

**Автономная некоммерческая организация
высшего образования
«Российский новый университет»**

Институт бизнес-технологий

Кафедра рекламы и связей с общественностью

Утверждаю



Проректор по учебной работе

Г.А.Шабанов

20 18 г.

**Программа
преддипломной практики
по направлению подготовки
42.04.01 — «Реклама и связи с общественностью»**

магистерская программа
«Реклама и связи с общественностью в сфере социальных инноваций»

Программа практик доработана, рассмотрена и утверждена на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью «07» сентября 2018 года, протокол № 2.

Заведующий кафедрой рекламы и связей с общественностью
кандидат культурологии, доц. Чилингир Е.Ю. _____

СОДЕРЖАНИЕ

1. Вид практики, способы и формы (форм) ее проведения.
2. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.
3. Место практики в структуре ОП магистратуры.
4. Объем практики в зачетных единицах и ее продолжительность в академических часах.
5. Содержание практики.
6. Формы отчетности по практике.
7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике.
8. Перечень учебной литературы и ресурсов сети Интернет, необходимых для проведения практики.
9. Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.
10. Описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики.

1. Вид практики, способы и формы ее проведения.

Вид практики: производственная

Тип практики: преддипломная практика.

Способ проведения практики: стационарная; выездная.

Форма проведения практики: непрерывная.

Места проведения практики:

Рекламные и PR–агентства, отделы по рекламе и СО организаций, научно-исследовательские центры и лаборатории, кафедра рекламы и связей с общественностью РосНОУ.

Время проведения практики:

для магистрантов очной формы обучения — 4 недели в 4 семестре.

для магистрантов очно-заочной формы обучения — 4 недели в 5 семестре.

2. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Цель — формирование и развитие научно-исследовательских компетенций прикладного характера с учетом программы «Реклама и связи с общественностью в сфере социальных инноваций».

Задачи преддипломной практики:

управление коммуникационными службами рекламы и связей с общественностью компании (организации), планирование и организация рекламных кампаний и кампаний по связям с общественностью, проведение мероприятий по повышению имиджа организации, контроль и оценка эффективности связей с общественностью;

создание эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечение внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными службами, общественными, коммерческими организациями, средствами массовой информации.

Формируемые компетенции:

способностью определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-12);

способностью руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации (ПК-13).

Описание показателей и критериев оценивания компетенций, а также шкалы оценивания.

Компетенция	Знать	Уметь	Владеть навыками
способностью определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-12)	стратегические цели и способы руководства проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий ПК-12-З	определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий ПК-12-У	определения стратегических целей и руководства проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий ПК-12-В
способностью руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации (ПК-13)	принципы осуществления коммуникации внутри организаций разных типов ПК-13-З	руководить работой по корректировке и выстраиванию коммуникационных каналов внутри организации ПК-13-У	методологией исследования теоретических проблем и практических задач в области связей с общественностью для решения коммуникативных проблем организации ПК-13-В

3. Место практики в структуре ОП магистратуры

Преддипломная практика базируется на знаниях дисциплин всего учебного цикла, а также умениях и навыках, полученных во время прохождения других видов практик, включая исследовательскую работу.

Требования к знаниям, умениям и готовностям обучающихся, приобретенным в результате освоения предшествующих частей ОП и неотъемлемых при освоении данной практики:

способностью определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией

коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-12).

Дальнейшее развитие знаний, умений и навыков происходит в процессе написания магистерской диссертации и государственной итоговой аттестации.

4. Объем практики в зачетных единицах и ее продолжительность в академических часах.

Общая трудоемкость преддипломной практики — 6 зачетных единиц, 216 академических часов, 4 недели.

5. Структура и содержание практики

№ п\п	Этапы практики	Виды работы на практике, включая самостоятельную работу студента и трудоемкость (в часах)	Форма текущего контроля
1	Подготовительный этап — 4 часа	Ознакомительная лекция, инструктаж по содержанию и методике прохождения практики. Изучение литературы по теме практики. Получение задания на практику.	Очное присутствие
2	Рабочий этап — 208 часов	Руководство созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации. Применение накопленных знаний в подготовке и написании магистерской диссертации	Наблюдение. Выполнение индивидуальных заданий.
3	Заключительный этап — 4 часа	Подготовка отчета по практике. Получение характеристики.	Дифференцированный зачет

6. Формы отчетности по практике.

По результатам преддипломной практики магистранты представляют следующие отчетные документы:

- 1) письменный отчет магистранта о практике;
- 2) индивидуальное задание с отметками о выполнении.

