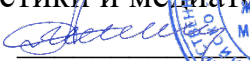



**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РЕСПУБЛИКИ ТАДЖИКИСТАН
МЕЖГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКО-ТАДЖИКСКИЙ (СЛАВЯНСКИЙ) УНИВЕРСИТЕТ»**

Факультет русской филологии, журналистики и медиатехнологий

Кафедра отечественной и международной журналистики

«Утверждаю»
Декан факультета русской филологии,
журналистики и медиатехнологий

А.А. Рахимов
«27» 01 2026 г.



Рабочая программа преддипломной практики

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки
«Реклама и связи с общественностью»
Квалификация **«Рекламная деятельность»**
Форма подготовки очная (бакалавр)
Год набора 2026

Душанбе 2026

Программа составлена на основе требований Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - по направлению подготовки бакалавриата 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования РФ от 08.06.2017 г., №512

При разработке программы учитываются:

- требования работодателей, профессиональные стандарты;
- содержание программ дисциплин, изучаемых на последующих этапах обучения;
- новейшие достижения в данной предметной области.

Программа обсуждена на заседании кафедры отечественной и международной журналистики, протокол № 6 от 23.01.2026 г.

Программа утверждена УМС факультета русской филологии, журналистики и медиатехнологий протокол № 6 от 26.01.2026 г.

Программа утверждена на Ученом совете факультета русской филологии, журналистики и медиатехнологий, протокол № 6 от 26.01.2026 г.

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

1.1. Область применения рабочей программы.

Рабочая программа практики является частью образовательной программы в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

1.2. Место практики в структуре образовательной программы.

Данная практика, являясь самостоятельной частью ОПОП по направлению подготовки «Реклама и связь с общественностью», базируется: на результатах освоения дисциплин базовой, вариативной частей и итоговой государственной аттестацией и реализуется в 8 семестре. Прохождение данного вида практики необходимо для успешной подготовки и защиты выпускной квалификационной работы.

1.3. Цели и задачи преддипломной практики.

Целью прохождения практики **Преддипломная практика** является сбор, обобщение и анализ материалов, необходимых для подготовки выпускной квалификационной работы, по защите которой Государственной аттестационной комиссией оценивается готовность будущего специалиста к самостоятельной трудовой деятельности.

Задачи практики:

- приобретение более глубоких профессиональных навыков, необходимых при решении конкретных профессиональных задач в области рекламы и связей с общественностью;
- детальное изучение информационных источников по теме ВКР, которая позволяет не только всесторонне осветить основные теоретические вопросы темы, но и собрать обширный практический материал. В целях закрепления и углубления теоретических знаний и приобретения практических навыков студент должен тщательно проработать и изучить нормативные документы по теме ВКР;
- участие в управлении, планировании и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации;
- участие в организации и проведении маркетинговых и социологических исследований;
- написание аналитических справок, обзоров и прогнозов;
- участие в разработке, подготовке к выпуску, производстве и распространении рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы.

1.4. Компетенции обучающегося, которые формируются в результате прохождения практики:

- УК-1 – Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач;
- УК-6 – Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни;

- ОПК-6 - Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности;

- ПК-5 - Способен применять современные рекламные, цифровые и медиатехнологии при создании и распространении коммуникационных продуктов.

1.5. Формы и способы проведения преддипломной практики

По форме проведения преддипломная практика является камеральной и стационарно проходит в профильных медиаорганизациях республики и не требует/предполагает командирования студентов. Она может осуществляться как в коллективном, так и в индивидуальном порядке согласно утвержденному учебному плану, предусмотренного ООП. Студенты могут быть направлены на самостоятельно выбранное место практики при условии выполнения принимающей редакцией СМИ или другой медиаорганизацией действующего Положения о порядке проведения практики студентов отделения журналистики РТСУ или подписанным двусторонним договором со СМИ РТ. Проводится дискретно.

1.6. Место и время проведения преддипломной практики.

Практика проводится на профелирующих кафедрах по направления 42.03.01 «**Реклама и связь с общественностью**»: под руководством преподавателей кафедр.

Срок проведения практики определен календарным учебным графиком, согласно которому:

- для 4 курса профиля «**Реклама и связь с общественностью**» очной формы обучения - 8 семестр, 6 недель с 10.04.2029 г. по 23.05.2029 г.

- для 5 курса заочной формы обучения – 10 семестр, 6 недель с 17.04.2030г по 30.05.2030г.

Место проведения практики:

Практика проводится:

непосредственно в образовательной организации, в том числе в её структурном подразделении, предназначенном для проведения практической подготовки;

в организации, осуществляющей деятельность по профилю образовательной программы, в том числе её структурном подразделении, предназначенном для проведения практической подготовки, на основании договора.

