


**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФГАОУ ВО «КРЫМСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
им. В.И. ВЕРНАДСКОГО»  
ТАВРИЧЕСКАЯ АКАДЕМИЯ  
ФАКУЛЬТЕТ ИНФОРМАЦИОННО-ПОЛИГРАФИЧЕСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ  
КАФЕДРА РЕКЛАМЫ И ИЗДАТЕЛЬСКОГО ДЕЛА**

**«УТВЕРЖДАЮ»**  
Зам. директора по учебной работе  
  
О. И. Рудницкий  
«31» августа 2016 г.

**ПРОГРАММА  
«ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА В РЕКЛАМНЫХ И ПР-АГЕНТСТВАХ»  
Б.2.4.  
Направления подготовки 42.03.01. «Рекламы и связей с общественностью»  
Квалификация выпускника – бакалавр**

## **1. Аннотация программы практики**

Практика является составной частью основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Практика имеет своей целью закрепление и углубление знаний, полученных студентами в процессе теоретического обучения, приобретение необходимых умений, навыков и опыта практической работы по данному направлению подготовки с учетом общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций.

**Вид практики: производственная практика**

**Форма проведения практики**

**Производственная практика проводится в следующих формах:**

Дискретно: по видам практики – путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения каждого вида практики.

Практикант выполняет функции сотрудника на одной из должностей, определяемых руководителем издающей организации по согласованию с руководителем практики от факультета информационно-полиграфических технологий.

**Способы проведения практики**

Производственная практика – стационарная

**Места прохождения практик, базовые для прохождения практик по дисциплине.**

ФИПТ имеет договор на прохождение практики со следующими предприятиями организациями:

1. Рекламное агентство «Салгир»
2. Рекламное агентство «Очень хорошо»

## Сроки прохождения

Учебным планом ФИПТ по направлению подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью определены следующие сроки проведения практики: 3,4 курс, 6,7 семестр, в течение 8 недель.

## Виды и формы контроля

Аттестация по итогам учебной практики студентов по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» проводится на основании отчетов студентов и отзывов руководителей с мест прохождения практики. По окончании каждой из практик студенты получают зачеты с оценкой.

## 2. Перечень результатов прохождения практики, соотнесенные с результатами освоения образовательной программы

№ пп	Индекс компетенции	Планируемые результаты обучения (компетенции или ее части)
		<b>Производственная практика</b>
		<i>общепрофессиональные компетенции:</i>
	ОПК-1	способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах
	ОПК-3	обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга
	ОПК-4	умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия
		<i>профессиональные компетенции:</i>
	ПК-7	Способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий
	ПК-9	Способностью проводить маркетинговые исследования
	ПК-13	Способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия



### 3. Место практики в структуре ОПОП ВО:


Номер семестра	Предшествующие дисциплины и виды практик	Последующие дисциплины
	Рекламный менеджмент	
	Теория массовой информации	
	Разработка и технология производства рекламного продукта	
	Литературное редактирование рекламных и ПР-текстов	
	Психология межличностной коммуникации в профессиональной деятельности	
	История ораторского искусства	
	Информационные технологии в профессиональной деятельности	
	Реклама и ПР в интернете	
2	<b>Производственная практика в рекламных и ПР-агентствах</b>	Брендинг и бренд- менеджмент
		Информационная безопасность
		Современные аспекты полиграфии и издательского дела
		Консалтинг в ПР и рекламе
		Кризисный ПР и антикризисное управление

Номер семестра	Предшествующие дисциплины и виды практик	Последующие дисциплины
		Современная пресс-служба
		Медиапланирование

#### 4. Объем практики

Номер курса	Номер семестра	Объем в зачетных единицах	Продолжительность практики	
			В неделях	В академических часах
3,4	6,7	12	8	432

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФГАОУ ВО «КРЫМСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
им. В.И. ВЕРНАДСКОГО»  
ТАВРИЧЕСКАЯ АКАДЕМИЯ  
ФАКУЛЬТЕТ ИНФОРМАЦИОННО-ПОЛИГРАФИЧЕСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ  
КАФЕДРА РЕКЛАМЫ И ИЗДАТЕЛЬСКОГО ДЕЛА**

**«УТВЕРЖДАЮ»**  
Зам. директора по учебной работе  
  
О. И. Рудницкий  
«31» августа 2016 г.

