

# ОПЫТ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ПРАКТИК ПО РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯМ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В СТРУКТУРНЫХ ПОДРАЗДЕЛЕНИЯХ ЮЖНОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО УНИВЕРСИТЕТА

Е. Н. Ульянова

*Южный федеральный университет,  
пер. Университетский, 93, 244022, г. Ростов-на-Дону, Россия,  
eulianova@sfedu.ru*

В статье изложен опыт реализации профессионально-ознакомительной и производственной практик студентами направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» на базе структурных подразделений Южного федерального университета. Описана модель практик и перспективы дальнейшего взаимодействия со структурными подразделениями учебного заведения.

**Ключевые слова:** учебная практика; производственная практика; распределенная практика; структурное подразделение; Южный федеральный университет.

## EXPERIENCE IN THE IMPLEMENTATION OF PROFESSIONAL PRACTICES ON ADVERTISING AND PUBLIC RELATIONS IN SFU STRUCTURAL DIVISIONS

E. N. Ulyanova

*South Federal University,  
93, Universitetsky Lane, 244022, Rostov-on-Don, Russia  
Corresponding author: E. N. Ulyanova (eulianova@sfedu.ru)*

The article describes the experience of the implementation of professional and introductory and industrial practice by students of the direction of training «Advertising and Public Relations» on the basis of the Structural divisions of the Southern Federal University. The model of practices and the prospects for further interaction with the Structural divisions of the educational institution are described.

**Key words:** educational practice; industrial practice; distributed practice; Structural subdivision; Southern Federal Institute.

Основная профессиональная образовательная программа высшего образования направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, согласно п. 2.1. ФГОС ВО (утвержденным приказом Минобрнауки России от 08 июня 2017 года № 512) [1], предусматривает реализацию двух

основных видов профессиональных практик – учебной или профессионально-ознакомительной (2 учебный семестр) и производственной, которая, в свою очередь, имеет внутреннее деление на профессионально-творческую (4 учебный семестр), непосредственно производственную (5–6 учебные семестры) и преддипломную (7–8 учебные семестры).

Эффективной базой практик на начальном этапе подготовки студентов (2, 4 учебные семестры) являются внутренние структурные подразделения ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет» – учебно-научные и административные институты (факультеты), осуществляющие подготовку специалистов различных направлений и квалификационных уровней, заинтересованные в продвижении своих образовательных услуг. Так, в 2022–2023 учебном году были оформлены приказы на прохождение профессиональных практик на базе 15-ти структурных объектов ЮФУ, которые проявили интерес к такому формату взаимодействия: Центра общественных коммуникаций, Центра развития карьеры, Специализированного учебно-научного центра южного федерального округа, Секретариата приемной комиссии, Института высоких технологий и пьезотехники, Института истории и международных отношений, Института наук о земле, Института социологии и регионоведения, Института философии и социально-политических наук, факультета бизнеса «Капитаны», факультета управления, юридического факультета и др. В перечень основных профессиональных задач принимающих структур входило продвижение бренда ЮФУ в целом или его составляющих единиц; основных и дополнительных образовательных программ; создание рекламного контента; информационное сопровождение рекламных площадок, сайтов, социальных сетей; организация ивентов; PR-коммуникация; веб-дизайн и пр.

Специфика реализации поставленных практических задач заключалась в распределенном (рассредоточенном) формате прохождения практик, включенных в теоретическое обучение методом перемежения различных видов образовательной деятельности в соответствии с графиком учебного процесса. Студенты параллельно занимались решением производственных задач принимающей структуры и имели зафиксированный расписанием день для полноценной реализации практической деятельности. Такой же стратегии придерживались и другие обучающиеся, направленные в производственные структуры на условиях оформления двустороннего договора.

Отчетная документация по практике показала многозадачность профессиональных практик на базе структурных подразделений ЮФУ. Большинство руководителей применяли эффективный метод входящего и исходящего тестирования для наглядности приобретенных компетенций в процессе

практической подготовки. Завершающим мероприятием была всеобщая презентация результатов практик, где демонстрировались итоги профессиональной работы, обсуждались слабые и сильные стороны такого вида практик и в итоге давалась конструктивная оценка практической деятельности каждого участника.

Всеобщий анализ результатов образовательного процесса показал, что распределенный формат практик значительно затруднял решение производственных задач, не способствовал полному погружению в рабочую атмосферу и в то же время негативно сказался на эффективности усвоения учебного материала в целом. В связи с этим в учебные планы 2023–2024 гг. были внесены изменения сроков практик с учетом их возвращения в традиционный сосредоточенный (сессионный) формат.

В последующем учебном году практико-ориентированный подход к обучению студентов направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» на базе структурных подразделения ЮФУ будет углубляться посредством эффективного взаимодействия в рамках проектной деятельности, предусмотренной основными профессиональными образовательными программами. Тесная взаимосвязь кафедры рекламы и связей с общественностью с управлением маркетинговых инициатив и стратегических коммуникаций ЮФУ, проектным офисом развития инновационных и предпринимательских компетенций ЦТТ ЮФУ, а также ряд проектных запросов от структурных подразделений ЮФУ предопределили перспективы дальнейшей реализации проектно-практического подхода к обучению студентов. Запланированы интегрированные модели создания мультидисциплинарных проектов социально-гуманитарной направленности, которые могут реализовываться на более высоком уровне подготовки курсовых и дипломных работ, а также иноязычные проекты маркетинговых исследований, в задачи которых войдут различные виды анализа рынка зарубежных соцсетей, аудит целевой иностранной аудитории, обобщенный анализ зарубежного опыта реализации маркетинговых стратегий в образовательной сфере.

### **Библиографические ссылки**

1. Приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 N 512 (ред. от 08.02.2021) «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (бакалавриат) по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью» (Зарегистрировано в Минюсте России 29.06.2017 N 47220) [Электронный ресурс]. URL: <https://юнибрикс.рф/FILES/FGOS/bachelor/42.03.01%20Реклама%20и%20связи%20с%20общественностью.pdf> (дата обращения: 31.07.2023).