

СОДЕРЖАНИЕ

1. Вид и тип 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 и тип практики, способы и формы ее проведения.

Вид практики: производственная.

Тип практики: учебно-организационная практика.

Способ проведения практики: стационарная; выездная.

Форма проведения практики: непрерывная.

Места проведения практики:

Департамент Управления информацией РосНОУ, отдел рекламы и маркетинга РосНОУ, кафедры рекламы и связей с общественностью РосНОУ, рекламные агентства, PR–агентства, пресс-службы, отделы по рекламе и СО организаций.

Время проведения практики:

для магистрантов очной формы обучения — 8 недель во 2 семестре.

для магистрантов очно-заочной формы обучения — 4 недели во 2 семестре и 4 недели в 3 семестре.

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

Цель практики — интеграция приобретенных в процессе обучения в магистратуре общенаучных и методических знаний, умений и навыков, формирование общекультурных и профессиональных компетенций.

Задачи практики:

контроль, оценка эффективности и корректировка стратегий, планов, кампаний и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью.

Формируемые компетенции:

способностью руководить осуществлением профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта (ОПК-1);

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 руководить осуществлением профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта (ОПК-1)	принципы осуществления профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта ОПК-1-3	руководить осуществлением профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта ОПК-1-У	руководства осуществлением профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта ОПК-1-В
способностью руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации (ПК-13)	принципы осуществления коммуникации внутри организаций разных типов ПК-13-3	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

Практика базируется на знаниях дисциплин учебного цикла (Основы научных исследований в профессиональной сфере, Планирование и реализация кампании по рекламе и связям с общественностью, Социально-гуманитарные инновации, Современные проблемы коммуникативистики, Коммуникации в средствах массовой информации), умениях и навыках полученных во время прохождения учебной практики.

Требования к знаниям, умениям и готовностям обучающихся,

приобретенным в результате освоения предшествующих частей ОП и неотъемлемых при освоении данной практики:

способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1);

готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК-2);

готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3);

способностью к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности (ОК-4);

способностью руководить осуществлением профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта (ОПК-1);

способностью планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-2);

способностью самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности (ОПК-7);

способностью нести персональную ответственность за результаты своей профессиональной деятельности (ОПК-9);

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

На знаниях, умениях и навыках, полученных в ходе прохождения практики базируется изучение дисциплин Управление коммуникационной структурой организации, Корпоративные социальные инвестиции и социальное партнерство, Теория и практика ведения переговорного процесса, Управление конфликтами, Брендинг территорий, Маркетинг идей.

Дальнейшее развитие знаний, умений и навыков происходит в процессе

прохождение преддипломной практики и научно-исследовательской работы.

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

Общая трудоемкость учебно-организационной практики — 12 зачетных единиц, 432 академических часа, 8 недель.

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 — 424 часа	Управление процессами стратегического планирования, руководства проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий. Оценка влияния практики на формирование собственного профессионального интереса.	Наблюдение. Выполнение индивидуальных заданий.
3	Заключительный этап — 4 часа	Подготовка отчета по практике.	Дифференцированный зачет

6. Формы отчетности по практике

По результатам учебно-организационной практики магистранты представляют следующие отчетные документы:

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

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

собственного научного интереса. Отчет магистранта о практике оформляется в виде печатного текста. Письменный отчет магистранта об учебно-организационной 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 — 2 семестр.

для магистрантов очно-заочной формы обучения — 2 и 3 семестр.

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

Оценка результатов практики.

Для оценки результатов учебно-организационной 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 научной деятельности;

анализ документации магистрантов по учебно-организационной практике (отчетов по работе).

Основными критериями оценки учебно-организационной 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.

Руководитель от кафедры при выставлении оценки руководствуется следующими критериями:

1. качество выполнения отдельных видов деятельности магистранта;
2. отношение к учебно-организационной 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. *Чумиков А.Н., Бочаров М.П., Самойленко С.А.* Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции: учебное пособие. — М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2016.
2. *Арутюнова Е.А.* Основы рекламы. — Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2015. — 122 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/62977.html>

б) дополнительная литература:

1. *Блэк С.* Паблик рилейшнз: Что это такое? Пер. с англ. — М.: Модино Пресс, 1990. — 239 с.
2. *Гарин Н.Н., Данилов И.А., Жуков О.Б.* Связи с общественностью. Теория, практика, коммуникативные стратегии. — М.: Аспект Пресс, 2011. (<http://www.iprbookshop.ru/>)
3. *Горкина М.Б., Мамонтов А.А., Манн И.Б.* PR на 100%: Как стать хорошим менеджером по PR. — М.: Альпина Паблишер, 2009. — 214 с.
4. *Грачев А.С., Грачева С.А., Спирина Е.Г.* PR-служба компании. — М., 2010.
5. *Кривоносов А.Д., Филатова О.Г., Шишкина М.А.* Основы теории связей с общественностью. — СПб., 2012.
6. *Огилви Д.* Огилви о рекламе. — М.: ЭКСМО, 2012. — 232 с.
7. *Резепов И.Ш.* Психология рекламы и PR. — М., 2010.
8. *Романов А.А., Басенко В.П., Дианова В.А.* Реклама и PR. Учебное пособие. — Краснодар: Южный институт менеджмента, 2012.
9. *Чумиков А.Н., Бочаров М.П.* Актуальные связи с общественностью. — М., 2009.
10. *Шарков Ф.И.* Интегрированные коммуникации. Реклама, паблик рилейшнз, брендинг. — М., 2011.

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы

<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 учебно-организационной 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 об учебно-организационной 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: учебно-организационная.

Наименование предприятия (организации) места прохождения практики

Наименование структурного подразделения:

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

Содержание практики: руководить осуществлением профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью, 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 осуществлением профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в сфере социальных инноваций	ОПК-1-З ОПК-1-У ОПК-1-В		
2.	руководство созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации	ПК-13-З ПК-13-У ПК-13-В		

Руководитель практики
от АНО ВО «Российский новый университет»

(подпись) Ф.И.О.

«Согласовано»

Руководитель практики от организации
(В случае, если практика организована
в профильной организации)

(подпись) Ф.И.О.