Письменный отчет магистранта о преддипломной практике отражает цели и задачи, поставленные научным руководителем в ходе прохождения практики, методы их реализации и полученные результаты. В заключении практикант должен отразить влияние практики на формирование

собственного исследовательского интереса. Отчет магистранта о практике оформляется в виде печатного текста. Письменный отчет магистранта о преддипломной практике включает описание тех задач, которые он решил в организации.

Индивидуальное задание включает содержание практики, планируемые результаты, рабочий график (план) проведения практики, отметки о выполнении с подписью руководителя практики от организации.

Формы промежуточной аттестации по итогам практики.

Составление и защита отчета, предоставление характеристики, получение дифференцированного зачета. Период проведения аттестации:

для магистрантов очной формы обучения — 4 семестр.

для магистрантов очно-заочной формы обучения — 5 семестр.

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации студентов по практике

Оценка результатов практики.

Для оценки результатов преддипломной практики используются следующие методы:

наблюдение за магистрантами в процессе практики и анализ качества отдельных видов их работ;

беседы с руководителем практики от учреждения, магистрантами;

анализ выполнения индивидуальных заданий, подписанных руководителями от организации;

анализ результатов исследовательской работы магистрантов, самооценки магистрантами степени своей подготовленности к научно-профессиональной деятельности;

анализ документации магистрантов по преддипломной практике (отчетов по работе).

Основными критериями оценки преддипломной практики являются точность выполнения поставленной перед магистрантом задачи. Оценка является дифференцированной и учитывает полноту и качество выполнения задания, а также точность и информационную насыщенность представленного

отчета.

Оценка выставляется групповым руководителем, ответственным за прохождение практики данным магистрантом с учетом мнения руководителя практики от внешней организации и научного руководителя.

Руководитель магистратуры при выставлении оценки руководствуется следующими критериями:

1. качество выполнения отдельных видов деятельности магистранта;
2. отношение к преддипломной практике;
3. качество отчетной документации.

На «отлично» оценивается работа магистранта, который выполнил весь объем работы, требуемой программой практики, ответственно и с интересом относился ко всей работе, показал качество отчетной документации.

На «хорошо» оценивается работа магистранта, полностью выполнившего программу практики, но допустившего незначительные ошибки, работавшего самостоятельно, проявившего заинтересованность в работе.

На «удовлетворительно» оценивается работа магистранта, который так же выполнил программу практики, однако в процессе работы не проявил достаточной заинтересованности, инициативы и самостоятельности.

На «неудовлетворительно» оценивается работа магистранта, который не выполнил программу практики, все виды работ провел на неудовлетворительном уровне.

8. Перечень учебной литературы и ресурсов сети Интернет, необходимых для проведения учебно-ознакомительной практики

а) Основная литература:

1. *Левин Б.В.* Рекомендации авторам научных публикаций. НОЦ ИСЭРТ РАН, <http://noc.vscs.ac.ru/?module=Articles&action=view&aid=665>
2. *Панкратов Ф.Г., Баженов Ю.К., Шахурин В.Г.* Основы рекламы. Учебник. — М.: Дашков и К, 2012. (<http://www.iprbookshop.ru/>)
3. *Сидоренко Е.А.* (сост.). Обзор литературы. Методические рекомендации по подготовке обзора литературы. – Шаг в будущее. Российская научно-социальная программа для молодежи и студентов: <http://www.step-into-the->

future.ru/node/199

4. *Шкляр М.Ф.* Основы научных исследований. Учебное пособие для бакалавров. Москва: Дашков и К, 2012.

б) дополнительная литература:

