

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
«ИРКУТСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ»

Структурное подразделение «Рекламы и журналистики»

УТВЕРЖДЕНА:
на заседании кафедры
Протокол №6 от 05 февраля 2025 г.

Рабочая программа практики

«ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА: ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКАЯ
ПРАКТИКА»

Направление: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью

Квалификация: Бакалавр

Форма обучения: очная

Документ подписан простой электронной
подписью
Составитель программы: Другова Елена
Сергеевна
Дата подписания: 2025-06-14

Документ подписан простой электронной
подписью
Утвердил: Вайрах Юлия Викторовна
Дата подписания: 2025-06-18

Год набора – 2025

Иркутск, 2025 г.

1 Вид практики, тип, способ и формы её поведения

Вид практики – Производственная практика

Тип практики – Производственная практика: профессионально-творческая практика

Способ проведения – Стационарная, Выездная

Форма проведения – Дискретная

2 Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики

2.1 Вид и тип практики обеспечивает формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения

Код, наименование компетенции	Код индикатора компетенции
ПКР-4 Способность осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы	ПКР-4.2
ПКР-5 Способность продвигать коммуникационный продукт путем взаимодействия социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации	ПКР-5.2

2.2 В результате прохождения практики у обучающихся должны быть сформированы

Код индикатора	Содержание индикатора	Результаты обучения при прохождении практики
ПКР-4.2	Умеет создавать базовые медиапродукты для размещения на основных мультимедийных платформах, обоснованно проводит аналитику сферы рекламы и связей с общественностью в СМИ и специализированных коммерческих предприятиях	Опыт профессиональной деятельности: основные этапы производства рекламного продукта в цифровом пространстве Уметь: выполнять задания под наблюдением руководителя Владеть: навыками включения в процесс производства рекламной и маркетинговой продукции для цифрового пространства
ПКР-5.2	Применяет технологии и методики продвижения коммуникационного рекламного продукта для различных целевых групп	Опыт профессиональной деятельности: особенности продвижения коммуникационного продукта путем взаимодействия социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации Уметь: анализировать особенности функционирования коммуникационного продукта Владеть: методами продвижения

		коммуникационного продукта при помощи взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации
--	--	---

3 Место практики в структуре ООП, её объём и продолжительность

Форма обучения	Период проведения (курс/семестр)	Объём практики (ЗЕТ)	Продолжительность практики (количество недель/ академических часов <i>(один академический час соответствует 45 минутам астрономического часа))</i>	Форма промежуточной аттестации
очная	3 курс / 6 семестр	6	4 недели / 216 часов	Зачет с оценкой

4 Содержание практики

Учебно-ознакомительная практика (УОП) — это первый этап прохождения производственной практики, предназначенный для ознакомления студентов с условиями будущей профессиональной деятельности, получения первичных представлений о рабочей обстановке, обязанностях работников и особенностях профессиональной среды. Данная практика проводится в начале обучения по специальности и носит преимущественно ознакомительный характер.

Содержание этапов приведено в таблице ниже:

№ п/п	Этап	Содержание работ
1	Подготовительный этап	Получение обучающимися индивидуального задания на практику, проведение инструктажа по технике безопасности в период прохождения практики. Знакомство с местом проведения практики и объектами для изучения. Изучение особенностей деятельности исследуемого объекта, его формата и методов работы.
2	Основной этап	Сбор, обработка и систематизация материала, необходимого для выполнения индивидуальных заданий, на основе использования отечественных и зарубежных источников информации, статистических данных, социально-экономических процессах и явлениях, отчетности предприятий с использованием современных технических средств информационных технологий.
3	Аналитический этап	Анализ и интерпретация информации о деятельности предприятий в сфере рекламы и связей с общественностью; изучение основных

		показателей деятельности объекта исследования в динамике, создание собственного продукта. Получение характеристики руководителя практики от предприятия
4	Заключительный этап	Сдача отчета по практике на кафедру. Устранение замечаний руководителя практики от кафедры по отчету. Защита отчета по практике, включающая доклад обучающегося, его ответы на вопросы.

