальное сопровождение (при его наличии) должно соответствовать теме и нести смысловую нагрузку.
16. В последнем слайде презентации следует привести пронумерованный перечень фактически использованной литературы с указанием авторов, наименования места издания, издательства и года издания.

3. Отзыв руководителя практики от базы практики (профильной организации) (шаблон отзыва в Приложении 3).

В отзыве от базы практики содержится краткая характеристика деятельности студента на практике и оцениваются навыки, активность, дисциплина студента, помощь организации, качество и достаточность собранного материала для отчета и выполненных работ, поощрения и т.п.

Отзыв должен быть скреплен печатью организации и заверен подписью руководителя практики от базы практики.

4. Отзыв-характеристика о результатах прохождения практики от кафедрального руководителя практики (шаблон отзыва-характеристики в Приложении 4).

Отзыв-характеристика должен быть заверен подписью руководителя практики от кафедры.

5. План-график прохождения практики (шаблон в Приложении 5).

План график должен быть подписан студентом и кафедральным руководителем практики.

В условиях ДОТ студент предоставляет скан подписанного отзыва. При невозможности предоставить скан подписанного в организации отзыва текст отзыва на бланке организации должен быть отправлен на корпоративную почту руководителя практики с официального электронного адреса организации.

В условиях ДОТ на основе отчета о практике студент готовит доклад с презентацией, с которым выступает при защите отчета о практике на дифференцированном зачете на платформе МТС Линк.

Основой для определения итоговой оценки за практику служит соответствие содержания отчета требованиям настоящей программы, в частности:

- твердые и полные знания всего материала отчета, правильного понимания сущности и взаимосвязи изложенной в нем информации;
- логически последовательные и содержательные материалы в каждой части отчета в соответствии с индивидуальным заданием;
- владение актуальной информацией о предприятии (организации, фирме), на котором осуществлялась практика;
- соответствия отчета по структуре, содержанию и объему предъявляемым требованиям настоящей программы;
- предоставления отчета в установленный срок.

### **Перечень вопросов открытого типа к зачету с оценкой по практике**

1. Опишите структуру рекламного/PR отдела организации

2. Опишите структуру рекламного/PR агентства
3. Какими документами регламентируется работа
4. Должностные обязанности специалиста по коммуникациям
5. Перечень услуг рекламного/PR агентства.
6. В чем состояли ваши обязанности? В каких мероприятиях удалось принять участие?

### Шкала оценивания

Оценка соответствия с формой аттестации		Формулировка требований к степени освоения практики
ЗАЧТЕНО	ОТЛИЧНО	<i>Студент показывает полные и глубокие знания проектного материала, логично и аргументировано отвечает на поставленный вопрос, а также дополнительные вопросы, показывает высокий уровень теоретических знаний</i>
ЗАЧТЕНО	ХОРОШО	<i>Студент показывает глубокие знания материала, грамотно его излагает, достаточно полно отвечает на поставленный вопрос и дополнительные вопросы, умело формулирует выводы. В то же время при ответе допускает незначительные погрешности.</i>
ЗАЧТЕНО	УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО	<i>Студент показывает достаточные, но не глубокие знания проектного материала; при ответе не допускает грубых ошибок или противоречий, однако в формулировании ответа отсутствует должная связь между анализом, аргументацией и выводами. Для получения правильного ответа требуются уточняющие вопросы.</i>
НЕЗАЧТЕНО	НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО	<i>Студент показывает недостаточные знания проектного материала, не способен аргументировано и последовательно его излагать, допускаются грубые ошибки в ответах, неправильно отвечает на поставленный вопрос или затрудняется с ответом.</i>

### 6. Учебно-методическое и информационное обеспечение практик

Содержание практики направлено на обеспечение непрерывности и последовательности овладения студентом профессиональной деятельностью в соответствии с требованиями к уровню подготовки бакалавра.

