

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«УЛЬЯНОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета
Соснина Е.П.
« 26 » ноября 2025 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Дисциплина (модуль)

Производственная практика –
Профессионально-творческая практика
наименование дисциплины (модуля)

Уровень образования

бакалавриат
(СПО/бакалавриат/магистратура/специалитет/подготовка кадров высшей квалификации)

Квалификация

бакалавр
Техник/Бакалавр/Магистр/Инженер/Исследователь. Преподаватель-исследователь

Рабочая программа составлена

на кафедре

«Политология, социология и связи с
общественностью»

факультета

Гуманитарного

в соответствии с учебным
планом по направлению
подготовки (специальности)

магистратуры 42.04.01

«Реклама и связи с общественностью»

профиль
(программа / специализация)

Креативные индустрии и технологии

Составитель рабочей программы

Декан ГФ, доцент



Соснина Е.П.

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры

Заведующий кафедрой

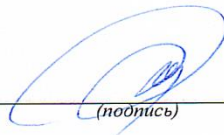

(подпись)

Шиняева О.В.

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ОПОП

«_26_» __11__ 2025г.


(подпись)

Соснина Е.П.
(Фамилия И. О.)

Заведующий выпускающей кафедрой /научный руководитель ОПОП

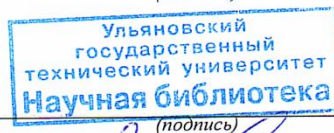
«_26_» __11__ 2025г.


(подпись)

Шиняева О.В.
(Фамилия И. О.)

Директор библиотеки

«_26_» __11__ 2025г.


(подпись)

Синдюкова Е.С.
(Фамилия И. О.)

1 ОБЪЕМ ПРАКТИКИ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ И ЕЕ ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТИ В НЕДЕЛЯХ И АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСАХ

Таблица 1

Бюджет времени с учетом формы обучения, семестра и видов занятий

Форма обучения	Очная				Очно-заочная				Заочная			
Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), всего часов												
Самостоятельная работа обучающихся, часов	468				468				468			
в том числе:												
- работа по индивидуальному заданию на практику на рабочем месте стажера	406				406				406			
- подготовка к отчету	50				50				50			
- взаимодействие в электронной информационно-образовательной среде вуза	12				12				12			
Промежуточная аттестация обучающихся, включая подготовку (зачет с оценкой)	9				9				9			
Итого, часов	468				468				468			
Трудоемкость, з.е.	13				13				13			

2 ЯЗЫК ПРЕПОДАВАНИЯ

Прохождение практики «Производственная практика: Профессионально-творческая практика» осуществляется на русском языке.

3 ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПРАКТИКИ

Цель профессионально-творческой практики — закрепление и углубление теоретических знаний, полученных при освоении дисциплин «Креативные индустрии и технологии», «Культурное наследие и прикладное творчество в индустриях», «Правовые основы профессиональной деятельности», «Лингвистические аспекты профессиональной коммуникации и медиапроектов», «Цифровые технологии в профессиональной деятельности», а также формирование практических навыков создания креативных продуктов, управления проектами в сфере креативных индустрий и работы в команде в соответствии с требованиями ФГОС ВО 42.04.01 и Федерального закона № 330-ФЗ «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации».

Задачи профессионально-творческой практики:

1. Приобрести практический опыт организации и руководства работой команды при разработке и реализации креативного проекта, включая распределение ролей, координацию действий участников и выработку командной стратегии для достижения поставленных целей в сфере креативных индустрий, рекламы и связей с общественностью.
2. Сформировать навыки определения и реализации приоритетов собственной профессиональной деятельности в контексте выполнения проектных задач, развития компетенций в области работы с культурным наследием, применения цифровых технологий и соблюдения правовых норм, а также методов профессионального самосовершенствования на основе рефлексии и самооценки результатов практической деятельности.

3. Получить опыт разработки концепций и стратегий рекламирования креативных продуктов на основе анализа рыночных трендов, культурного контекста и достижений отечественной и мировой культуры.
4. Приобрести практические навыки создания и адаптации медиатекстов и коммуникационных продуктов для различных платформ (включая рекламу, PR, SMM) с использованием современных цифровых технологий, соблюдением норм русского и иностранного языков, особенностей знаковых систем и специфики креативных индустрий.
5. Интегрировать знания о видах креативных индустрий, особенностях работы с культурным наследием и прикладным творчеством, правовых механизмах регулирования, лингвистических аспектах профессиональной коммуникации и цифровых инструментах медиапроизводства для решения комплексных профессиональных задач в рамках реального или учебного креативного проекта.
6. Продемонстрировать способность применять системный подход к анализу проблемных ситуаций в сфере креативных индустрий, учитывать межкультурное разнообразие при создании креативных продуктов и соблюдать принципы социальной ответственности в профессиональной деятельности.

4 ВИД, СПОСОБ (ПРИ НАЛИЧИИ) И ФОРМА (ФОРМЫ) ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Вид практики: _производственная

Тип практики: профессионально-творческая практика

Способ проведения (при наличии): стационарная или выездная.

Форма проведения: рассредоточенная.

Аннотация практики представлена в приложении А.

5 ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Таблица 2

Планируемые результаты обучения при прохождении практики,
с указанием индикатора достижения компетенций

Код компетенции	Формулировка компетенции	Код индикатора достижения компетенции (по данной дисциплине)	Индикаторы достижения компетенции (связанные с данной дисциплиной)
Универсальные			
УК-3	Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	ИД-1 УК-3	Знает различные приемы и способы социализации личности и социального взаимодействия, а также основные теории лидерства и стили руководства
		ИД-2 УК-3	Умеет строить отношения с окружающими людьми, с коллегами и применять эффективные стили руководства командой для достижения поставленной цели
		ИД-3 УК-3	Имеет практический навык участия в командной работе, в социальных проектах, распределения

			ролей в условиях командного взаимодействия
УК-6	Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	ИД-1 УК-6	Знает методики самооценки, самоконтроля и саморазвития с использованием подходов здоровьесбережения
		ИД-2 УК-6	Умеет планировать свое рабочее время и время для саморазвития, формулировать цели личного и профессионального развития и условия их достижения, исходя из тенденций развития области профессиональной деятельности, индивидуально-личностных особенностей
		ИД-3 УК-6	Имеет практический навык получения дополнительных знаний и умений, освоения дополнительных образовательных программ на основе самооценки, самоконтроля и принципов самообразования в течение всей жизни, в том числе с использованием здоровьесберегающих подходов и методик
Профессиональные			
ПК-1	способен разрабатывать концепции и стратегии креативных продуктов (в том числе в дизайне и брендинге), анализируя рыночные тренды и культурный контекст, управлять проектами в сфере креативных индустрий.	ИД-1 ПК1 ИД-2 ПК1 ИД-3 ПК1	<p>ИД-1 ПК-1 Знает концепции и стратегии креативных продуктов (в том числе в дизайне и брендинге, рекламе и связях с общественностью), как анализировать рыночные тренды и культурный контекст и управлять проектами в сфере креативных индустрий.</p> <p>ИД-2 ПК-1 Умеет разрабатывать стратегии креативных продуктов (в том числе в дизайне и брендинге, рекламе и связях с общественностью), анализировать рыночные тренды и культурный контекст и управлять проектами в сфере креативных индустрий.</p> <p>ИД-3 ПК-1 Имеет опыт разработки концепций и стратегий разработки креативных продуктов (в том числе в дизайне и брендинге, рекламе и связях с общественностью), анализа рыночных трендов и культурного контекста и управления проектами в сфере креативных индустрий.</p>