Место проведения практики: - структурные подразделения университета / профессиональные организации, деятельность которых соответствует профилю реализуемой образовательной программы (далее – профильные организации):

1.7. Количество часов на прохождение практики

Общая трудоемкость каждой практики составляет 9 зачетных единиц.

Продолжительность практики 6 недель, 324 часа из которых: практ. – 90 часов, СР – 234 часа,

СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

п/п	Разделы -этапы) практики	Виды работ по практике, включая самостоятельную работу обучающихся	Трудоемкость общая -в часах) / практическая подготовка -в часах)
	Подготовительный этап	<p>Конференция по преддипломной практике: правила безопасности,</p> <p>- программа -задачи практики, ее основное содержание);</p> <p>- требования к результатам практики,</p> <p>- тесное взаимодействие с руководителем практики.</p>	2 часа
	Процесс прохождения практики: 1 неделя	<p>- работа с руководителем практики – научным руководителем ВКР;</p> <p>- составление индивидуального плана работы и библиографии по запланированной теме ВКР;</p> <p>- составление краткого плана практики; уточнение требований к выпускной квалификационной работе,</p> <p>- определение перечня и последовательности работ для реализации индивидуального задания,</p> <p>- согласование графика и способов контроля проведенной работы.</p>	36 часов
	: Процесс прохождения практики: 2-3 недели	<p>-ведение библиографической работы с привлечением современных информационных технологий</p> <p>- реферирование информации с целью выявления проблемы и ее четкого формулирования;</p> <p>- обоснование методов проведения исследования, планирование действий для ВКР в форме творческого проекта/исследовательской работы</p>	42 часа

		- обработка теоретического и фактического материалов для исследования;	
		- обработка полученных результатов, их анализ, систематизация и осмысление с учетом имеющихся в литературе данных	
		- подготовка материалов и написание введения.	
	Процесс прохождения практики: 4-5 недели	- подготовка материалов и написание главы 1 по теории и практике исследуемой проблемы;	154 часа
		- подготовка материалов и написание главы 2 по анализу исследуемой проблемы и методические рекомендации ее решения для ВКР в форме творческого проекта / исследовательской работы;	
		- подготовка материалов и написание главы 3. Практические рекомендации решения проблемы для ВКР в форме творческого проекта / исследовательской работы;	
	Процесс прохождения практики: 6 неделя	- подготовка материалов и написание заключения. Формулирование выводов и рекомендаций;	54 часа
		- подготовка материалов для приложения; для ВКР в форме творческого проекта/исследовательской работы подготовка презентации по теоретическому обоснованию;	
		- завершение написания выпускной квалификационной работы;	
		- представление выпускной квалификационной работы на рассмотрение руководителю и устранение замечаний руководителя.	
		- подготовка окончательного текста, графических и табличных материалов, а также видеоматериалов выпускной квалификационной работы	
		- оформление выпускной квалификационной работы и представление на отзыв руководителю.	
	Подготовка и защита отчета	Подготовка презентации к защите выпускной квалификационной работы	

		Подготовка отчета о прохождении практики и доклада к предварительной защите выпускной квалификационной работы	8 часов
		Оформление отчета	
ИТОГО, час. 324 часа			90/234

2. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРАКТИКИ

2.1. Требования к материально-техническому обеспечению

В качестве материально-технического обеспечения практики выступают производственные ресурсы базы практики (рекламной фирмы, отдела рекламы, отдела по связям с общественностью и т. д.), с помощью которой осуществляется создание рекламного и PR-продукта.

Для ведения записей дневника и подготовки отчета минимально необходимый перечень материально-технического обеспечения включает в себя компьютерные классы с выходом в Интернет, кабинеты, аудитории, оборудованные мультимедийными средствами обучения.

В качестве материально-технического обеспечения практики выступают производственные ресурсы базы практики (рекламной фирмы, отдела рекламы, отдела по связям с общественностью и т. д.), с помощью которой осуществляется создание рекламного и PR-продукта.

Для ведения записей дневника и подготовки отчета минимально необходимый перечень материально-технического обеспечения включает в себя компьютерные классы с выходом в Интернет, кабинеты, аудитории, оборудованные мультимедийными средствами обучения.

Содержание основного этапа производственной практики

1. Изучение технических средств, используемых на предприятии, и программных продуктов, применяемых для создания оригинал-макетов.
2. Участие в разработке оригинал-макетов для текущих рекламных проектов.
3. Участие в текущем рекламном производстве.
4. Исследование тенденций в развитии рекламного дизайна на примере рекламного предприятия или рекламного проекта.
5. Самостоятельные креативные разработки на тему текущего рекламного проекта.
6. Изучение ранее проводимых рекламных кампаний и оценка их эффективности.
7. Участие в разработке, планировании и подготовке рекламной кампании предприятия.
8. Участие в проведении рекламной кампании.
9. Анализ результатов и оценка эффективности.
10. Сбор и обобщение материала, необходимого для подготовки и написания выпускной квалификационной работы.

