

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

Рахимов А.А.

«27» 01 2026 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Профессионально – ознакомительная практика

42.03.01 «Реклама и связь 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.

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 подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

1.2. Место практики в структуре образовательной программы

Учебная (профессионально - ознакомительная) практика относится к разделу учебного плана Б2.О.01 (У)

Учебная (профессионально - ознакомительная) практика является обязательной частью основной профессиональной образовательной программы высшего образования и представляет собой одну из форм организации учебного процесса. Во время учебной (профессионально - ознакомительной) практики происходит практическое знакомство со специальностью, применение результатов теоретического обучения, приобретение студентами умений и навыков практической работы по присваиваемой квалификации и избранной специальности. Учебная практика является этапом практического освоения дисциплин профессионального цикла. Для прохождения практики студенты должны владеть базовыми знаниями по дисциплинам:

- Б1.О.15 Количественные и качественные методы анализа коммуникаций
- Б1.О.17 Основы теории коммуникации
- Б1.О.18 Введение в специальность
- Б1.О.21 Психология массовых коммуникаций
- Б1.О.23 Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)

Понимание специфики учебной практики в дальнейшем будет углубляться в процессе освоения ряда дисциплин основной образовательной программы. Базовые знания, умения и навыки, полученные при прохождении учебной практики, будут использованы при освоении следующих дисциплин как предшествующее являются:

- Б1.О.15 Количественные и качественные методы анализа коммуникаций

- Б1.О.17 Основы теории коммуникации
- Б1.О.18 Введение в специальность
- Б1.О.21 Психология массовых коммуникаций
- Б1.О.23 Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)
- Б1.В.04 История коммуникаций
- Б1.В.05 История рекламы и связей с общественностью
- Б1.В.08 Технологии рекламы и связей с общественностью
- Б1.В.09 Пресс-служба
- Б1.В.10 Этика коммуникаций (профессиональная этика в PR и рекламе)

1.3. Цели и задачи практики

Целью практики проведения практики является ознакомление с основными направлениями профессиональной деятельности специалиста по рекламе и по связям с общественностью; получение представления о разных видах рекламной и информационной коммуникации

Задачами практики являются:

- освоение навыков работы в группе (команде);
- приобретение навыков межличностного общения;
- развитие умения наблюдения, анализа, интерпретации и оценки полученных данных;
- научение критически осмысливать собственную деятельность и умения, которые реализуются в процессе учебной практики;
- участие в организации и проведении различных рекламных и рекламно-информационных мероприятий, сбор информации об этих мероприятиях;
- посещение профильных организаций с целью ознакомления с основными видами профессиональной деятельности;
- овладение навыками эффективного общения в сети интернет, выявление эффективных способов интернет-коммуникации;
- закрепление теоретических знаний, полученных в процессе изучения профессиональных дисциплин в течение первого и второго года обучения;
- ознакомление с типами, спецификой и структурой медиаорганизаций, обязанностями сотрудников различного должностного статуса;

□ изучение современных технологий медиапроизводства в СМИ и медиапредприятиях разных типов (в соответствии с местом прохождения практики);

□ выполнение различного рода редакционных заданий.

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

- **УК-3.** Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
- **УК-6.** Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
- **ОПК-3.** Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
- **ОПК-5.** Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
- **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

Формы и способы проведения практики

Практика проводится непрерывно, чередуясь с теоретическими занятиями.

По способу проведения практика является стационарной.

При реализации практики образовательная деятельность организована в форме практической подготовки путём непосредственного выполнения обучающимися определённых видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью, и направленных на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенций по профилю образовательной программы.

1.5. Место и сроки 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):

- **Информационные агентства:** НИАТ «Ховар»; ИА «Авеста»; ИА (ООО) «Азия-Плюс».
- **Теле/радиокомпании:** НФ МТРК «Мир»; Госучреждение «Тоҷикистон»; Госучреждение «Сафина»; Госучреждение «Джахоннамо»; Госучреждение «Варзиш»; РС/ТК (ООО) «Азия-Плюс»; «Ватан»; «Автордио Таджикистана».
- **Печатные СМИ (газеты):** (ООО) «Азия-Плюс»; ООО «Оила».
- **Рекламная компания** «SANO PRODUCTIONS».

Возможно прохождение профессионально-ознакомительной практики в самом университете в редакциях газеты «Студенческие вести», радио и телестудиях, официального сайта РТСУ.

Сроки проведения практики

Время проведения практики с 15.06.2027 по 28.06.2022 г. (2 семестр, 2 недели).

1.6.1 Количество часов на прохождение практики

Общая трудоёмкость практики составляет 3 зачётные единицы (108 академических часов), в том числе: практ. -60 часов, - 48 часов.