<p>ПК-2</p>	<p>способен создавать и адаптировать медиатексты и коммуникационные продукты для различных платформ с учетом специфики креативных индустрий</p>	<p>ИД-1 ПК2 ИД-2 ПК2 ИД-3 ПК2</p>	<p>ИД-1 ПК-2 Знает как создавать и адаптировать медиатексты и коммуникационные продукты для различных платформ с учетом специфики креативных индустрий ИД-2 ПК-2 Умеет создавать и адаптировать медиатексты и коммуникационные продукты для различных платформ с учетом специфики креативных индустрий ИД-3 ПК-2 Имеет опыт того, как создавать и адаптировать медиатексты и коммуникационные продукты для различных платформ с учетом специфики креативных индустрий</p>
--------------------	---	---	--

6 МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Практика относится к Обязательной части блока Б 2 Практики.

(Обязательной части; Части, формируемой участниками образовательных отношений)

7 СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Основные вопросы, изучаемые в период прохождения практики

Раздел 1. Подготовка текстов или документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы (статьи в СМИ, рекламные тексты)

1.1 Подготовка текста пресс-релиза

- Анализ целевой аудитории и выбор тональности коммуникации для креативного продукта
- Структура пресс-релиза: заголовок, лид, основная часть, справка о компании, контакты
- Интеграция культурных кодов и элементов наследия в текст пресс-релиза
- Соблюдение правовых норм и этических стандартов при подготовке медиатекстов (связь с ФЗ № 330-ФЗ, ст. 2)
- Адаптация пресс-релиза под различные платформы: СМИ, сайт, соцсети, мессенджеры
- Применение цифровых инструментов для редактирования и визуального оформления текста

1.2 Подготовка рекламного текста

- Разработка УТП и ключевых сообщений для креативного продукта на основе анализа рыночных трендов
- Применение лингвистических норм русского и иностранного языков, учёт особенностей знаковых систем
- Учёт культурного контекста и межкультурных особенностей при создании рекламного контента

- Адаптация рекламного текста под разные форматы: баннер, пост, сценарий ролика, email-рассылка
 - Тестирование текстов на фокус-группах и использование обратной связи для оптимизации
 - Оценка правовых рисков рекламного сообщения (ФЗ «О рекламе», ФЗ № 330-ФЗ)
- Раздел 2. Проведение специальных мероприятий, презентаций, пресс-конференций в рамках задач, решаемых организацией

2.1 Проведение специальных мероприятий

- Планирование и координация мероприятия в сфере креативных индустрий: цели, аудитория, бюджет, тайминг
- Организация командной работы: распределение ролей, коммуникация, контроль исполнения задач
- Учёт правовых аспектов организации мероприятий: лицензии, авторские права, договоры с подрядчиками
- Интеграция элементов культурного наследия или прикладного творчества в концепцию мероприятия
- Оценка социальных и репутационных эффектов мероприятия, следование принципам социальной ответственности
- Документирование хода мероприятия и подготовка отчётных материалов для стейкхолдеров

2.2 Проведение презентаций

- Разработка структуры и визуального оформления презентации креативного продукта
- Применение современных коммуникативных технологий для эффективного взаимодействия с аудиторией
- Адаптация презентации под разные форматы: очная, онлайн, гибридная; под разные аудитории
- Техники публичного выступления: работа с голосом, жестами, визуальным рядом, ответами на вопросы
- Сбор и анализ обратной связи от аудитории для профессионального саморазвития
- Использование цифровых инструментов для проведения и записи презентации

Раздел 3. Приобретение первичных профессиональных навыков

3.1 Методы подготовки текста пресс-релиза, рекламного текста

- Исследование аудитории и анализ трендов для создания востребованного контента
- Применение методов креативного мышления и генерации идей при написании текстов
- Редактура и корректура текстов с учётом норм языка, стилистики и знаковых систем
- Использование нейросетевых и цифровых инструментов для ускорения создания и адаптации текстов

3.2 Методы подготовки рекламного текста

- Разработка креативной концепции рекламной кампании: от брифа к реализации
- Применение методов сторителлинга и эмоционального вовлечения в рекламных текстах
- Тестирование и A/B-оптимизация текстов на основе метрик вовлечённости и конверсии
- Адаптация рекламных сообщений под культурные особенности целевых аудиторий

3.3 Методы проведения специальных мероприятий

- Управление проектом мероприятия: инициация, планирование, исполнение, мониторинг, закрытие
- Координация взаимодействия с подрядчиками, партнёрами, волонтерами, СМИ
- Оценка рисков и разработка планов реагирования при организации мероприятий
- Применение цифровых инструментов для регистрации участников, интерактива и аналитики

3.4 Методы проведения презентаций

- Техники публичного выступления и работы с аудиторией: удержание внимания, аргументация, импровизация
- Использование визуальных и интерактивных элементов для усиления воздействия презентации
- Сбор и анализ обратной связи для профессионального саморазвития и совершенствования навыков
- Адаптация стиля презентации под разные культурные и профессиональные аудитории

Дополнительные вопросы, обеспечивающие формирование компетенций.

Для формирования УК-3 (Организация и руководство командой):

- Методы формирования проектной команды в сфере креативных индустрий: подбор, мотивация, развитие
- Технологии разрешения конфликтов и поддержания продуктивной атмосферы в команде
- Практика проведения командных встреч, брейнштормов, ретроспектив в цифровой и офлайн-среде

Для формирования УК-6 (Самоорганизация и саморазвитие):

- Методы тайм-менеджмента и приоритизации задач в условиях многозадачности креативного проекта
- Инструменты рефлексии и самооценки профессиональных результатов: дневник практики, чек-листы, рубрики
- Планирование индивидуальной траектории профессионального развития на основе результатов практики

Для формирования ПК-1 (Разработка концепций, управление проектами):

- Анализ культурного контекста и рыночных трендов при разработке концепции креативного продукта
- Разработка проектной документации: устав, план-график, реестр рисков, коммуникационный план
- Оценка экономической и социальной эффективности креативного проекта, подготовка отчётности

Для формирования ПК-2 (Создание и адаптация медиапродуктов):

- Применение мультимодальных подходов: интеграция текста, визуала, звука в креативном продукте
- Адаптация медиапродукта под требования разных платформ: веб, мобильные приложения, соцсети, офлайн
- Соблюдение этических и правовых норм при создании и распространении креативного контента

8 ФОРМЫ ОТЧЕТНОСТИ ПО ПРАКТИКЕ

По итогам прохождения практики «Производственная практика: профессионально-творческая практика» обучающиеся сдают отчет о прохождении практики. Формы отчетов определены Положением о порядке проведения практики обучающимися УлГТУ.