1. Учебно-методическое и информационное обеспечение реализации практики

а) Основная литература

1. Балова С. Л. Интегрированные маркетинговые коммуникации: учебник для магистров и аспирантов высших учебных заведений / С. Л. Балова, И. В. Грошев, Ю. А. Давыдова [и др.]; под редакцией Н. Д. Эриашвили, И. В. Грошева. — 2-е изд. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2023. — 391 с. — ISBN 978-5-238-03060-9. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/141632.html> (дата обращения: 23.01.2026)
2. Барежев, В. А. Связи с общественностью и реклама в управлении персоналом: учебное пособие / В. А. Барежев. — Санкт-Петербург: ИЭО СПбУТУиЭ, 2021. — 119 с. — ISBN 978-5-94047-878-2. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/246437> (дата обращения: 20.01.2026)
3. Кулаковский, Р. К. Реклама и связи с общественностью. Введение в специальность: практикум: учебное пособие / Р. К. Кулаковский. — Новосибирск: СибГУТИ, 2024. — 53 с. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/508631> (дата обращения: 21.01.2026)
4. Кульназарова, А. В. Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью: учебник / А. В. Кульназарова. — Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 149 с. — ISBN 978-5-4497-2057-3. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/128352.html> (дата обращения: 22.01.2026)
5. Кушваха, Х. Н. Введение в специальность "Реклама и связи с общественностью": учебное пособие / Х. Н. Кушваха, А. В. Тараненко. — Москва: МАИ, 2024. — 59 с. — ISBN 978-5-00244-967-5. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/455219> (дата обращения: 22.01.2026)
6. Синяева, И. М. Паблик-рилейшенз: толковый словарь / И. М. Синяева. — 5-е изд. — Москва: Дашков и К, 2023. — 199 с. — ISBN 978-5-394-05173-9. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/144014.html> (дата обращения: 11.01.2026)
7. Чилингир, Е. Ю. Реклама и связи с общественностью: учебное пособие для СПО / Е. Ю. Чилингир. — 2-е изд. — Саратов, Москва: Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2025. — 233 с. — ISBN 978-5-4488-2321-3, 978-5-4497-3903-2. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/145168.html> (дата обращения: 23.01.2026).

б) Дополнительная литература:

1. Демидова. - 1. - Москва: Издательство "ФОРУМ", 2020. - 152 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/document?id=363560>. - <https://znanium.com/cover/1074/1074811.jpg>. - ISBN 978-5-91134-815-1.
2. Жильцова О. Н. Рекламная деятельность [электронный ресурс]: Учебник и практикум для вузов / Жильцова Ольга Николаевна, Инга Михайловна, Денис Анатольевич. - Электрон. дан. - Москва: Юрайт, 2020. - 233 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/451045> (дата обращения: 11.09.2020). - ISBN 978-5-9916-9889-4. - Загл. с экрана.
3. Жильцова О. Н. Связи с общественностью [Электронный ресурс]: Учебное пособие для вузов / Жильцова Ольга Николаевна, Синяева Инга Михайловна, Жильцов Денис Анатольевич. - Электрон. дан. - Москва: Юрайт, 2020. - 337 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/451046> (дата обращения: 01.03.2021). -

ISBN 978-5-9916-9890-0.

4. Колышкина, Т. Б. Реклама в местах продаж [электронный ресурс]: Учебное пособие для вузов / Колышкина, Татьяна Борисовна, Шустина, Ирина Викторовна, Маркова, Елена Владимировна. - 2-е изд.; испр. и доп. - Электрон. дан. - Москва: Издательство Юрайт, 2020. - 222. - (Высшее образование). - Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/448248>. - ISBN 978-5-534-12663-1.
5. Маркова Е. В. Психология рекламы [Электронный ресурс]: Учебное пособие / Маркова Елена Владимировна; Ярославский государственный университет им. П.Г.
6. Селезнева Л. В. Подготовка рекламного и PR-текста [Электронный ресурс]: Учебное пособие для вузов / Селезнева Лариса Васильевна. - Электрон. дан. - Москва: Юрайт, 2020. - 159 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/453912> (дата обращения: 01.03.2021). - ISBN 978-5-534-04084-5.
7. Синяева И. М. Реклама и связи с общественностью [электронный ресурс]: Учебник для бакалавров / Синяева Инга Михайловна, Жильцова Ольга Николаевна, Жильцов Денис Анатольевич. - Электрон. дан. - Москва: Юрайт, 2020. - 552 с. - (Бакалавр. Академический курс). - URL: <https://urait.ru/bcode/466182> (дата обращения: 11.09.2020). - ISBN 978-5-9916-3181-5.
8. Федотова Л. Н. Реклама: теория и практика [Электронный ресурс]: Учебник для вузов / Федотова Лариса Николаевна. - Электрон. дан. - Москва: Юрайт, 2020. - 391 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/450406> (дата обращения: 01.03.2021). - ISBN 978-5-9916-8299-2.
9. Чумиков А. Н. Связи с общественностью. Практикум [Электронный ресурс]: Учебное пособие для вузов / Чумиков Александр Николаевич. - Электрон. дан. - Москва: Юрайт, 2020. - 173 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/455249> (дата обращения: 01.03.2021). - ISBN 978-5-534-06706-4. – Загл. с экрана.