2. 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) |
|-------------------------|----------------------------|--|--|
| 1. | Подготовительный этап | Инструктаж по технике безопасности | 8 |
| | | Получение задания | 4 |
| | | Написание и проверка запланированных материалов | 8 |
| | | Ведение дневника | 6 |
| 2. | Ознакомительный этап | Выполнение задания | 12 |
| | | Ведение дневника | 8 |
| | | Написание и проверка запланированных материалов | 10 |
| 3. | Исследовательский этап | Выполнение задания | 12 |
| | | Ведение дневника | 8 |
| | | Написание и проверка запланированных материалов | 14 |
| 4. | Подготовка и защита отчета | Оформление отчета | 10 |
| | | Представление результатов | 8 |
| ИТОГО, час.- 108 | | | 48/60 ч. |

УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРАКТИКИ

3.1. Требования к материально-техническому обеспечению

Реализация практики требует

наличия: учебного кабинета;

ТВ и радио мастерских.

Технические средства обучения:

камера;

микрофон; диктофон

Оборудование мастерской и рабочих мест мастерской:

монтажный компьютер;

ноутбук;

принтер; электронная доска.

Оборудование рабочих мест профильной организации:

столы;

стулья.

3.2. 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-релейшенз: 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.

Перечень интернет-ресурсов, других источников:

- сайт организации базы практики
- www.adme.ru
- www.akarussia.ru
- www.biznesolimp.ru
- www.3niti.ru
- www.advesti.ru
- www.business-letters.ru
- www.nat.ru
- www.gipp.ru
- <http://librus.ru/>
- <http://www.medialaw.ru>
- электронные ресурсы, связанные с профилем и тематикой подготавливаемых в рамках практики материалов.

базы 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

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРАКТИКИ

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.

| | | |
|--|--|---------------------------|
| | | Оценочные средства |
|--|--|---------------------------|

| Контролируемые виды работ по практике, включая самостоятельную работу обучающихся | Код и этапы формирования компетенции (или ее части) | | текущий контроль | промежуточная аттестация |
|--|--|---|------------------|--------------------------|
| <p>Инструктаж по технике безопасности; Получение задания; Выполнение задания; Ведение дневника</p> | <p>УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде</p> | <p>ИУК-3.1. Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из знания социологии и социальной психологии, методов развития личности этических норм профессионального взаимодействия с коллективом ИУК-3.2. При реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников ИУК-3.3. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; оценивает статусные позиции других членов команды для достижения поставленной цели ИУК-3.4. Соблюдает нормы и установленные правила внутригруппового взаимодействия; несет личную ответственность за результат</p> | Текстовый кейс | Собеседование |
| <p>Инструктаж по технике безопасности; Получение задания; Выполнение задания; Ведение дневника</p> | <p>УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</p> | <p>ИУК-6.1. Оценивает свои ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные, временные и т.д.), для успешного выполнения порученной работы; 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; ИУК-6.3. Владеет навыком составления плана последовательных шагов для достижения поставленной цели.</p> | Кейсзадача | Собеседование |

| | | | | |
|---|---|---|--------------------|----------------------|
| <p>Инструктаж по технике безопасности; Получение задания; Выполнение задания; Ведение дневника</p> | <p>ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p> | <p>ИОПК-3.1. Использует культурно-исторические и художественные контексты при создании медиапродуктов. ИОПК-3.2. Интегрирует элементы национальной и мировой культуры в коммуникационные стратегии и рекламные проекты. ИОПК-3.3. Анализирует культурные коды и символы для повышения эффективности медиакommunikаций</p> | <p>Видеорекейс</p> | <p>Собеседование</p> |
| <p>Инструктаж по технике безопасности; Получение задания; Выполнение задания; Ведение дневника</p> | <p>ОПК-5 . Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p> | <p>ИОПК-5.1. Анализирует политические, экономические и правовые факторы функционирования медиакommunikационных систем. ИОПК-5.2. Учитывает правовые и этические нормы при разработке коммуникационных и рекламных продуктов. ИОПК-5.3. Оценивает влияние глобальных и региональных медиатрендов на профессиональную коммуникационную деятельность.</p> | <p>Аудиорекейс</p> | <p>Собеседование</p> |
| <p>Инструктаж по технике безопасности ; Получение задания; Выполнение задания; Ведение дневника</p> | <p>ОПК-6 Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и Информационные коммуникационные технологии</p> | <p>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.</p> | <p>Изображение</p> | <p>Собеседование</p> |

| | | | | |
|---|---|---|--|---------------|
| 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 | Личный блог с портфолио Аналитическая справка по продвижению своих материалов | Собеседование |
|---|---|---|--|---------------|

Текущий контроль прохождения практики производится руководителем практики в дискретные временные интервалы с использованием следующих оценочных средств:

- Текстовый кейс
- Видеокейс
- Аудиокейс
- Изображение
- Кейс-задача
- Личный блог с портфолио
- Аналитическая справка по продвижению своих материалов

Промежуточная аттестация производится в форме зачёта с использованием следующих оценочных средств:

- собеседование

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.