9 ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ (ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ) ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРАКТИКЕ

Таблица 3

Наименование оценочных средств (оценочных материалов)

№ п/п	Код формируемой компетенции	Код индикатора достижения формируемой компетенции	Наименование оценочного средства (оценочного материала)
1.	УК-3	ИД-1 УК-3 ИД-2 УК-3 ИД-3 УК-3	письменный отчет зачет с оценкой
2.	УК-6	ИД-1 УК-6 ИД-2 УК-6 ИД-3 УК-6	письменный отчет зачет с оценкой
3.	ПК-1	ИД-1 УК-3 ИД-2 УК-3 ИД-3 УК-3	письменный отчет зачет с оценкой
4.	ПК-2	ИД-1 УК-4 ИД-2 УК-4 ИД-3 УК-4	письменный отчет зачет с оценкой

10 ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И РЕСУРСОВ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Кононова, О. Б. Психология труда, инженерная психология и эргономика : учебное пособие / О. Б. Кононова. — Санкт-Петербург : ПГУПС, 2025. — 74 с. — ISBN 978-5-7641-2085-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/505265>— Режим доступа: для авториз. пользователей.

Креативный менеджмент: учебник / под редакцией а. А. Степанова, м. В. Савиной. — 5-е изд. — москва : дашков и к, 2021. — 252 с. — isbn 978-5-394-04306-2. — текст : электронный // лань : электронно-библиотечная система. — url: <https://e.lanbook.com/book/229406>

Шокова, Е. В. Информационный дизайн: учебное пособие / Е. В. Шокова, И. В. Ахматова. — Самара : Самарский университет, 2023. — 84 с. — ISBN 978-5-7883-1911-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/406739>

Гончарова, Н. В. Культурные и креативные индустрии: учебное пособие / Н. В. Гончарова. — Ульяновск : УлГУ, 2025. — 76 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/516037>

ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, НЕОБХОДИМОГО ДЛЯ ПРОХОЖДЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ (ИТОГОВОЙ) АТТЕСТАЦИИ

Методические указания по прохождению практики для студентов направления подготовки "Реклама и связи с общественностью" [Электронный ресурс] / сост. О.В.Шиняева - Электрон. текст. дан. (файл pdf) в ЭОС.

Чилингр, Е. Ю. Медиаанализ и медиапланирование : учебно-методическое пособие / Е. Ю. Чилингр. — Москва : РосНОУ, 2019. — 129 с. — ISBN 978-5-89789-136-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/162125>

Шиняева О.В. Исследования в сфере рекламы и связей с общественностью, - Ульяновск: УлГТУ, 2017. – 55с.

10.1 Справочные системы и современные профессиональные базы данных, к которым обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий

1. ЭОС УлГТУ - <https://lk.ulstu.ru/>
2. ЭБС УлГТУ - <http://lib.ulstu.ru> (доступ к ресурсам, журналам, базам и т.д.)
3. Научная электронная библиотека <http://elibrary.ru/defaultx.asp>

10.2 Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимые для освоения дисциплины (модуля)

4. Google Книги (англ. GoogleBooks) — сервис полнотекстового поиска по книгам, оцифрованным компанией Google - <https://books.google.ru>
5. Google Scholar — бесплатная поисковая система по полным текстам научных публикаций всех форматов и дисциплин - <https://scholar.google.ru>
6. Креативный менеджмент: учебник / под редакцией а. А. Степанова, м. В. Савиной. — 5-е изд. — москва : дашков и к, 2021. — 252 с. — isbn 978-5-394-04306-2. — текст : электронный // лань : электронно-библиотечная система. — url: <https://e.lanbook.com/book/229406>
7. Гончарова, Н. В. Культурные и креативные индустрии: учебное пособие / Н. В. Гончарова. — Ульяновск : УлГУ, 2025. — 76 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/516037>— Режим доступа: для авториз. пользователей.
8. Креативные индустрии в условиях цифровой экономики : монография / А. Д. Евменов, Е. А. Байков, Л. А. Еникеева [и др.] ; под редакцией А. Д. Евменова. — Санкт-Петербург : СПбГИКиТ, 2020. — 180 с. — ISBN 978-5-94760-441-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/415769>

11 ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ И ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ (ИТОГОВОЙ) АТТЕСТАЦИИ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ

Таблица 4

Наименование и оснащенность помещений, используемых при прохождении государственной итоговой (итоговой) аттестации

№ п/п	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения (подлежит ежегодному обновлению)
-------	---	---	--

1	Помещения для самостоятельной работы аудитория - №403/6	Наборы демонстрационного оборудования: переносное оборудование для презентаций (проектор, экран, ноутбук), учебно-наглядные пособия	Проприетарные лицензии* Microsoft Office Microsoft Windows 7 Антивирус Касперского Свободные и открытые лицензии: Adobe Reader for Linux 7-Zip Mozilla Firefox
2	Помещения для самостоятельной работы (читальный зал научной библиотеки – аудитория № 101/3)	Мебель: столы; стулья Рабочие места, оборудованные ПЭВМ с выходом в Интернет	Проприетарные лицензии*: Microsoft Windows, Microsoft Office, Антивирус Касперского Свободные и открытые лицензии: OpenOffice, AdobeFlash, AdobeReader, MozillaFirefox, Архиватор 7-zip

Приложение А

Аннотация программы практики

Практика	Б2.О.01(П) Профессионально-творческая практика
Уровень образования	магистратура
Квалификация	магистр
Направление подготовки / специальность	42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»
Профиль / программа / специализация	Креативные индустрии и технологии
Практика нацелена на формирование компетенций	УК-3; УК-6; ПК-1; ПК-2
Цель прохождения практики	закрепление и углубление теоретических знаний, полученных при освоении пройденных базовых дисциплин, формирование практических навыков создания и рекламного продвижения креативных продуктов, работы в команде в соответствии с требованиями ФГОС ВО 42.04.01 и Федерального закона № 330-ФЗ «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации»
Общая трудоемкость практики	468 часов, 13 зачетных единиц
Форма промежуточной аттестации	Зачет с оценкой

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«УЛЬЯНОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета
Соснина Е.П.
« 26 » ноября 2025 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Дисциплина (модуль)

Производственная практика –
Научно-исследовательская практика
наименование дисциплины (модуля)

Уровень образования

бакалавриат
(СПО/бакалавриат/магистратура/специалитет/подготовка кадров высшей квалификации)

Квалификация

бакалавр
Техник/Бакалавр/Магистр/Инженер/ Исследователь. Преподаватель-исследователь

Рабочая программа составлена

на кафедре

«Политология, социология и связи с
общественностью»

факультета

Гуманитарного

в соответствии с учебным
планом по направлению
подготовки (специальности)

магистратуры 42.04.01

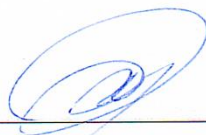
«Реклама и связи с общественностью»

профиль
(программа / специализация)

Креативные индустрии и технологии

Составитель рабочей программы

Декан ГФ, доцент



Соснина Е.П.

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры

Заведующий кафедрой

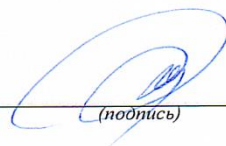

(подпись)

Шиняева О.В.