в) Программное обеспечение и Интернет-ресурсы

- сайт организации – базы практики
- www.adme.ru
- www.akarussia.ru
- www.biznesolimp.ru
- www.3niti.ru
- www.advesti.ru
- www.business-letters.ru

г) Б азы данных, информационно-справочные и поисковые системы

www.google.ru

- www.rambler.ru
- www.yandex.ru

Перечень иного учебно-методического и информационного обеспечения, в том числе программного обеспечения:

- Microsoft PowerPoint;
- Adobe Audition;
- Adobe Premiere Pro CC

3. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРАКТИКИ

4.1. Контроль и оценка результатов освоения практики осуществляется руководителем практики в процессе групповых и / или индивидуальных консультаций, а

также выполнения обучающимися установленных видов работ по практике, включая самостоятельную работу обучающихся.

Контролируемые виды работ по практике, включая самостоятельную работу обучающихся	Код и этапы формирования компетенции (или ее части)		Оценочные средства	
			текущий контроль	промежуточная аттестация
Инструктаж по технике безопасности	УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	<p>ИУК-1.1 Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие</p> <p>ИУК-1.2. Демонстрирует знание особенностей системного и критического мышления и готовность к нему</p> <p>ИУК-1.3. Аргументированно формирует собственное суждение и оценку информации, принимает обоснованное решение</p> <p>ИУК-1.4. Рассматривает и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки</p>		Уч. конфер.
	УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	<p>ИУК-6.1. Оценивает свои ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные, временные и т.д.), для успешного выполнения порученной работы;</p> <p>ИУК-6.2. Планирует перспективные цели собственной деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей и реализовывает намеченные цели деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей;</p>		

		ИУК-6.3. Владеет навыком составления плана последовательных шагов для достижения поставленной цели.		
Получение задания	ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ИОПК-6.1. Использует цифровые технологии и программные средства для создания и распространения медиапродуктов. ИОПК-6.2. Применяет инструменты анализа данных и цифровой аналитики в коммуникационной деятельности. ИОПК-6.3. Оценивает возможности и ограничения современных информационных технологий в рекламе и связях с общественностью.	<u>изучение</u> специфик и работы и ведение дневника и работы над ВКР	Уч. конфер.
Выполнение задания Ведение дневника Оформление отчета Представление результатов	ПК-5. Способен применять современные рекламные, цифровые и медиатехнологии при создании и распространении коммуникационных продуктов	ИПК-5.1. Использует цифровые и медиатехнологии в рекламной и PR-деятельности. ИПК-5.2. Разрабатывает медиапланы и контент для различных каналов коммуникации. ИПК-5.3. Оценивает эффективность применяемых технологий и каналов.	Получение заданий от руководителя ВКР Получение отзыва руководителя ВКР	Собеседован и (еженед.). Контроль выполнения заданий. Еженедельный отчет о проделанной работе согласно плану. Предзащита

Текущий контроль прохождения практики производится руководителем практики в дискретные временные интервалы (1 раз в неделю) с использованием следующих оценочных средств:

- присутствие – требуемый минимум;
- выполнение заданий руководителя ВКР – требуемый минимум;

Промежуточная аттестация производится в форме собеседования.

В результате прохождения преддипломной практики у обучающегося формируется способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач; определять круг задач в рамках

поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений; управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.

Студент, прошедший преддипломную практику, должен знать особенности журналистского и других видов медиатекстов как продукта профессиональной деятельности; уметь анализировать актуальные медиапрактики; быть способным создавать востребованные обществом и медиаиндустрией медиатексты/медиапродукты; подготовить выпускную квалификационную работу в соответствии с необходимыми требованиями владеть устойчивыми навыками подготовки различных материалов для массмедиа в 4 определенных жанрах, форматах с использованием различных знаковых систем, и возможностью размещения на различных мультимедийных платформах, а также навыками исследования актуальных медийных практик.

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов освоения практики.

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов освоения практики, виды оценочных средств, критерии оценки указаны в ФОС по практике. ФОС к программе прилагается.