В процессе практики студенты должны ознакомиться:

- со спецификой работы конкретной организации (подразделения, специалиста) по связям с общественностью, особенностями применения

технологий подготовки и проведения PR-мероприятия в конкретной сфере;

- с организационно-распорядительными документами организации, отражающими особенности ее коммуникативной политики (устав организации, миссия организации, стратегические планы организации);
- с периодическими материалами, издаваемыми PR-подразделением (корпоративное издание, информационный бюллетень, материалы Интернет-представительства, пресс-релизы и др.);
- с целевыми аудиториями организации;
- с практическими приемами и методами работы PR-специалистов/специалистов по рекламе, основными технологиями и направлениями PR-работы/рекламной деятельности в конкретной сфере, основными методиками решения конкретных задач;
- с особенностями управления пресс-центром, пресс-службой, отделом по связям с общественностью, центром общественных связей;
- применить на практике навыки проведения маркетингового или социологического исследования (на практике в 7 семестре).

*При прохождении практики в PR-агентстве студент должен:*

- выполнять задания, направленные на анализ конкретных PR-задач, способов их решения и оценку ожидаемых результатов, редактирование, реферирование, рецензирование текстов, использование различных методов анализа информации в сфере своей профессиональной деятельности;
- принимать активное участие в организации и проведении специальных мероприятий и PR-акций;
- осуществлять деловую коммуникацию с коллегами, клиентами и широкой общественностью, вести протокольно-деловые мероприятия;
- подготовить не менее 3-х материалов в оперативно-новостных жанрах (пресс-релиз, приглашение); не менее 3-х материалов в исследовательско-новостных жанрах (бэкграундер, лист вопросов и ответов); не менее 3-х материалов в фактологических жанрах (факт-лист, биография). Всего за период практики студент должен подготовить не менее 5-ти материалов, выполненных в различных PR-жанрах. Количество и объем материалов и их жанровое воплощение определяется руководителем практики в индивидуальном задании.

*При прохождении практики в рекламном агентстве студент должен:*

- выполнять задания, направленные на анализ конкретных рекламных задач, способов их решения и оценку ожидаемых результатов, редактирование, реферирование, рецензирование рекламных текстов, использование различных методов анализа информации в сфере своей профессиональной деятельности;
- принимать активное участие в организации и проведении специальных мероприятий и рекламных акций;

- осуществлять деловую коммуникацию с коллегами, клиентами и широкой общественностью, вести протокольно-деловые мероприятия;
- подготовить рекламные тексты в различных рекламных жанрах:
  - рекламу торговой марки – не менее 3-х материалов;
  - торгово-розничную рекламу – не менее 3-х материалов;
  - политическую рекламу – не менее 3-х материалов;
  - адресно-справочную рекламу – не менее 3-х материалов;
  - корпоративную рекламу – не менее 3-х материалов;
  - бизнес-рекламу – не менее 3-х материалов;
  - общественно или социальную рекламу – не менее 3-х материалов.

Всего за период практики студент должен подготовить не менее 5-ти материалов, выполненных в различных рекламных жанрах. Количество и объем материалов, а также их жанровое воплощение определяется руководителем практики в индивидуальном задании.

В 6 семестре во время практики студент, как правило, осуществляет исследование на основе анализа вторичной информации, связанное с возможной тематикой квалификационной работы. Для этого должна быть разработана программа исследования с указанием этапов проведения исследовательской работы.

По структуре отчет о практике должен включать титульный лист, оглавление, общую часть, заключение, список использованных источников и литературы, приложения к отчету.

#### **Требования к оформлению отчета о практике**

1. **Титульный лист** оформляется по образцу;
2. **Оглавление** составляется в соответствии с представленным в отчете материалом.
3. **Введение.** Во введении формулируется цель и задачи практики (с опорой на программу практики).
4. **Основная часть отчета.**

*В первом разделе* основной части отчета о практике представлена общая характеристика организации:

1. Название организации.
2. Адрес.
3. Телефон.
4. Факс.
5. E-mail.
6. Web-сайт.
7. Руководство.
8. Отрасль.
9. Форма собственности. Учредители.
10. Год основания. История.
11. Организационная структура (органиграмма).
12. Численность работающих (факультативно).

13. Принципы деятельности. Миссия и философия (при наличии). Характеристика информационной политики.
14. Производимые продукты/услуги (торговая марка, бренд).