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ОПОП

« 26 » 11 2025г.


(подпись)

Соснина Е.П.
(Фамилия И. О.)

Заведующий выпускающей кафедрой /научный руководитель ОПОП

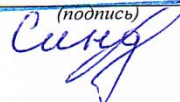
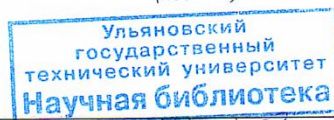
« 26 » 11 2025г.


(подпись)

Шиняева О.В.
(Фамилия И. О.)

Директор библиотеки

« 26 » 11 2025г.


(подпись)

Синдюкова Е.С.
(Фамилия И. О.)

1 ОБЪЕМ ПРАКТИКИ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ И ЕЕ ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТИ В НЕДЕЛЯХ И АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСАХ

Таблица 1

Бюджет времени с учетом формы обучения, семестра и видов занятий

Форма обучения	Очная				Очно-заочная				Заочная			
Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), всего часов												
Самостоятельная работа обучающихся, часов	504				504				504			
в том числе:	433				433				433			
- работа по индивидуальному заданию на практику на рабочем месте стажера												
- подготовка к отчету	50				50				50			
- взаимодействие в электронной информационно-образовательной среде вуза	12				12				12			
Промежуточная аттестация обучающихся, включая подготовку (зачет с оценкой)	9				9				9			
Итого, часов												
Трудоемкость, з.е.	14				14				14			

2 ЯЗЫК ПРЕПОДАВАНИЯ

Прохождение практики «Производственная практика: Научно-исследовательская практика» осуществляется на русском языке.

3 ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПРАКТИКИ

Цель научно-исследовательской практики — формирование у обучающихся практических навыков научно-исследовательской деятельности в сфере креативных индустрий на основе интеграции знаний, полученных при освоении дисциплин «Методология и методика научного исследования», «Креативные индустрии и технологии», «Культурное наследие и прикладное творчество в индустриях», «Правовые основы профессиональной деятельности», «Лингвистические аспекты профессиональной коммуникации и медиапроектов», «Цифровые технологии в профессиональной деятельности», а также развитие компетенций критического анализа проблемных ситуаций, анализа тенденций медиакommunikационных систем и оценки эффектов в медиасфере с учётом принципов социальной ответственности в соответствии с требованиями ФГОС ВО 42.04.01 и Федерального закона № 330-ФЗ «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации».

Задачи научно-исследовательской практики:

1. Приобрести практический опыт осуществления критического анализа проблемных ситуаций в сфере креативных индустрий на основе системного подхода, включая выявление ключевых проблем, оценку контекста, формулировку исследовательских вопросов и выработку стратегии действий для их решения в рамках научного исследования
2. Сформировать навыки анализа актуальных тенденций развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира в контексте креативных индустрий, включая изучение политических и экономических механизмов их

- функционирования, правовых и этических норм регулирования, а также применение полученных данных для принятия обоснованных профессиональных решений в исследовательской деятельности
3. Развить способности оценки и прогнозирования возможных эффектов в медиасфере — экономических, социальных, репутационных — с применением аналитических инструментов, метрик эффективности и сценарного моделирования, следуя принципам социальной ответственности и учитывая требования Федерального закона № 330-ФЗ
 4. Интегрировать знания о методологии научного исследования, видах креативных индустрий, особенностях работы с культурным наследием, правовых механизмах регулирования, лингвистических аспектах коммуникации и цифровых инструментах для проведения комплексного исследования в сфере креативной экономики.
 5. Приобрести опыт работы с цифровыми технологиями и информационно-коммуникационными системами для сбора, обработки и анализа эмпирических данных в рамках научно-исследовательского проекта, включая использование специализированного программного обеспечения, аналитических платформ и баз данных.
 6. Сформировать навыки оформления результатов научного исследования в соответствии с академическими стандартами, подготовки публикаций, тезисов и презентаций для представления на научных мероприятиях, а также рефлексии профессионального опыта в контексте дальнейшего саморазвития.

4 ВИД, СПОСОБ (ПРИ НАЛИЧИИ) И ФОРМА (ФОРМЫ) ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Вид практики: _производственная

Тип практики: Научно-исследовательская практика

Способ проведения (при наличии): стационарная или выездная.

Форма проведения: рассредоточенная

Аннотация практики представлена в приложении А.

5 ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Таблица 2

Планируемые результаты обучения при прохождении практики,
с указанием индикатора достижения компетенций

Код компетенции	Формулировка компетенции	Код индикатора достижения компетенции (по данной дисциплине)	Индикаторы достижения компетенции (связанные с данной дисциплиной)
УК-1	. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	ИД-1 УК-1 ИД-2 УК-1 ИД-3 УК-1	ИД-1УК-1 -знает методы системного и критического анализа ИД-2 УК-1 - умеет соотносить разнородные явления и систематизировать их в рамках избранных видов профессиональной

			<p>деятельности</p> <p>ИД-3 УК-1- имеет практический опыт использования методик постановки цели, определения способов ее достижения, разработки стратегий действий</p>
ОПК-5	<p>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</p>	<p>ИД-1 ОПК-5</p> <p>ИД-2 ОПК-5</p> <p>ИД-3 ОПК-5</p>	<p>ИД-1 ОПК-5 Знает</p> <ul style="list-style-type: none"> -Современные тенденции развития медиакоммуникационных систем в РФ и мире -Правовые и этические нормы регулирования медиасферы, включая Закон № 330-ФЗ о креативных индустриях <p>ИД-2 ОПК-5 Умеет</p> <ul style="list-style-type: none"> -Анализировать влияние политических и экономических факторов на функционирование медиакоммуникационных систем -Принимать профессиональные решения с учётом правового и этического контекста <p>ИД-3 ОПК-5 Имеет опыт</p> <ul style="list-style-type: none"> -Оценки правовых рисков при запуске креативного проекта или медиапродукта -Разработки рекомендаций по соблюдению этических норм в коммуникационных кампаниях
ОПК-7	<p>Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности</p>	<p>ИД-1 ОПК-7</p> <p>ИД-2 ОПК-7</p> <p>ИД-3 ОПК-7</p>	<p>ИД-1 ОПК-7 Знает</p> <ul style="list-style-type: none"> -Принципы социальной ответственности в медиасфере и креативных индустриях -Методы оценки социальных, экономических и репутационных эффектов медиапроектов <p>ИД-2 ОПК-7 Умеет</p> <ul style="list-style-type: none"> -Прогнозировать потенциальные эффекты (позитивные/негативные) от реализации креативного проекта или медиакампании -Корректировать стратегию проекта с учётом принципов социальной ответственности <p>ИД-3 ОПК-7 Имеет опыт</p> <ul style="list-style-type: none"> -Проведения оценки

			социальных эффектов реализованного медиапроекта или креативной инициативы -Разработки рекомендаций по минимизации рисков и усилению позитивного воздействия проекта на аудиторию
--	--	--	--

6 МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Практика относится к Обязательной части блока Б 2 Практики.
(Обязательной части; Части, формируемой участниками образовательных отношений)

7 СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Основные вопросы, изучаемые в период прохождения практики

Раздел 1. Критический анализ проблемных ситуаций в сфере креативных индустрий

1. Методология системного анализа проблемных ситуаций в креативных индустриях: выявление ключевых проблем, оценка контекста, определение причинно-следственных связей.
2. Классификация проблемных ситуаций в сфере креативных индустрий: правовые, экономические, социальные, технологические, культурные аспекты.
3. Методы сбора и анализа первичных данных для научного исследования в креативных индустриях: наблюдение, интервью, анкетирование, контент-анализ, кейс-стади.
4. Формулировка исследовательских вопросов и гипотез на основе критического анализа проблемной ситуации в сфере креативных индустрий.
5. Разработка стратегии действий для решения выявленных проблем: выбор методов, инструментов, ресурсов, временных рамок.
6. Оценка рисков и ограничений при проведении научного исследования в сфере креативных индустрий.

