

Министерство образования и науки Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»

Утверждено
на заседании совета факультета Маркетинга
протокол № 3 от «22» октября 2015 г.

Председатель совета факультета Маркетинга

А.М. Асалиев



ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Б2.У.1. Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков

Направление подготовки

42.04.01 - Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) программы

Связи с общественностью в системе бизнес-коммуникаций

Уровень высшего образования

Магистратура

Программа подготовки

Академическая магистратура

**Москва
2015**

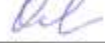
Рецензенты:


Мусатова Ж.Б., доцент кафедры Маркетинга Российского экономического Университета,
к.э.н., доцент

Орлова И.В., профессор РАНХиГС при Президенте РФ

Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков направлена на закрепление и углубление теоретических знаний по PR-деятельности в бизнес-структурах и методологии управления коммуникационным процессом на предприятии, приобретение и усвоение практических навыков самостоятельной работы в реальных условиях деятельности PR-службы бизнес-организации. К учебным задачам практики по получению первичных профессиональных умений и навыков можно отнести: применение теоретических знаний по общенаучным и профессиональным дисциплинам, полученных в процессе обучения в магистратуре; закрепление практических навыков анализа коммуникативных задач и принятия управленческих решений; проверка степени готовности к самостоятельной профессиональной деятельности; получение навыков самоанализа в процессе реализации профессиональной деятельности.

Программа практики по получению первичных профессиональных умений и навыков магистра составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.01 - Реклама и связи с общественностью.


Составители:  Осипова Е.А., д.ф.н., доцент, профессор кафедры
рекламы, связей с общественностью и дизайна

 Кутыркина Л.В., к.ф.н., доцент, доцент кафедры
рекламы, связей с общественностью и дизайна

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры рекламы, связей с общественностью
и дизайна

протокол № 1 от «31 » августа 2015 г.

Заведующий кафедрой рекламы,
связей с общественностью и дизайна


д.т.н., проф. Киселев В.М.



Согласовано

Фонд информационной демократии

МП

Фонд информационной демократии

МОСКВА

(подпись)

(Анненков Андрей Петрович, ст. эксперт,

Рабочая программа с дополнениями и изменениями утверждена на заседании кафедры _____,
протокол № ____ от « ____ » _____ 201 _ г.

Заведующий кафедрой _____
(подпись) (ФИО)

Одобрено советом факультета _____,
протокол № ____ от « ____ » _____ 201 _ г.

Председатель Совета факультета _____
(подпись) (ФИО)

Рабочая программа с дополнениями и изменениями утверждена на заседании кафедры _____,
протокол № ____ от « ____ » _____ 201 _ г.

Заведующий кафедрой _____
(подпись) (ФИО)

Одобрено советом факультета _____,
протокол № ____ от « ____ » _____ 201 _ г.

Председатель Совета факультета _____
(подпись) (ФИО)

Рабочая программа с дополнениями и изменениями утверждена на заседании кафедры _____,
протокол № ____ от « ____ » _____ 201 _ г.

Заведующий кафедрой _____
(подпись) (ФИО)

Одобрено советом факультета _____,
протокол № ____ от « ____ » _____ 201 _ г.

Председатель Совета факультета _____
(подпись) (ФИО)

СОДЕРЖАНИЕ

Организационно-методический раздел	5
Цель практики по получению первичных профессиональных умений и навыков.....	5
Учебные задачи практики по получению первичных профессиональных умений и навыков.....	5
Место практики по получению первичных профессиональных умений и навыков в структуре магистерской программы.....	5
Требования к результатам прохождения практики.....	6
Структура и содержание практики по получению первичных профессиональных умений и навыков.....	10
Научно-исследовательские и научно-производственные технологии, используемые на практике.....	15
Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов на практике	15
Методические указания по прохождению практики по получению первичных профессиональных умений и навыков	17
Формы промежуточной аттестации (по итогам практики)	20
Учебно-методическое и информационное обеспечение практики.....	20
Рекомендуемая литература	20
Материально-техническое обеспечение практики по получению первичных профессиональных умений и навыков	22

Организационно-методический раздел

Цель практики по получению первичных профессиональных умений и навыков

Целью практики по получению первичных профессиональных умений и навыков является подготовка обучающихся к выполнению функций специалиста по связям с общественностью в бизнес-структурах; создание условий для достижения профессиональной компетентности в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта к уровню подготовки магистра.

Учебные задачи практики по получению первичных профессиональных умений и навыков

К учебным задачам практики по получению первичных профессиональных умений и навыков можно отнести:

- применение теоретических знаний по общенаучным и профессиональным дисциплинам, полученных в процессе обучения в магистратуре;
- закрепление практических навыков анализа коммуникативных задач и принятия управленческих решений;
- проверка степени готовности к самостоятельной профессиональной деятельности;
- получение навыков самоанализа в процессе реализации профессиональной деятельности.

Место практики по получению первичных профессиональных умений и навыков в структуре магистерской программы

Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков относится к блоку Б 2 «Практики, НИР».

Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков осуществляется в первом, втором и третьем семестрах при обучении по очной и очно-заочной формам и опирается соответственно на знание дисциплин, изучающихся в соответствующих семестрах.

Для ее прохождения магистрант должен

- **знать** современную теорию и методологию связей с общественностью в сфере бизнеса;
- **знать** современные технологии связей с общественностью в сфере бизнеса;
- **уметь** использовать современные технические средства и коммуникативные технологии в осуществлении аналитической и коммуникативной деятельности.

Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков необходима для получения профессиональных навыков, а также сбора, анализа и обобщения материалов с их последующим использованием в магистерской диссертации;

Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков входит *один блок* с учебно-организационной практикой, научно-исследовательской работой и преддипломной практикой.

Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, осуществляющаяся в первом семестре является основой для изучения следующих дисциплин: Б1.Б.6 Организация работы отдела рекламы и связей с общественностью в бизнес-организации, Б1.В.ОД.1 Организация работы пресс-службы в бизнес-коммуникациях, Б1.В.ОД.3 Творчество и инновации в бизнес-коммуникациях, Б1.В.ОД.6 Теория и практика переговорного процесса.

Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, осуществляющаяся во втором семестре, является основой для изучения следующих дисциплин: Б1.В.ОД.4 Организация рекламных и PR-кампаний в бизнесе, Б1.В.ОД.5 Социальная ответственность бизнеса и социальное партнерство, Б1.В.ДВ.4.1 Оценка эффективности бизнес-коммуникаций, Б1.В.ДВ.4.2 Создание коммуникационной инфраструктуры в бизнес-коммуникациях.

Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, осуществляющаяся в третьем семестре, является основой для прохождения преддипломной практики (Б2.П.3)

Требования к результатам прохождения практики по получению первичных профессиональных умений и навыков

В результате прохождения практики по получению первичных профессиональных умений и навыков должны быть сформированы следующие компетенции:

ОПК-1 - способность 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.

В результате освоения компетенции **ОПК-1** магистрант должен:

Знать: теорию и методологию руководства осуществлением профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в условиях быстро меняющейся среды; особенности реализации руководящих функций в области связей с общественностью в

коммерческих структурах, средствах массовой информации, сфере экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта;

Уметь: отслеживать изменения внешней среды и адаптировать методы и методики руководства осуществлением профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью;

Владеть: навыками руководства осуществлением профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью коммерческой организации в условиях изменяющейся среды.

ПК-14 – Способность разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, задания на их разработку, осуществлять руководство проектной деятельностью.

В результате освоения компетенции **ПК-14** магистрант должен:

Знать: методы подготовки брифов и технических заданий для разработки концептуальных и практических предложений в области формирования стратегий и бизнес-планов проектов в сфере рекламы и бизнес-коммуникаций;

Уметь: разрабатывать брифы и задания на разработку PR-проектов для развития коммуникационной деятельности организации;

Владеть: навыками применения формирования проектных команд, ответственных за практическое воплощение брифов и технических заданий в виде конкретных проектов перспективной коммуникационной деятельности и развития бренда организации.

ПК-15 – Способность оценивать качество и эффективность проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки.

В результате освоения компетенции **ПК-15** магистрант должен:

Знать: современные теории и методы оценки качества и эффективности коммуникационных проектов;

Уметь: использовать модели и методы оценки качества и эффективности внутрикорпоративных и внешних коммуникационных проектов коммерческой организации;

Владеть: навыками корректировки коммуникационных проектов коммерческой организации.

ПК-20 - Способность ставить задачи исследования, выбирать методы экспериментальной работы, подготавливать базу для научных исследований.

В результате освоения компетенции **ПК-20** магистрант должен:

Знать: инструментарий проведения научных исследований;

Уметь: обосновывать выбор методов проведения экспериментальной работы;

Владеть: навыками постановки исследовательских задач, подготовки в ходе практики базы для научных исследований.

ПК-21 - Способность применять в исследованиях основные концепции и принципы самоорганизации, эволюции, воспроизводства и развития систем, учитывать их динамику и тенденции.

В результате освоения компетенции **ПК-21** магистрант должен:

Знать: основные концепции и принципы самоорганизации, эволюции, воспроизводства и развития систем, разработанные отечественными и зарубежным исследователями;

Уметь: учитывать динамику и тенденции развития концепций и принципов самоорганизации, эволюции, воспроизводства и развития систем с точки зрения понимания условий и возможностей их практического использования в профессиональной деятельности;

Владеть: навыками самоорганизации для воспроизводства и развития систем коммуникаций бизнес-организации.

ПК-22 - Способность интегрировать знания, формировать суждения и принимать решения на основе неполной и ограниченной информации

В результате освоения компетенции **ПК-22** магистрант должен:

Знать: современные теории принятия решений в области связей с общественностью на основе неполной и ограниченной информации;

Уметь: использовать неполную и ограниченную информацию для принятия решений в области связей с общественностью бизнес-организации;

Владеть: навыками принятия управленческих решений в сфере стратегического планирования коммуникационной деятельности организации на основе неполной и ограниченной информации.