*Второй раздел* основной части отчета о практике должен содержать аналитическое описание работы согласно этапам практики (перечень подлежащих изучению вопросов в индивидуальном задании на практику):

1. Характеристика информационной, рекламной и PR деятельности организации.
  - 1.1. Характеристика подразделения, в котором была пройдена практика (название отдела, руководитель отдела, структура и функции отдела, в краткой форме должностные обязанности по возможности по каждому сотруднику).
  - 1.2. Анализ деятельности подразделения и сотрудника (сотрудников), отвечающего за связи с общественностью и рекламу.
  - 1.3. Анализ плана работы подразделения, отвечающего за связи с общественностью.
  - 1.4. Информационные (PR, рекламные, маркетинговые и т.п.) проекты за последний год.
  - 1.5. Описание целевых аудиторий отдела (или клиентских групп организации). Основные методы, используемые в работе отдела (службы).

*В третьем разделе* основной части отчета о практике могут быть представлены собранные и систематизированные материалы согласно индивидуальному заданию на практику, в том числе фактологический материал в виде таблиц, графиков, диаграмм и т.д., а также описание мероприятий, в которых принял участие студент. Также в этой части отчета студент анализирует личный опыт практической деятельности по продвижению образовательных направлений Академии в социальных сетях с применением рекламных и PR технологий. Обязательной частью раздела является описание авторских материалов, разработанных студентом на практике согласно индивидуальному заданию.

**5. Заключение.** В заключении студент формулирует основные проблемы процесса функционирования отдела (службы) по рекламе и связям с общественностью.

**6. Список использованных источников и литературы.** На источники могут быть ссылки в тексте отчета.

Указанная основная и дополнительная литература должна быть представлена в электронно-библиотечных системах (ЭБС), с которыми у Академии заключены договоры. При наличии литературы в ЭБС необходимо указывать соответствующие гиперссылки для доступа. В случае отсутствия доступа к источникам через ЭБС список должен быть согласован с библиотекой Академии с учетом норм книгообеспеченности, указанных в ФГОС соответствующего направления подготовки/специальности).

**7. Приложения.** В приложения к отчету могут включаться копии документов (нормативных актов, отчетов и др.), изученных и использованных студентом в период прохождения практики, а также таблицы, занимающие более одной

страницы; бланки документов, заполненных студентами в процессе сбора материалов; авторские материала студента; расчеты и другие данные, раскрывающие содержание проделанной на практике работы.

#### Учебная литература

##### Основная литература:

1. Баркович, А. А. Реклама в Интернете : учебное пособие для вузов / А. А. Баркович. — Санкт-Петербург : Лань, 2024. — 212 с. — ISBN 978-5-507-49401-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/421451> (дата обращения: 31.03.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Емельянов, С. М. Коммуникационный менеджмент в связях с общественностью : учебное пособие / С. М. Емельянов, А. В. Пряхина ; под общ. ред. проф. С. М. Емельянова. - Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2024. - 272 с. - ISBN 978-5-9729-1811-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2172466> (дата обращения: 31.03.2026). — Режим доступа: по подписке.

3. Зубков, С. А. Государственное и общественное регулирование в сфере рекламы и связей с общественностью : учебное пособие / С. А. Зубков. — Санкт-Петербург : Лань, 2022. — 152 с. — ISBN 978-5-8114-3082-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/205913> (дата обращения: 31.03.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

4. Коноваленко, М. Ю. Реклама и связи с общественностью. Введение в профессию : учебник для вузов / М. Ю. Коноваленко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 298 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-20260-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/557868> (дата обращения: 31.03.2026).

5. Чилингер, Е. Ю. Реклама и связи с общественностью: введение в профессию : учебное пособие / Е. Ю. Чилингер. — 2-е изд. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2025. — 240 с. — ISBN 978-5-4497-3882-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/145167.html> (дата обращения: 31.03.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

##### Дополнительная литература:

1. Евстафьев В.А. Креатив в рекламе : учебник для вузов / Евстафьев В.А., Абаев А.Л., Тюков М.А.. — Москва : Дашков и К, 2024. — 390 с. — ISBN 978-5-394-05790-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/136475.html> (дата обращения: 31.03.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

2. Малькевич, А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учебное пособие для вузов / А. А. Малькевич. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 127 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17564-6. — Текст : электронный //

Образовательная платформа Юрайт [сайт]. —

URL: <https://urait.ru/bcode/533340> (дата обращения: 31.03.2026).