Раздел 2. Анализ тенденций развития медиакommunikационных систем (формирование ОПК-5)

7. Современные тенденции развития медиакommunikационных систем в сфере креативных индустрий на региональном, национальном и глобальном уровнях.
8. Политические и экономические механизмы функционирования медиакommunikационных систем в креативных индустриях: государственное регулирование, рыночные отношения, общественный контроль.
9. Правовые нормы регулирования медиакommunikаций в сфере креативных индустрий: анализ Федерального закона № 330-ФЗ, смежного законодательства, подзаконных актов.
10. Этические нормы и стандарты профессиональной деятельности в медиакommunikационных системах креативных индустрий.
11. Влияние цифровых технологий на трансформацию медиакommunikационных систем в креативных индустриях.
12. Сравнительный анализ медиакommunikационных систем в различных видах креативных индустрий (наследие, искусство, ИКТ, прикладное творчество).

Раздел 3. Оценка и прогнозирование эффектов в медиасфере (формирование ОПК-7)

13. Методология оценки эффектов в медиасфере: экономические, социальные, культурные, репутационные показатели.
14. Инструменты и метрики для оценки эффективности креативных проектов в медиасфере: количественные и качественные методы.
15. Прогнозирование возможных эффектов реализации креативных проектов: сценарный анализ, экспертные оценки, моделирование.
16. Принципы социальной ответственности в медиасфере и креативных индустриях: анализ ст. 9 Федерального закона № 330-ФЗ.
17. Оценка социальных последствий медиапроектов для различных групп аудитории: позитивные и негативные эффекты.
18. Прогнозирование репутационных рисков и возможностей для субъектов креативных индустрий.

Раздел 4. Интеграция знаний и применение цифровых технологий в научном исследовании

19. Интеграция знаний о видах креативных индустрий (ст. 6 Федерального закона № 330-ФЗ) в научном исследовании: междисциплинарный подход.
20. Анализ культурного наследия и прикладного творчества как объекта научного исследования в сфере креативных индустрий.
21. Применение цифровых технологий и ИКТ для сбора данных в научном исследовании: онлайн-опросы, веб-аналитика, социальные сети, базы данных.
22. Обработка и анализ эмпирических данных с использованием специализированного программного обеспечения: статистические пакеты, программы качественного анализа, визуализация данных.
23. Лингвистические аспекты представления результатов научного исследования: академический стиль, терминология, нормы русского и иностранного языков.
24. Правовые аспекты проведения научного исследования в сфере креативных индустрий: защита персональных данных, авторское право, этика исследований.

Раздел 5. Оформление и представление результатов научного исследования

25. Академические стандарты оформления результатов научного исследования: структура, стиль, цитирование, библиография.
26. Подготовка научной статьи по результатам исследования: требования рецензируемых журналов, аннотирование.
27. Подготовка тезисов доклада для научной конференции: структура, объем, ключевые элементы.
28. Создание презентации для представления результатов исследования: визуализация данных, структура выступления, работа с аудиторией.
29. Рефлексия профессионального опыта научно-исследовательской деятельности: оценка сформированности компетенций, планирование дальнейшего саморазвития.
30. Формулировка практических рекомендаций для субъектов креативных индустрий на основе результатов научного исследования.

8 ФОРМЫ ОТЧЕТНОСТИ ПО ПРАКТИКЕ

По итогам прохождения практики обучающиеся сдают отчет о прохождении практики. Формы отчетов определены Положением о порядке проведения практики обучающимися УлГТУ.

9 ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ (ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ) ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРАКТИКЕ

Таблица 3

Наименование оценочных средств (оценочных материалов)

№ п/п	Код формируемой компетенции	Код индикатора достижения формируемой компетенции	Наименование оценочного средства (оценочного материала)
1.	УК-1	ИД-1 ИД-2 ИД-3	письменный отчет зачет с оценкой
2.	ОПК-5	ИД-1 ИД-2 ИД-3	письменный отчет зачет с оценкой
3.	ОПК-7	ИД-1 ИД-2 ИД-3	письменный отчет зачет с оценкой

10 ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И РЕСУРСОВ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Рыбаков, Н. С. Методология научного исследования : учебное пособие / Н. С. Рыбаков. — Псков : ПсковГУ, 2024. — 282 с. — ISBN 978-5-00200-170-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/464576>— Режим доступа: для авториз. пользователей.

Андреева, Т. А. Основы научных исследований : учебное пособие / Т. А. Андреева. — Санкт-Петербург : СПбГУТ им. М.А. Бонч-Бруевича, 2024. — 75 с. — ISBN 978-5-89160-311-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/426125> (дата обращения: 31.03.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Креативный менеджмент: учебник / под редакцией а. А. Степанова, м. В. Савиной. — 5-е изд. — москва : дашков и к, 2021. — 252 с. — isbn 978-5-394-04306-2. — текст : электронный // лань : электронно-библиотечная система. — url: <https://e.lanbook.com/book/229406>

Шокова, Е. В. Информационный дизайн: учебное пособие / Е. В. Шокова, И. В. Ахматова. — Самара : Самарский университет, 2023. — 84 с. — ISBN 978-5-7883-1911-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/406739>

Гончарова, Н. В. Культурные и креативные индустрии: учебное пособие / Н. В. Гончарова. — Ульяновск : УлГУ, 2025. — 76 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/516037>

ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, НЕОБХОДИМОГО ДЛЯ ПРОХОЖДЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ (ИТОГОВОЙ) АТТЕСТАЦИИ

Методические указания по прохождению практики для студентов направления подготовки "Реклама и связи с общественностью" [Электронный ресурс] / сост. О.В.Шиняева - Электрон. текст. дан. (файл pdf) в ЭОС.

Шиняева О.В. Исследования в сфере рекламы и связей с общественностью, - Ульяновск: УлГТУ, 2017. – 55с.