1. *Беляевский И.К.* Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз. Учеб.пособие. Москва: Финансы и статистика, 2001.
2. *Блэк С.* Паблик рилейшнз: Что это такое? Пер. с англ. — М.: Модино Пресс, 1990. — 239 с.
3. *Вебер М.* Объективность социально-научного и социально-политического познания. - Избранные произведения. Москва: Прогресс, 1990, сс.345-415.
4. *Гарин Н.Н., Данилов И.А., Жуков О.Б.*Связи с общественностью. Теория, практика, коммуникативные стратегии. — М.: Аспект Пресс, 2011. (<http://www.iprbookshop.ru/>)
5. *Герасимов Б.И., Дробышева В.В., Злобина Н.В.* Основы научных исследований. Москва: Форум, 2009.
6. *Горкина М.Б., Мамонтов А.А., Манн И.Б.* PR на 100%: Как стать хорошим менеджером по PR. — М.: Альпина Паблишер, 2009. — 214 с.
7. *Грачев А.С., Грачева С.А., Спирина Е.Г.* PR-служба компании. — М., 2010.
8. *Громыко Г.М.* Общая теория статистики. Практикум. Москва: Инфра-М, 1999.
9. *Джиржан Р.З.* Процесс научного поиска: структура, этапы, средства. — Вопросы философии, №1, 1986, с.87-94.
10. *Дэвидсон Д.* Исследование истины и интерпретации. Москва: Праксис, 2003.
11. *Илларионов С.В.* Теория познания и философия науки. Москва РОССПЭН, 2007.
12. *Каган М.С.* Перспективы развития гуманитарных наук в XXI веке. — Серия «Symposium», выпуск 12, 2001: <http://anthropology.ru/ru/person/kagan-ms/text/perspektivy-razvitiya-gumanitarnyh-nauk-v-hhi-veke>
13. *Кожухар В.М.* Основы научных исследований. Учебное пособие. Москва: Дашков и К, 2010.
14. *Кохановский В. П.* Философские проблемы социально-гуманитарных наук

- (формирование, особенности и методология социального познания). Ростов-на-Дону: Феникс, 2005.
15. *Кривоносов А.Д., Филатова О.Г., Шишкина М.А.* Основы теории связей с общественностью. — СПб., 2012.
 16. *Кузнецов И.Н.* Научное исследование: методика проведения и оформление. Москва: Дашков и К, 2004.
 17. *Людченко А.А., Людченко Я.А., Примак Т.А.* Основы научных исследований. Учебное пособие. Киев: Знание, 2001.
 18. *Микешина Л. А.* Философия познания XXI век. Синтез когнитивных практик. – Вестник российского философского общества, 1999. № 3, сс.22-31.
 19. *Огилви Д.* Огилви о рекламе. — М.: ЭКСМО, 2012. — 232 с.
 20. *Поппер К.* Логика и рост научного знания. Москва: Прогресс, 1983.
 21. *Раушенбах Б. В.* Гуманитарная наука на рубеже веков. – Вестник Московского университета. Сер. 20. Педагогическое образование. 2008, №2, сс.76-80.
 22. *Резепов И.Ш.* Психология рекламы и PR. — М., 2010.
 23. *Рой О.М.* Исследования социально-экономических и политических процессов. СПб: Питер, 2004.
 24. *Романов А.А., Басенко В.П., Дианова В.А.* Реклама и PR. Учебное пособие. — Краснодар: Южный институт менеджмента, 2012.
 25. *Руднев В. Ф.* Словарь культуры XX века. Москва: Аграф, 1999.
 26. *Рузавин Г.И.* Методология научного познания. М.: Юнити-Данс, 2009.
 27. *Рузавин Г.И.* Проблемы методологии научного поиска. – Вопросы философии, 1985, № 10, сс.40-48.
 28. *Сенкевич М.П.* Стилистика научной речи и литературное редактирование научных произведений. Москва: Высшая школа, 1984.
 29. *Скворцов А.К.* О языке современной русской научной литературы. – Природа, 2002, № 5, сс.3-13.
 30. *Спицнадель В.Н.* Основы системного анализа. Учеб.пособие. СПб: Бизнес-пресса, 2000.
 31. *Татарова Г.Г.* Методология анализа данных в социологии. Учеб.пособие.

Москва: Стратегия, 1998.

32. *Трунковский Е.М.* Что такое наука? – Наука и жизнь, 2010, № 10, сс.3-7.
33. *Философия и методология науки.* Под ред. А.И.Зеленкова. Минск, БГУ, 2004.
34. *Хамлова О.А.* ABC-анализ: методика проведения. – Управление компанией, 2006, №10, сс.9-13.
35. *Черныш А.Я., Багмет Н.П.* и др. Организация, формы и методы научных исследований. Учебник для магистрантов. М.: РТА, 2011.
36. *Чумиков А.Н., Бочаров М.П.* Актуальные связи с общественностью. — М., 2009.
37. *Шарков Ф.И.* Интегрированные коммуникации. Реклама, паблик рилейшнз, брендинг. — М., 2011.
38. *Эко У.* Как написать дипломную работу. Москва: Университет, 2001.
39. *Экономико-математическое моделирование.* Учеб.пособие. Под ред. И.Н.Дрогобыцкого. Москва: Экзамен, 2004.
40. *Ядов В.А.* Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. Москва: Добросвет, 2000.