**ПРОГРАММА  
«РЕКЛАМНАЯ ГАЗЕТНО-ЖУРНАЛЬНАЯ УЧЕБНАЯ ПРАКТИКА»  
Б.2.1.  
Направления подготовки 42.03.01. «Рекламы и связей с общественностью»  
Квалификация выпускника – бакалавр**

## **1. Аннотация программы практики**

Практика является составной частью основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Практика имеет своей целью закрепление и углубление знаний, полученных студентами в процессе теоретического обучения, приобретение необходимых умений, навыков и опыта практической работы по данному направлению подготовки с учетом общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций.

**Вид практики: учебная практика**

**Форма проведения практики**

**Учебная практика проводится в следующих формах:**

Дискретно: по видам практики – путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения каждого вида практики.

Практикант выполняет функции сотрудника на одной из должностей, определяемых руководителем издающей организации по согласованию с руководителем практики от факультета информационно-полиграфических технологий.

**Способы проведения практики**

Учебная практика – стационарная

**Места прохождения практик, базовые для прохождения практик по дисциплине.**

ФИПТ имеет договора на прохождение практик со следующими предприятиями и организациями:

1. Рекламный отдел газеты «Крымские известия»
2. Рекламный отдел газеты «Крымская правда»
3. Рекламное агентство «Город-82» (рекламный отдел газеты «Наша газета»).
4. ООО РА «Очень хорошо» (рекламный отдел газеты «Удача»).

**Сроки прохождения**



Учебным планом ФИПТ по направлению подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью определены следующие сроки проведения практики: 1 курс, 2 семестр, в течение 4 недель.

### Виды и формы контроля

Аттестация по итогам учебной практики студентов по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» проводится на основании отчетов студентов и отзывов руководителей с мест прохождения практики. По окончании каждой из практик студенты получают зачеты с оценкой.

### 2. Перечень результатов прохождения практики, соотнесенные с результатами освоения образовательной программы

№ пп	Индекс компетенции	Планируемые результаты обучения (компетенции или ее части)
<b>Учебная практика</b>		
<i>общепрофессиональные компетенции:</i>		
	ОПК-1	способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах
	ОПК-3	обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга
	ОПК-4	умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия
<i>профессиональные компетенции:</i>		
	ПК-8	Способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические. Рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы
	ПК-12	Способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, СМИ

### 3. Место практики в структуре ОПОП ВО:

Номер семестра	Предшествующие дисциплины и виды практик	Последующие дисциплины




Номер семестра	Предшествующие дисциплины и виды практик	Последующие дисциплины
	История рекламы и ПР	
	Социология массовой коммуникации	
	Основы рекламы	
	Основы связей с общественностью	
	Имиджеведение	
	Иностранный язык	
<b>2</b>	<b>Рекламная газетно-журнальная (учебная)</b>	Макетирование и верстка в рекламной и ПР-деятельности
		Копирайтинг
		Делопроизводство в рекламной и ПР-деятельности
		Конфликты в системе рекламной и ПР-деятельности
		Экономика рекламы, ПР и издательского дела
		Социологический аспект медиапространства

#### 4. Объем практики

Номер курса	Номер семестра	Объем в зачетных единицах	Продолжительность практики	
			В неделях	В академических часах
1	2	6	4	216

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФГАОУ ВО «КРЫМСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
им. В.И. ВЕРНАДСКОГО»  
ТАВРИЧЕСКАЯ АКАДЕМИЯ  
ФАКУЛЬТЕТ ИНФОРМАЦИОННО-ПОЛИГРАФИЧЕСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ  
КАФЕДРА РЕКЛАМЫ И ИЗДАТЕЛЬСКОГО ДЕЛА**

**«УТВЕРЖДАЮ»**  
Зам. директора по учебной работе  
  
О. И. Рудницкий  
«31» августа 2016 г.

**ПРОГРАММА  
«УЧЕБНАЯ РЕКЛАМНАЯ ПРАКТИКА НА РАДИО»  
Б.2.2.  
Направления подготовки 42.03.01. «Рекламы и связей с общественностью»  
Квалификация выпускника – бакалавр**

## **1. Аннотация программы практики**

Практика является составной частью основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Практика имеет своей целью закрепление и углубление знаний, полученных студентами в процессе теоретического обучения, приобретение необходимых умений, навыков и опыта практической работы по данному направлению подготовки с учетом общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций.

**Вид практики: учебная практика**

**Форма проведения практики**

**Учебная практика проводится в следующих формах:**

Дискретно: по видам практики – путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения каждого вида практики.

Практикант выполняет функции сотрудника на одной из должностей, определяемых руководителем издающей организации по согласованию с руководителем практики от факультета информационно-полиграфических технологий.