10.1 Справочные системы и современные профессиональные базы данных, к которым обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий

1. ЭОС УлГТУ - <https://lk.ulstu.ru/>
2. ЭБС УлГТУ - <http://lib.ulstu.ru> (доступ к ресурсам, журналам, базам и т.д.)
3. Научная электронная библиотека <http://elibrary.ru/defaultx.asp>

10.2 Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимые для освоения дисциплины (модуля)

4. Кононова, О. Б. Психология труда, инженерная психология и эргономика : учебное пособие / О. Б. Кононова. — Санкт-Петербург : ПГУПС, 2025. — 74 с. — ISBN 978-5-7641-2085-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/505265>— Режим доступа: для авториз. пользователей.
5. Скопа, В. А. Методология научного исследования : учебное пособие / В. А. Скопа. — Барнаул : АлтГПУ, 2022. — 219 с. — ISBN 978-5-907487-17-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/292190>— Режим доступа: для авториз. пользователей.
6. Google Книги (англ. GoogleBooks) — сервис полнотекстового поиска по книгам, оцифрованным компанией Google - <https://books.google.ru>
7. Google Scholar — бесплатная поисковая система по полным текстам научных публикаций всех форматов и дисциплин - <https://scholar.google.ru>
8. Креативный менеджмент: учебник / под редакцией а. А. Степанова, м. В. Савиной. — 5-е изд. — москва : дашков и к, 2021. — 252 с. — isbn 978-5-394-04306-2. — текст : электронный // лань : электронно-библиотечная система. — url: <https://e.lanbook.com/book/229406>
9. Гончарова, Н. В. Культурные и креативные индустрии: учебное пособие / Н. В. Гончарова. — Ульяновск : УлГУ, 2025. — 76 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/516037>— Режим доступа: для авториз. пользователей.
10. Креативные индустрии в условиях цифровой экономики : монография / А. Д. Евменов, Е. А. Байков, Л. А. Еникеева [и др.] ; под редакцией А. Д. Евменова. — Санкт-Петербург : СПбГИКиТ, 2020. — 180 с. — ISBN 978-5-94760-441-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/415769>

11 ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ И ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЪЗУЕМЫХ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ (ИТОГОВОЙ) АТТЕСТАЦИИ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ

Таблица 4

Наименование и оснащенность помещений, используемых при прохождении государственной итоговой (итоговой) аттестации

№ п/п	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения (подлежит ежегодному обновлению)
1	Помещения для самостоятельной работы аудитория - №403/6	Наборы демонстрационного оборудования: переносное оборудование для презентаций (проектор, экран, ноутбук), учебно-наглядные пособия	Проприетарные лицензии* Microsoft Office Microsoft Windows 7 Антивирус Касперского Свободные и открытые лицензии: Adobe Reader for Linux 7-Zip Mozilla Firefox
2	Помещения для самостоятельной работы (читальный зал научной библиотеки – аудитория № 101/3)	Мебель: столы; стулья Рабочие места, оборудованные ПЭВМ с выходом в Интернет	Проприетарные лицензии*: Microsoft Windows, Microsoft Office, Антивирус Касперского Свободные и открытые лицензии: OpenOffice, AdobeFlash, AdobeReader, MozillaFirefox, Архиватор 7-zip

Приложение А

Аннотация программы практики

Практика	Производственная практика – Научно-исследовательская практика
Уровень образования	магистратура
Квалификация	магистр
Направление подготовки / специальность	42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»
Профиль / программа / специализация	Креативные индустрии и технологии
Практика нацелена на формирование компетенций	УК-1; ОПК-5; ОПК-7

Цель прохождения практики	формирование у обучающихся практических навыков научно-исследовательской деятельности в сфере креативных индустрий на основе интеграции знаний, полученных при освоении дисциплин, а также развитие компетенций критического анализа проблемных ситуаций, анализа тенденций медиакоммуникационных систем и оценки эффектов в медиасфере с учётом принципов социальной ответственности в соответствии с требованиями ФГОС ВО 42.04.01 и Федерального закона № 330-ФЗ «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации».
Общая трудоемкость практики	504 часов, 14 зачетных единиц
Форма промежуточной аттестации	Зачет с оценкой

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«УЛЬЯНОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета
Соснина Е.П.
« 26 » ноября 2025 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Дисциплина (модуль)

Производственная практика –

Преддипломная

наименование дисциплины (модуля)

Уровень образования

бакалавриат

(СПО/бакалавриат/магистратура/специалитет/подготовка кадров высшей квалификации)

Квалификация

бакалавр

Техник/Бакалавр/Магистр/Инженер/ Исследователь. Преподаватель-исследователь

г. Ульяновск, 2025

Рабочая программа составлена

на кафедре

«Политология, социология и связи с
общественностью»

факультета

Гуманитарного

в соответствии с учебным
планом по направлению
подготовки (специальности)

магистратуры 42.04.01
«Реклама и связи с общественностью»

профиль
(программа / специализация)

Креативные индустрии и технологии

Составитель рабочей программы


Декан ГФ, доцент



Соснина Е.П.

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры

Заведующий кафедрой

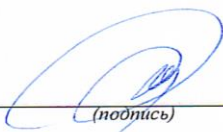

(подпись)

Шиняева О.В.

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ОПОП

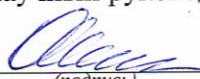
«_26_» 11 2025г.


(подпись)

Соснина Е.П.
(Фамилия И. О.)

Заведующий выпускающей кафедрой /научный руководитель ОПОП

«_26_» 11 2025г.


(подпись)

Шиняева О.В.
(Фамилия И. О.)

Директор библиотеки

«_26_» 11 2025г.



(подпись)

Синдюкова Е.С.
(Фамилия И. О.)

1 ОБЪЕМ ПРАКТИКИ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ И ЕЕ ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТИ В НЕДЕЛЯХ И АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСАХ

Таблица 1

Бюджет времени с учетом формы обучения, семестра и видов занятий

Форма обучения	Очная				Очно-заочная				Заочная			
Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), всего часов												
Самостоятельная работа обучающихся, часов	324				324				324			
в том числе:												
- работа по индивидуальному заданию на практику на рабочем месте стажера	253				253				253			
- подготовка к отчету	50				50				50			
- взаимодействие в электронной информационно-образовательной среде вуза	12				12				12			
Промежуточная аттестация обучающихся, включая подготовку (зачет с оценкой)	9				9				9			
Итого, часов	324				324				324			
Трудоемкость, з.е.	9				9				9			

2 ЯЗЫК ПРЕПОДАВАНИЯ

Прохождение практики «Производственная практика: преддипломная осуществляется на русском языке.

3 ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПРАКТИКИ

Цель преддипломной практики — систематизация и углубление теоретических знаний, полученных при освоении дисциплин программы магистратуры, формирование и демонстрация практических навыков разработки концепций, стратегий и создания креативных продуктов в сфере креативных индустрий, а также сбор и анализ эмпирических материалов для выполнения выпускной квалификационной работы в соответствии с требованиями ФГОС ВО 42.04.01, профстандартов и Федерального закона № 330-ФЗ «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации».

Задачи преддипломной практики:

1. Приобрести практический опыт разработки концепций и стратегий креативных продуктов на основе комплексного анализа рыночных трендов, культурного контекста, правовых норм и достижений отечественной и мировой культуры, а также управления проектом в сфере креативных индустрий.