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Права на результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации. Авторское право. base.garant.ru/10164072/70/#40070
2. Портал «Антиплагиат», <https://www.antiplagiat.ru/>
3. Портал «Диссернет», <http://www.dissernet.org/>
4. Портал «Методология гуманитарного знания в перспективе XXI века», <http://anthropology.ru/ru/edition/metodologiya-gumanitarnogo-znaniya-v-perspektive-xxi-veka>
5. Портал «Социально-гуманитарное и политологическое образование» <http://www.humanities.edu.ru>
6. Справочный информационный портал «Грамота.ру» <http://www.gramota.ru/>
7. Федеральный портал «Российское образование» <http://www.edu.ru/>
8. Электронная гуманитарная библиотека <http://www.gumfak.ru/>
9. Яндекс.Спеллер, <https://tech.yandex.ru/speller/>

10. Britannica, www.britannica.com

11. Emerald. How to structure your article.

www.emeraldinsight.com/authors/guides/write/structure.htm

12. Trent Focus, 'Carrying out a literature review', 'Managing references',

www.trentfocus.org.uk

13. University of North Carolina, College of Arts and Sciences, Writing Center,

Literary review: <http://writingcenter.unc.edu/handouts/literature-reviews/>

14. University of New South Wales, Learning Centre, Plagiarism:

www.lc.unsw.edu.au/plagiarism

<http://www.gorkina.ru/index.html> — Образовательный проект в сфере связей с общественностью «Школа PR Марины Горкиной».

http://www.pressclub.host.ru/PR_Lib/ — PR-библиотека на сайте агентства «Международный пресс-клуб».

<http://pr-info.ru> — Электронное информационное издание «PR-Info. Public Relations в российском контексте».

<http://pr-life.ru> — Информационный портал «Пиар-лайф».

<http://www.pr-news.spb.ru> — Интернет-сайт газеты «PR-news».

<http://www.rupr.ru> — Интернет-версия всероссийского научно-популярного журнала «Public Relations в России».

9. Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по производственной практике включают:

- стандартный офисный пакет приложений Microsoft Office;
- информационные справочные системы: <http://help.yandex.ru/search/>; <http://news.yandex.ru/>; <http://blogs.yandex.ru/>; <https://news.google.ru/>.

10. Описание материально-технической базы, необходимой для проведения производственной практики.

Офисные рабочие места, оборудованные компьютерами с выходом в интернет.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению и профилю подготовки Реклама и связи с общественностью.

Автор Чилингир Е.Ю.

**АНО ВО «РОССИЙСКИЙ НОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(АНО ВО «РосНОУ»)**

Институт бизнес-технологий

Кафедра рекламы и связей с общественностью

**ОТЧЕТ
о прохождении преддипломной практики**

Место прохождения практики _____

Выполнил(а) студент(ка)
_____ курса _____ группы

фамилия, имя, отчество

Руководитель практики от кафедры

ученая степень, звание, ФИО

должность

Руководитель практики от организации

должность

фамилия, имя, отчество

Москва 20____

ПЛАН
написания отчета о преддипломной практике

1. Цели и задачи, поставленные научным руководителем.
2. Методы реализации целей и задач практики.
3. Достигнутые результаты.
4. Влияние практики на формирование собственного профессионального интереса.

Приложения

1. Индивидуальное задание с отметками о выполнении.
2. Материалы, подтверждающие полученные в ходе прохождения практики навыки (при наличии).

Приложение 3

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Российский новый университет»
(АНО ВО «Российский новый университет»)

Индивидуальное задание, содержание, планируемые результаты и совместный рабочий график (план) проведения практики

(Ф.И.О. обучающегося полностью)

Направление подготовки: реклама и связи с общественностью

Профиль: реклама и связи с общественностью в сфере социальных инноваций.

Вид практики: производственная.

Тип практики: преддипломная.

Наименование предприятия (организации) места прохождения практики

Наименование структурного подразделения:

Сроки прохождения практики: с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.

Содержание практики: руководство созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации

№	Индивидуальные задания, раскрывающие содержание практики	Планируемые результаты практики	Совместный рабочий график (план) проведения практики	Отметка о выполнении
1.	Руководство созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации	ПК-13-З ПК-13-У ПК-13-В		
2.	Применение накопленных знаний в подготовке и написании магистерской диссертации	ПК-13-З ПК-13-У ПК-13-В		

Руководитель практики
от АНО ВО «Российский новый университет»
Ф.И.О.

(подпись)

«Согласовано»

Руководитель практики от организации
Ф.И.О.

(подпись)

(В случае, если практика организована профильной организацией)