

**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

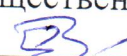
09 20 18 г.

**Программа практики
по получению профессиональных умений и опыта профессиональной
деятельности**

по направлению подготовки
42.04.01 — «Реклама и связи с общественностью»

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

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

Доцент кафедры рекламы и связей с общественностью
кандидат культурологии, Чилингир Е.Ю. 

Москва 2018

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: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности.

Способ проведения практики: стационарная; выездная.

Форма проведения практики: дискретная.

Места проведения практики:

Департамент Управления информацией РосНОУ, отдел рекламы и маркетинга РосНОУ, кафедры факультета гуманитарных технологий РосНОУ, рекламные агентства, PR-агентства, пресс-службы, отделы по рекламе и СО организаций.

Время проведения практики:

для магистрантов очной формы обучения — 8 и 2/3 недель в 3 семестре.

для магистрантов очно-заочной формы обучения — 2 недели в 3 семестре, 4 и 2/3 недели в 4 семестре и 2 недели в 5 семестре.

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

Цель практики — формирование и развитие профессиональных компетенций с учетом программы «Реклама и связи с общественностью в сфере социальных инноваций».

Задачи практики:

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

Формируемые компетенции:

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

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

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

Компетенция	Знать	Уметь	Владеть навыками
способностью планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-2)	методы и приемы планирования и осуществления коммуникационных кампаний ОПК-2-31 методы и приемы планирования и осуществления мероприятия ОПК-2-31	планировать и осуществлять коммуникационные кампании ОПК-2-У1 планировать и осуществлять мероприятия ОПК-2-У2	навыками планирования и осуществления коммуникационных кампаний ОПК-2-В1 навыками планирования и осуществления мероприятия ОПК-2-В2
способностью определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-12)	как руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий ПК-12-31 как руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий, способен определять стратегические цели ПК-12-32	реализовывать коммуникационные мероприятия ПК-12-У1 определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий ПК-12-У2	реализации различных коммуникационных кампаний и мероприятий ПК-12-В1 определения стратегических целей и руководства проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий ПК-12-В2

3. Место практики в структуре ОП магистратуры

Практика базируется на знаниях дисциплин учебного цикла (Управление коммуникационной структурой организации, Корпоративные социальные инвестиции и социальное партнерство, Теория и практика ведения переговорного процесса, Управление конфликтами, Брендинг территорий, Маркетинг идей), умениях и навыках полученных во время прохождения учебно-организационной практики.

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

готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную

и этическую ответственность за принятые решения (ОК-2);

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);

владением корректной устной и письменной речью в рамках профессиональной тематики на русском и иностранных языках (ОПК-3);

способностью вести диалог, переписку, переговоры на иностранном языке в рамках уровня поставленных задач для решения профессиональных вопросов (ОПК-4);

готовностью на практике защитить свои законные права, в том числе права личности, при уважении к соответствующим правам других в многоэтничном и интернациональном окружении (ОПК-8);

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);

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

На знаниях, умениях и навыках, полученных в ходе прохождения практики базируется изучение дисциплин Управление службой рекламы и связей с общественностью организации, Корпоративная социальная ответственность, Теория и практика ведения переговорного процесса, Управление конфликтами, Консьюмеризм, Маркетинг идей, Аналитика и прогнозирование развития медиасреды, Экспертиза и консалтинг в социальных инновациях. Дальнейшее развитие знаний, умений и навыков происходит в процессе прохождения учебно-организационной практики и научно-исследовательской работы.

4. Объем практики в зачетных единицах и

ее продолжительность в академических часах

Общая трудоемкость практики составляет 13 зачетных единиц 468 академических часа, 8 и 2/3 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 — 460 часов	Планирование и осуществление коммуникационных кампаний и мероприятий. Определение стратегических целей и руководство 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 практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности магистранты представляют следующие отчетные документы:

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

Письменный отчет магистранта о практике по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности 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 профессионального интереса. Отчет магистранта о практике оформляется в виде печатного текста. Письменный отчет магистранта о практике по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности 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 индивидуальных заданий с отметкой о выполнении, получение дифференцированного зачета. Период проведения аттестации:

для магистрантов очной формы обучения — 3 семестр.

для магистрантов очно-заочной формы обучения — 3, 4 и 5 семестр.

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

Оценка результатов практики.

Для оценки результатов практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности 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 профессиональной работы магистрантов, самооценки магистрантами степени своей подготовленности к профессиональной деятельности;

анализ документации магистрантов о практике по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (отчетов

по работе).

Основными критериями оценки практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности 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 практике по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности;
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 производственной 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 (при необходимости)

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

- стандартный офисный пакет приложений Microsoft Office;
- пакет программ Adobe Systems Inc.;
- информационные справочные системы: <http://help.yandex.ru/search/>;
<http://news.yandex.ru/>; <http://blogs.yandex.ru/>; <https://news.google.ru/>,
www.public.ru; www.mlg.ru.

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

Офисные рабочие места, снабженные специализированным ПО, 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 практики
по получению профессиональных умений и опыта профессиональной
деятельности**

Место прохождения практики _____

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

фамилия, имя, отчество

Руководитель практики от кафедры

ученая степень, звание, должность

фамилия, имя, отчество

Руководитель практики от организации

должность

фамилия, имя, отчество

Москва 20____

ПЛАН

написания отчета о практике по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности

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).

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: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности.

Наименование предприятия (организации) места прохождения практики

Наименование структурного подразделения:

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

Содержание практики: определение стратегических целей коммуникационных кампаний и мероприятий, руководство проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий.

№	Индивидуальные задания, раскрывающие содержание практики	Планируемые результаты практики	Совместный рабочий график (план) проведения практики	Отметка о выполнении
1.	Планирование и осуществление коммуникационных кампаний и мероприятий.	ОПК-2-31 ОПК-2-32 ОПК-2-У1 ОПК-2-У2		
2.	Определение стратегических целей и руководство проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий.	ПК-12-31 ПК-12-32 ПК-12-У1 ПК-12-У2		

3.	Оценка влияния практики на формирование собственного профессионального интереса.	ОПК-2-В1 ОПК-2-В2 ПК-12-В1 ПК-12-В2		
----	--	--	--	--

Руководитель практики
от АНО ВО «Российский новый университет»

_____ Ф.И.О.
(подпись)

«Согласовано»

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

_____ Ф.И.О.
(подпись)