2. Сформировать навыки создания и адаптации медиатекстов и коммуникационных продуктов для различных платформ (включая рекламу, PR, SMM, цифровые каналы) с использованием современных цифровых технологий, соблюдением норм русского и иностранного языков, особенностей знаковых систем и специфики креативных индустрий.
3. Интегрировать знания, полученные в рамках дисциплин «Креативные индустрии и технологии», «Культурное наследие и прикладное творчество в индустриях», «Правовые основы профессиональной деятельности», «Лингвистические аспекты профессиональной коммуникации и медиапроектов», «Цифровые технологии в профессиональной деятельности», «Управление проектами в профессиональной деятельности», «Продвижение медиапродуктов», «Стратегии креативного брендинга» и других, для решения комплексных профессиональных задач в рамках реального или учебного креативного проекта.
4. Провести сбор, систематизацию и анализ эмпирических данных, необходимых для выполнения выпускной квалификационной работы: изучение деятельности субъекта креативных индустрий, анализ аудитории, оценка эффективности коммуникационных продуктов, выявление проблемных зон и возможностей развития.
5. Апробировать методологию научного исследования, выбранную для выпускной квалификационной работы: отработать инструменты анализа, моделирования, оценки эффектов, сформировать предварительные выводы и практические рекомендации.
6. Подготовить практическую часть выпускной квалификационной работы: разработать креативную концепцию, медиаплан, прототип продукта или иной прикладной результат, который может быть представлен в составе ВКР.
7. Продемонстрировать способность к самостоятельной профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий, готовность к решению задач проектно-аналитического и авторского типов, а также к профессиональному саморазвитию в условиях динамично развивающейся креативной экономики.

4 ВИД, СПОСОБ (ПРИ НАЛИЧИИ) И ФОРМА (ФОРМЫ) ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Вид практики: _производственная

Тип практики: преддипломная

Способ проведения (при наличии): стационарная или выездная.

Форма проведения: концентрированная

Аннотация практики представлена в приложении А.

5 ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Таблица 2

Планируемые результаты обучения при прохождении практики,
с указанием индикатора достижения компетенций

Код компетенции	Формулировка компетенции	Код индикатора достижения компетенции (по данной дисциплине)	Индикаторы достижения компетенции (связанные с данной дисциплиной)
Профессиональные			

<p>ПК-1</p>	<p>способен разрабатывать концепции и стратегии креативных продуктов (в том числе в дизайне и брендинге), анализируя рыночные тренды и культурный контекст, управлять проектами в сфере креативных индустрий.</p>	<p>ИД-1 ПК1 ИД-2 ПК1 ИД-3 ПК1</p>	<p>ИД-1 ПК-1 Знает концепции и стратегии креативных продуктов (в том числе в дизайне и брендинге, рекламе и связях с общественностью), как анализировать рыночные тренды и культурный контекст и управлять проектами в сфере креативных индустрий.</p> <p>ИД-2 ПК-1 Умеет разрабатывать стратегии креативных продуктов (в том числе в дизайне и брендинге, рекламе и связях с общественностью), анализировать рыночные тренды и культурный контекст и управлять проектами в сфере креативных индустрий.</p> <p>ИД-3 ПК-1 Имеет опыт разработки концепций и стратегий разработки креативных продуктов (в том числе в дизайне и брендинге, рекламе и связях с общественностью), анализа рыночных трендов и культурного контекста и управления проектами в сфере креативных индустрий.</p>
<p>ПК-2</p>	<p>способен создавать и адаптировать медиатексты и коммуникационные продукты для различных платформ с учетом специфики креативных индустрий</p>	<p>ИД-1 ПК2 ИД-2 ПК2 ИД-3 ПК2</p>	<p>ИД-1 ПК-2 Знает как создавать и адаптировать медиатексты и коммуникационные продукты для различных платформ с учетом специфики креативных индустрий</p> <p>ИД-2 ПК-2 Умеет создавать и адаптировать медиатексты и коммуникационные продукты для различных платформ с учетом специфики креативных индустрий</p> <p>ИД-3 ПК-2 Имеет опыт того, как создавать и адаптировать медиатексты и коммуникационные продукты для различных платформ с учетом специфики креативных индустрий</p>

6 МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Практика относится к Обязательной части блока Б 2 Практики.

(Обязательной части; Части, формируемой участниками образовательных отношений)

7 СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Основные вопросы, изучаемые в период прохождения практики

Раздел 1. Разработка концепций и стратегий креативных продуктов

1. Анализ рыночных трендов и потребительского поведения в выбранной сфере креативных индустрий: методы сбора данных, инструменты аналитики, интерпретация результатов.
2. Исследование культурного контекста и достижений отечественной и мировой культуры как ресурса для разработки креативной концепции продукта.
3. Разработка УТП, позиционирования и ключевых сообщений креативного продукта на основе комплексного анализа аудитории, конкурентов и рыночной ситуации.
4. Формирование стратегии продвижения креативного продукта: выбор каналов коммуникации, контент-план, этапы реализации, бюджетирование.
5. Управление проектом разработки креативного продукта: планирование задач, координация команды, контроль сроков и качества, оценка рисков.
6. Правовое обеспечение креативного проекта: анализ требований ФЗ № 330-ФЗ, ФЗ «О рекламе», норм авторского права и интеллектуальной собственности.

Раздел 2. Создание и адаптация медиапродуктов для различных платформ

7. Жанрово-стилистические особенности медиатекстов в креативных индустриях: питч, пресс-релиз, сценарий, пост, сторителлинг — методы создания и редактуры.
8. Платформенная специфика создания контента: адаптация сообщений для сайтов, социальных сетей, мессенджеров, офлайн-каналов с сохранением единой коммуникационной стратегии.
9. Применение цифровых инструментов и ИКТ в медиапроизводстве: графические редакторы, системы управления контентом, нейросетевые технологии, аналитические платформы.
10. Визуальные и аудиовизуальные технологии в креативных коммуникациях: инфографика, видео, анимация, интерактивные форматы — методы проектирования и реализации.
11. Соблюдение норм русского и иностранного языков, особенностей знаковых систем при создании и адаптации медиатекстов для различных аудиторий.
12. Тестирование и оптимизация медиапродуктов: А/В-тестирование, сбор обратной связи, итеративное развитие контента на основе метрик вовлечённости и конверсии.

Раздел 3. Сбор и анализ эмпирических материалов для выпускной квалификационной работы

13. Методология научного исследования в сфере креативных индустрий: выбор методов, инструментов сбора данных, подходов к анализу эмпирического материала.
14. Изучение деятельности субъекта креативных индустрий: организационная структура, продукты, целевая аудитория, коммуникационные практики, проблемы развития.
15. Анализ аудитории креативного продукта: методы сегментации, исследования потребностей, оценка лояльности, прогнозирование спроса.
16. Оценка эффективности коммуникационных продуктов: выбор метрик, сбор данных, интерпретация результатов, формулировка практических рекомендаций.
17. Выявление проблемных зон и возможностей развития креативного проекта: системный анализ, оценка рисков, сценарное моделирование.

18. Систематизация и оформление эмпирических материалов в соответствии с требованиями к выпускной квалификационной работе.