3. Смотровая, Т. И., Разработка и технология производства рекламной продукции : учебное пособие / Т. И. Смотровая, Н. В. Слинкова. — Москва : Русайнс, 2023. — 111 с. — ISBN 978-5-466-01672-7. — URL: <https://book.ru/book/946370> (дата обращения: 31.03.2026). — Текст : электронный.

## **7. Материально-техническое обеспечение практики**

База практики предоставляет специально оборудованное рабочее место в кабинете, компьютер, соответствующие действующим санитарным и противопожарным нормам, а также требованиям техники безопасности при проведении учебных и научно-производственных работ.

Практика может быть реализована так же в онлайн режиме с применением СДО, без предоставления отдельного рабочего места. Студент может использовать собственные технические средства.

Для защиты отчета по практике необходимы специализированные аудитории, оснащенные видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном, обеспеченные комплектами лицензионного программного обеспечения.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА и ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ**  
при ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
**СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ – ФИЛИАЛ РАНХиГС**

---

Факультет социальных технологий  
Кафедра журналистики и медиакоммуникаций  
Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

**ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ**  
для прохождения профессионально-аналитической практики

\_\_\_\_\_ (Ф.И.О. студента)  
3 курс обучения \_\_\_\_\_ учебная группа РСО-3-26- \_\_\_\_\_

Место прохождения практики \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ (указывается полное наименование организации в соответствии с уставом, а также фактический адрес)

Срок прохождения практики: с « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. по « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**1. Материалы, необходимые для прохождения практики:**

- 1.1. Нормативные документы организации (устав, правила внутреннего распорядка, отчеты о работе и др.).
- 1.2. Положение о подразделении организации, которое отвечает за рекламу и связи с общественностью.
- 1.3. Должностные инструкции сотрудников подразделения, которое отвечает за рекламу и связи с общественностью.
- 1.4. План работы подразделения, отвечающего за рекламу и связи с общественностью.
- 1.5. Материалы по прошедшим мероприятиям, которые проводило подразделение или сотрудник, отвечающий за рекламу и связи с общественностью.
- 1.6. Материалы к запланированным мероприятиям, за которые отвечает подразделение по связям с общественностью и рекламе.
- 1.7. Материалы по продвижению образовательных направлений Академии.

**2. Перечень вопросов, подлежащих изучению:**

- 2.1. Общая характеристика организации. Знакомство с нормативной базой организации.
- 2.2. Характеристика информационной, рекламной и PR деятельности организации.
- 2.3. Анализ деятельности подразделения и сотрудника (сотрудников), отвечающего за связи с общественностью и/или рекламу.
- 2.4. Анализ плана работы подразделения, отвечающего за связи с общественностью.
- 2.5. Анализ внутренних и внешних PR-мероприятий.
- 2.6. Анализ методов взаимодействия с целевыми группами организации.
- 2.7. Участие в текущих мероприятиях, в том числе в мероприятиях по продвижению образовательных направлений Академии в социальных сетях.
- 2.8. Разработка авторских материалов.

Индивидуальное задание принял: \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_  
(Ф.И.О. студента) (подпись)

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Руководитель практики:

\_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_  
(Ф.И.О., должность, ученая степень и звание) (подпись)

**Титульный лист** оформляется по образцу:

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА и ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ  
при ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ – ФИЛИАЛ РАНХиГС**

---

Факультет социальных технологий  
Кафедра журналистики и медиакоммуникаций  
Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

**Отчет  
о прохождении профессионально-аналитической практики**

\_\_\_\_\_ (Ф.И.О. студента)  
3 курс обучения \_\_\_\_\_ учебная группа РСО-3-26- \_\_\_\_\_

Место прохождения практики \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ (указывается полное наименование организации в соответствии с Уставом, а также фактический адрес)

Срок прохождения практики: с « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. по « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**Руководители практики:**

От вуза \_\_\_\_\_ (Ф.И.О., должность)

От организации \_\_\_\_\_ (Ф.И.О., должность)

**ОТЗЫВ  
РУКОВОДИТЕЛЯ ПРАКТИКИ ОТ ПРОФИЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ**  
о работе студента в период прохождения практики

Студент

\_\_\_\_\_

(Ф.И.О.)