**Способы проведения практики**

Учебная практика – стационарная

**Места прохождения практик, базовые для прохождения практик по дисциплине.**

ФИПТ имеет договор на прохождение практики с Телерадиокомпанией «Крым»

**Сроки прохождения**

Учебным планом ФИПТ по направлению подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью определены следующие сроки проведения практики: 3 курс, 5 семестр, в течение 4 недель.



## Виды и формы контроля

Аттестация по итогам учебной практики студентов по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» проводится на основании отчетов студентов и отзывов руководителей с мест прохождения практики. По окончании каждой из практик студенты получают зачеты с оценкой.

## 2. Перечень результатов прохождения практики, соотнесенные с результатами освоения образовательной программы

№ ПП	Индекс компетенции	Планируемые результаты обучения (компетенции или ее части)
		<b>Учебная практика</b>
		<i>общепрофессиональные компетенции:</i>
	ОПК-1	способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах
	ОПК-3	обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга
	ОПК-4	умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия
		<i>профессиональные компетенции:</i>
	ПК-8	Способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы
	ПК-12	Способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, СМИ

## 3. Место практики в структуре ОПОП ВО:

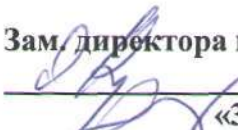
Номер семестра	Предшествующие дисциплины и виды практик	Последующие дисциплины
	Социологический аспект медиапространства	
	Рекламный менеджмент	

Номер семестра	Предшествующие дисциплины и виды практик	Последующие дисциплины
	Экономика рекламы, ПР и издательского дела	
	Копирайтинг	
	Макетирование и верстка в рекламной и ПР-деятельности	
	Иностранный язык	
<b>2</b>	<b>Рекламная практика на радио (учебная)</b>	Разработка и технология производства рекламного продукта
		Литературное редактирование рекламных и ПР текстов
		Рекламный маркетинг
		Логика и теория аргументации в рекламе
		Спичрайтинг
		Организация работы рекламных и ПР агентств
		Этика и психология делового общения

#### 4. Объем практики

Номер курса	Номер семестра	Объем в зачетных единицах	Продолжительность практики	
			В неделях	В академических часах
3	5	6	4	216

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФГАОУ ВО «КРЫМСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
им. В.И. ВЕРНАДСКОГО»  
ТАВРИЧЕСКАЯ АКАДЕМИЯ  
ФАКУЛЬТЕТ ИНФОРМАЦИОННО-ПОЛИГРАФИЧЕСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ  
КАФЕДРА РЕКЛАМЫ И ИЗДАТЕЛЬСКОГО ДЕЛА**

**«УТВЕРЖДАЮ»**  
Зам. директора по учебной работе  
  
О. И. Рудницкий  
«31» августа 2016 г.

**ПРОГРАММА  
«УЧЕБНАЯ РЕКЛАМНАЯ ПРАКТИКА НА ТЕЛЕВИДЕНИИ»  
Б.2.3.  
Направления подготовки 42.03.01. «Рекламы и связей с общественностью»  
Квалификация выпускника – бакалавр**



## **1. Аннотация программы практики**

Практика является составной частью основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Практика имеет своей целью закрепление и углубление знаний, полученных студентами в процессе теоретического обучения, приобретение необходимых умений, навыков и опыта практической работы по данному направлению подготовки с учетом общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций.

**Вид практики: учебная практика**

**Форма проведения практики**

**Учебная практика проводится в следующих формах:**

Дискретно: по видам практики – путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения каждого вида практики.

Практикант выполняет функции сотрудника на одной из должностей, определяемых руководителем издающей организации по согласованию с руководителем практики от факультета информационно-полиграфических технологий.

**Способы проведения практики**

Учебная практика – стационарная

**Места прохождения практик, базовые для прохождения практик по дисциплине.**

ФИПТ имеет договор на прохождение практики с Телерадиокомпанией «Крым»

**Сроки прохождения**

Учебным планом ФИПТ по направлению подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью определены следующие сроки проведения практики: 2 курс, 4 семестр, в течение 6 недель.

### **Виды и формы контроля**

Аттестация по итогам учебной практики студентов по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» проводится на основании отчетов студентов и отзывов руководителей с мест прохождения практики. По окончании каждой из практик студенты получают зачеты с оценкой.