Раздел 4. Подготовка практической части выпускной квалификационной работы

19. Разработка проектной документации креативного проекта: устав, план-график, реестр рисков, коммуникационный план — структура и содержание.
20. Создание прототипа или макета креативного продукта: визуализация концепции, техническая реализация, презентация результата.
21. Подготовка аналитического отчёта по результатам исследования: структура, логика изложения, аргументация выводов, оформление по стандартам ВКР.
22. Формулировка практических рекомендаций для субъекта креативных индустрий: обоснование, реалистичность, потенциал внедрения.
23. Презентация результатов преддипломной практики: структура выступления, визуальное сопровождение, аргументация управленческих и творческих решений.
24. Рефлексия профессионального опыта: оценка сформированности компетенций ПК-1 и ПК-2, планирование траектории профессионального развития.

8 ФОРМЫ ОТЧЕТНОСТИ ПО ПРАКТИКЕ

По итогам прохождения практики обучающиеся сдают отчет о прохождении практики. Формы отчетов определены Положением о порядке проведения практики обучающимися УлГТУ.

9 ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ (ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ) ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРАКТИКЕ

Таблица 3

Наименование оценочных средств (оценочных материалов)

№ п/п	Код формируемой компетенции	Код индикатора достижения формируемой компетенции	Наименование оценочного средства (оценочного материала)
1.	ПК-1	ИД-1 УК-3 ИД-2 УК-3 ИД-3 УК-3	письменный отчет зачет с оценкой
2.	ПК-2	ИД-1 УК-4 ИД-2 УК-4 ИД-3 УК-4	письменный отчет зачет с оценкой

10 ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И РЕСУРСОВ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Кононова, О. Б. Психология труда, инженерная психология и эргономика : учебное пособие / О. Б. Кононова. — Санкт-Петербург : ПГУПС, 2025. — 74 с. — ISBN 978-5-7641-2085-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/505265>— Режим доступа: для авториз. пользователей.

Рыбаков, Н. С. Методология научного исследования : учебное пособие / Н. С. Рыбаков. — Псков : ПсковГУ, 2024. — 282 с. — ISBN 978-5-00200-170-5. — Текст : электронный //

Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/464576>—
Режим доступа: для авториз. пользователей.

Креативный менеджмент: учебник / под редакцией а. А. Степанова, м. В. Савиной. — 5-е изд. — москва : дашков и к, 2021. — 252 с. — isbn 978-5-394-04306-2. — текст : электронный // лань : электронно-библиотечная система. — url: <https://e.lanbook.com/book/229406>

Шокова, Е. В. Информационный дизайн: учебное пособие / Е. В. Шокова, И. В. Ахматова. — Самара : Самарский университет, 2023. — 84 с. — ISBN 978-5-7883-1911-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/406739>

Гончарова, Н. В. Культурные и креативные индустрии: учебное пособие / Н. В. Гончарова. — Ульяновск : УлГУ, 2025. — 76 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/516037>

ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, НЕОБХОДИМОГО ДЛЯ ПРОХОЖДЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ (ИТОГОВОЙ) АТТЕСТАЦИИ

Методические указания по прохождению практики для студентов направления подготовки "Реклама и связи с общественностью" [Электронный ресурс] / сост. О.В.Шиняева - Электрон. текст. дан. (файл pdf) в ЭОС.

Чилинбир, Е. Ю. Медиаанализ и медиапланирование : учебно-методическое пособие / Е. Ю. Чилинбир. — Москва : РосНОУ, 2019. — 129 с. — ISBN 978-5-89789-136-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/162125>

Шиняева О.В. Исследования в сфере рекламы и связей с общественностью, - Ульяновск: УлГТУ, 2017. – 55с.

10.1 Справочные системы и современные профессиональные базы данных, к которым обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий

1. ЭОС УлГТУ - <https://lk.ulstu.ru/>
2. ЭБС УлГТУ - <http://lib.ulstu.ru> (доступ к ресурсам, журналам, базам и т.д.)
3. Научная электронная библиотека <http://elibrary.ru/defaultx.asp>

10.2 Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимые для освоения дисциплины (модуля)

4. Google Книги (англ. GoogleBooks) — сервис полнотекстового поиска по книгам, оцифрованным компанией Google - <https://books.google.ru>
5. Google Scholar — бесплатная поисковая система по полным текстам научных публикаций всех форматов и дисциплин - <https://scholar.google.ru>
6. Креативный менеджмент: учебник / под редакцией а. А. Степанова, м. В. Савиной. — 5-е изд. — москва : дашков и к, 2021. — 252 с. — isbn 978-5-394-04306-2. — текст : электронный // лань : электронно-библиотечная система. — url: <https://e.lanbook.com/book/229406>
7. Гончарова, Н. В. Культурные и креативные индустрии: учебное пособие / Н. В. Гончарова. — Ульяновск : УлГУ, 2025. — 76 с. — Текст : электронный // Лань :

электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/516037>—
Режим доступа: для авториз. пользователей.

8. Креативные индустрии в условиях цифровой экономики : монография / А. Д. Евменов, Е. А. Байков, Л. А. Еникеева [и др.] ; под редакцией А. Д. Евменова. — Санкт-Петербург : СПбГИКиТ, 2020. — 180 с. — ISBN 978-5-94760-441-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/415769>

11 ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ И ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ (ИТОГОВОЙ) АТТЕСТАЦИИ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ

Таблица 4

Наименование и оснащённость помещений, используемых при прохождении государственной итоговой (итоговой) аттестации

№ п/п	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащённость специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения (подлежит ежегодному обновлению)
1	Помещения для самостоятельной работы аудитория - №403/6	Наборы демонстрационного оборудования: переносное оборудование для презентаций (проектор, экран, ноутбук), учебно-наглядные пособия	Проприетарные лицензии* Microsoft Office Microsoft Windows 7 Антивирус Касперского Свободные и открытые лицензии: Adobe Reader for Linux 7-Zip Mozilla Firefox
2	Помещения для самостоятельной работы (читальный зал научной библиотеки – аудитория № 101/3)	Мебель: столы; стулья Рабочие места, оборудованные ПЭВМ с выходом в Интернет	Проприетарные лицензии*: Microsoft Windows, Microsoft Office, Антивирус Касперского Свободные и открытые лицензии: OpenOffice, AdobeFlash, AdobeReader, MozillaFirefox, Архиватор 7-zip

Аннотация программы практики

Практика	Производственная практика – Преддипломная
Уровень образования	магистратура
Квалификация	магистр
Направление подготовки / специальность	42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»
Профиль / программа / специализация	Креативные индустрии и технологии
Практика нацелена на формирование компетенций	ПК-1; ПК-2
Цель прохождения практики	систематизация и углубление теоретических знаний, полученных при освоении дисциплин программы магистратуры, формирование и демонстрация практических навыков разработки концепций, стратегий и создания креативных продуктов в сфере креативных индустрий, а также сбор и анализ эмпирических материалов для выполнения выпускной квалификационной работы в соответствии с требованиями ФГОС ВО 42.04.01, профстандартов и Федерального закона № 330-ФЗ «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации».
Общая трудоемкость практики	324 часов, 9 зачетных единиц
Форма промежуточной аттестации	Зачет с оценкой