факультет социальных технологий

проходил практику в период с \_\_\_\_\_ по \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

в \_\_\_\_\_  
(наименование организации)

в \_\_\_\_\_  
(наименование структурного подразделения)

в качестве \_\_\_\_\_  
(должность)

За время прохождения практики \_\_\_\_\_  
(Ф.И.О. студента)

поручалось решение следующих задач:

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

В период прохождения практики обучающийся проявил \_\_\_\_\_

(навыки, активность, дисциплина, помощь организации, качество и достаточность собранного материала для отчета и выполненных работ, поощрения и т.п.)

Результаты работы обучающегося:

\_\_\_\_\_

(Индивидуальное задание выполнено, решения по порученным задачам предложены, материал собран полностью, иное)

По итогам практики обучающийся может (не может) быть допущен к защите отчета по практике.

Считаю, что прохождение практики студентом \_\_\_\_\_  
(Ф.И.О. студента)

заслуживает оценки \_\_\_\_\_.  
(«отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»)

\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О. должность руководителя практики от организации) (подпись)

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**М.П.**

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА и ГОСУДАРСТВЕННОЙ  
СЛУЖБЫ при ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ – ФИЛИАЛ РАНХиГС

**ОТЗЫВ-ХАРАКТЕРИСТИКА**  
**о результатах прохождения практики**

Обучающийся \_\_\_\_\_  
(Ф.И.О.)

факультета социальных технологий  
проходил профессионально-аналитическую практику  
в период с \_\_\_\_\_ по \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

в \_\_\_\_\_  
(наименование организации с указанием структурного подразделения)

в качестве \_\_\_\_\_  
(должность)

На время прохождения профессионально-творческой практики

\_\_\_\_\_

(Ф.И.О. обучающегося)

поручалось решение следующих задач:

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

За время прохождения практики обучающийся проявил

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

(навыки, активность, дисциплина, качество и достаточность собранного материала для отчета и выполненных работ, поощрения и т.п.)

Результаты работы обучающегося:

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

(индивидуальное задание выполнено, решения по порученным задачам предложены, материал собран полностью, иное)

По итогам практики обучающийся допущен (не допущен) к защите отчета по практике.

Руководитель практики

от Института

(должность)

\_\_\_\_\_

(Ф.И.О.)

\_\_\_\_\_

(подпись)

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
 высшего образования  
 РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА и ГОСУДАРСТВЕННОЙ  
 СЛУЖБЫ при ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
 СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ – ФИЛИАЛ РАНХиГС

УТВЕРЖДАЮ  
 Руководитель практикой  
 от кафедры

\_\_\_\_\_  
 (ФИО).  
 «\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**РАБОЧИЙ ПЛАН-ГРАФИК**

проведения профессионально-аналитической практики	
обучающегося 3 курса	
ФИО студента:	
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Учебная группа	PCO-3-26-

№	Наименование этапа практики	Вид работ	Срок прохождения этапа (периода) практики	Форма отчетности
1	Подготовительный этап	Заключение договора на практику с организацией		Договор
		Получение задания на практику		Индивидуальное задание
		Составление плана-графика проведения практики		План-график
2	Основной этап	Анализ нормативных актов, регулирующих структуру и функционирование организации		Отчет по практике
		Выполнение должностных обязанностей специалиста (ответственного лица в штатной структуре организации)		Отчет по практике
		Выполнение индивидуального плана практики студента		Отчет по практике
		Выполнение заданий руководителя практики от организации		Отчет по практике

3	Заключительный этап	Обработка и систематизация фактического и литературного материала	Список литературы и документов изученных в ходе практики
		Подготовка отчета по практике с презентацией	Отчет, презентация
		Защита практики у руководителя практики от кафедры	Зачетная ведомость, зачетная книжка

Срок прохождения практики: «\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. по «\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.  
Место прохождения практики:

\_\_\_\_\_

Адрес: \_\_\_\_\_

График выполнен \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ /  
*(подпись студента)*

«\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.