5 Форма отчетности по практике

По результатам прохождения практики обучающийся должен предоставить:

- Дневник прохождения практики;
- Отчет о прохождении практики;
- Характеристика;
- 1 Дневник прохождения практики;;
- 2. Отчет о прохождении практики;;
- 3. Характеристику, составленную, подписанную и заверенную печатью предприятия и руководителем практики от предприятия;

Требования к содержанию и оформлению отчета о прохождении практики, учитывая специфику направления подготовки:

Требования к содержанию и оформлению отчета о прохождении практики представлены в методических указаниях по производственной практике: профессионально-творческой практике

6 Оценочные материалы по практике

6.1 Оценочные средства для проведения текущего контроля

В качестве оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости используется дневник прохождения практики и характеристика.

6.2 Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

6.2.1 Критерии и средства (методы) оценивания индикаторов достижения компетенции в рамках промежуточной аттестации

Индикатор достижения компетенции	Критерии оценивания	Средства (методы) оценивания промежуточной аттестации
ПКР-4.2	Создает базовые медиапродукты для размещения на основных мультимедийных платформах, обоснованно проводит аналитику сферы рекламы и связей с общественностью в СМИ и специализированных коммерческих предприятиях	Отчет, устный опрос

ПКР-5.2	Применяет технологии и методики продвижения коммуникационного рекламного продукта для различных целевых групп	Отчет, устный опрос.
---------	---	----------------------

6.2.2 Типовые оценочные средства промежуточной аттестации

6.2.2.1 Семестр 6, дифференцированный зачет

Типовые оценочные средства: отчет по практике

6.2.2.1.1 Описание процедуры

Зачет проводится в форме дифференцированный отчет.

Зачет с оценкой проводится в форме устного опроса (публичной защиты отчета по практике). Защита отчета по практике представляет собой краткий (5-7 минут) доклад обучающегося и его ответы на вопросы.

При выставлении зачета с оценкой должно быть учтено:

1. Выполнение обучающимся индивидуального задания на практику.
2. Оформление и содержание отчета по практике в соответствии с установленными требованиями.
3. Оценка руководителя практики от предприятия, выставленная обучающемуся в производственной характеристике.

Защита обучающимся отчета по практике в установленные сроки.

6.2.2.1.2 Критерии оценивания

Отлично	Хорошо	Удовлетворительно	Неудовлетворительно
Обучающийся показывает на высоком уровне владение всем компетенциями, относящимися к данному виду практики	Обучающийся показывает на хорошем уровне владение всем компетенциями, относящимися к данному виду практики	Обучающийся показывает на удовлетворительном уровне владение всем компетенциями, относящимися к данному виду практики	Обучающийся не показывает владение всем компетенциями, относящимися к данному виду практики

7 Основная учебная литература

1. Интегрированные системы проектирования и управления [Электронный ресурс] : методические указания к лабораторным работам для очной и заочно-вечерней формы обучения / Иркут. гос. техн. ун-т, Хим.-металлург. фак., Каф. автоматизации произв. процессов, 2008. - 16.
2. Шарков Ф. И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике : учебное пособие для вузов по направлению "Реклама и связи с общественностью" / Ф. И. Шарков, 2014. - 332.

8 Дополнительная учебная и справочная литература

1. Пантелеймонов Александр Евгеньевич. Производственная практика студентов и стажировка молодых специалистов : учебно-метод. пособие для вузов / Александр Евгеньевич Пантелеймонов, В.М. Рыжков, 1987. - 144.
2. Интегрированные системы менеджмента : методическое пособие / Образоват. центр "Сибирь-Квалитет", 2011. - 34.

9 Ресурсы сети Интернет

1. <http://library.istu.edu/>
2. <https://e.lanbook.com/>

10 Профессиональные базы данных

1. <http://new.fips.ru/>
2. <http://www1.fips.ru/>

11 Перечень информационных технологий, лицензионных и свободно распространяемых специализированных программных средств, информационных справочных систем

1. Microsoft Windows Seven Professional (Microsoft Windows Seven Starter) - Seven, Vista, XP_prof_64, XP_prof_32 - поставка 2010
2. Microsoft Office 2007 Standard - 2003 Suites и 2007 Suites - поставка 2010

12 Материально-техническое обеспечение практики

1. Мультиим.проектор ViewSonic PJ406D
2. ноутбук Samsung CEL M440 1.86/1024/120