### **2. Перечень результатов прохождения практики, соотнесенные с результатами освоения образовательной программы**

№ пп	Индекс компетенции	Планируемые результаты обучения (компетенции или ее части)
<b>Учебная практика</b>		
<i>общепрофессиональные компетенции:</i>		
	ОПК-1	способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах
	ОПК-3	обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга
	ОПК-4	умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия
<i>профессиональные компетенции:</i>		
	ПК-8	Способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы
	ПК-12	Способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, СМИ

### 3. Место практики в структуре ОПОП ВО:

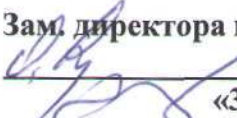
Номер семестра	Предшествующие дисциплины и виды практик	Последующие дисциплины
	Религиоведение	
	История искусств	
	Делопроизводство в рекламной и ПР-деятельности	
	Копирайтинг	
	Макетирование и верстка в рекламной и ПР-деятельности	
	Иностранный язык	
	Конфликты в системе рекламной и ПР-деятельности	
	Управление целевыми аудиториями посредством вербальных и невербальных коммуникаций	
<b>2</b>	<b>Рекламная практика на телевидении (учебная)</b>	Рекламный менеджмент
		Теория массовой информации
		Разработка и технология производства рекламного продукта
		Литературное редактирование рекламных и ПР-текстов
		Психология межличностной коммуникации в профессиональной деятельности
		История ораторского искусства
		Информационные технологии в профессиональной деятельности
		Реклама и ПР в интернете



#### 4. Объем практики

Номер курса	Номер семестра	Объем в зачетных единицах	Продолжительность практики	
			В неделях	В академических часах
2	4	9	6	324

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФГАОУ ВО «КРЫМСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
им. В.И. ВЕРНАДСКОГО»  
ТАВРИЧЕСКАЯ АКАДЕМИЯ  
ФАКУЛЬТЕТ ИНФОРМАЦИОННО-ПОЛИГРАФИЧЕСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ  
КАФЕДРА РЕКЛАМЫ И ИЗДАТЕЛЬСКОГО ДЕЛА**

**«УТВЕРЖДАЮ»**  
Зам. директора по учебной работе  
 О. И. Рудницкий  
«31» августа 2016 г.

**ПРОГРАММА  
«ПРЕДДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА»  
Б.2.5.  
Направления подготовки 42.03.01. «Рекламы и связей с общественностью»  
Квалификация выпускника – бакалавр**

## **1. Аннотация программы практики**

Практика является составной частью основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Практика имеет своей целью закрепление и углубление знаний, полученных студентами в процессе теоретического обучения, приобретение необходимых умений, навыков и опыта практической работы по данному направлению подготовки с учетом общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций.

**Вид практики: преддипломная практика**

**Форма проведения практики**

**Преддипломная практика проводится в следующих формах:**

Дискретно: по видам практики – путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения каждого вида практики.

Практикант выполняет функции сотрудника на одной из должностей, определяемых руководителем издающей организации по согласованию с руководителем практики от факультета информационно-полиграфических технологий.

**Способы проведения практики**

Преддипломная практика – стационарная

**Места прохождения практик, базовые для прохождения практик по дисциплине.**

ФИПТ имеет договор на прохождение практики со следующими предприятиями организациями:

1. Телерадиокомпания «Крым»
2. Редакция газеты «Крымская газета»
3. Редакция газеты «Все для всех»

**Сроки прохождения**



Учебным планом ФИПТ по направлению подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью определены следующие сроки проведения практики: 4 курс, 8 семестр, в течение 2 недель.

### Виды и формы контроля

Аттестация по итогам учебной практики студентов по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» проводится на основании отчетов студентов и отзывов руководителей с мест прохождения практики. По окончании каждой из практик студенты получают зачеты с оценкой.

### 2. Перечень результатов прохождения практики, соотнесенные с результатами освоения образовательной программы

№ пп	Индекс компетенции	Планируемые результаты обучения (компетенции или ее части)
<b>Преддипломная практика</b>		
<i>профессиональные компетенции:</i>		
	ПК-1	Способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы. Деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью
	ПК-4	Владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)
	ПК-7	Способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий
	ПК-8	Способность организовать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы
	ПК-10	Способность организовывать и проводить социологические исследования
	ПК-12	Способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации
	ПК-15	Владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве

### 3. Место практики в структуре ОПОП ВО:

Номер семестра	Предшествующие дисциплины и виды практик	Последующие дисциплины
	Рекламный маркетинг	
	Психология массовых коммуникаций	
	Теория и методика журналистской деятельности	
	Деловые переговоры на иностранном языке	
	Организация и проведение ПР компаний	
	Основы мультимедиа	
	Коммуникативные аспекты в международных отношениях	
	Реклама и ПР в государственных институтах и структурах	
	<b>Преддипломная практика</b>	

### 4. Объем практики

Номер курса	Номер семестра	Объем в зачетных единицах	Продолжительность практики	
			В неделях	В академических часах
4	8	3	2	108