ПК-23 - Способность решать концептуальные и прикладные задачи в широком или междисциплинарном контексте.

В результате освоения компетенции **ПК-23** магистрант должен:

Знать: концептуальные и прикладные задачи в сфере профессиональной PR-деятельности и подходы к их решению в широком и междисциплинарном контексте;

Уметь: технологии решения концептуальных и прикладных задач в сфере профессиональной PR-деятельности в широком и междисциплинарном контексте;

Владеть: навыками сбора и анализа данных для решения концептуальных и прикладных задач в сфере профессиональной PR-деятельности.

ПК-24 - Способность к анализу и синтезу, научным обобщениям, выводам и аргументированию соображений, выдвижению новых идей, в том числе в исследовательском контексте.

В результате освоения компетенции **ПК-24** магистрант должен:

Знать: основные подходы к анализу и синтезу, научным обобщениям, выводам и аргументированию для целей повышения эффективности разработки и осуществления программы научно-исследовательской деятельности в ходе проведения практики;

Уметь: выдерживать заданный план и график проведения научно-исследовательской работы, концентрироваться на своевременном и рациональном выполнении первоочередных действий, связанных с изучением, оценкой и прогнозированием тенденций развития исследуемой сферы профессиональной деятельности;

Владеть: навыками выдвижения новых идей в профессиональной деятельности, в том числе в исследовательском контексте.

Структура и содержание практики по получению первичных профессиональных умений и навыков

Проведение практики по получению первичных профессиональных умений и навыков предполагает:

- посещение аудиторных практических занятий по освоению первичных профессиональных умений и навыков;
- работу в бизнес-организации в отделе рекламы и связей с общественностью или иной подобной структуре в качестве практиканта;
- разработку плана практики по получению первичных профессиональных умений и навыков, направленного на практическое освоение профессиональных компетенций;
- участие в планировании коммуникационных кампаний и мероприятий бизнес-организации;

- участие в реализации коммуникационных кампаний и мероприятий бизнес-организации, в том числе в разработке информационных материалов, организации коммуникаций с различными целевыми аудиториями;

- участие в оценке эффективности коммуникационных кампаний и мероприятий бизнес-организации.

Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков обучающихся по магистерской программе «Связи с общественностью в бизнес-коммуникациях» направления 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» является рассредоточенной и проводится на факультете маркетинга и в отделах по связям с общественностью бизнес-структур.

Распределение магистрантов на базы практики осуществляется кафедрой на основе рейтинга магистранта и выбранного им направления исследовательской работы. Место для прохождения практики магистранты могут искать самостоятельно. Для магистрантов базами практики могут являться предприятия и организации, в которых они работают.

Направление магистрантов на практику производится на основе договоров, заключенных между Университетом и базой практики или служебной записки с приложением копии трудовой книжки магистранта, заверенной по месту работы и оформляется распоряжением по факультету маркетинга.

В период практики студенты подчиняются всем правилам внутреннего распорядка и техники безопасности, установленным в университете и бизнес-организации.

Время проведения практики устанавливается утвержденным учебным планом ОПОП - в первом, втором и третьем семестрах при обучении по очной и очно-заочной формам.

Общая трудоемкость практики по получению первичных профессиональных умений и навыков составляет 3 зачетные единицы – 108 часов.

Тематический план практики по получению первичных профессиональных умений и навыков

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование разделов и тем	Аудиторные часы					Самостоятельная работа (формы, часы)	Всего часов	Формы текущего контроля
		Лекции	Семинарские занятия	Практические занятия	Лабораторные работы	Всего			
1 курс 1 семестр									
1.	Методология и методы исследований в связях с общественностью			2		2	10	12	Сообщения о практике исследований в PR-структурах бизнес-организаций
2.	Внутрикорпоративные коммуникации в бизнес-организации			2		2	10	12	Сообщения о практике организации внутрикорпоративных коммуникаций бизнес-организаций
3.	Дизайн в бизнес-коммуникациях			2		2	10	12	Сообщения о практике использования дизайна в PR-структурах бизнес-организаций
1 курс 2 семестр									
4.	Организация работы отдела рекламы и связей с общественностью в бизнес-организации,			2		2	10	12	Сообщения о практике работы отдела рекламы и связей с общественностью в бизнес-организации

5.	Организация работы пресс-службы в бизнес-коммуникациях			2		2	10	12	Сообщения о практике работы пресс-службы в бизнес-организациях
6.	Творчество и инновации в бизнес-коммуникациях			2		2	10	12	Сообщения о практике использования творчества и инноваций в коммуникациях бизнес-организаций
Итого за 1-й курс				12		12	60	72	зачет
2 курс 3 семестр									
7.	Организация рекламных и PR-кампаний в бизнесе			2		2	10	12	Сообщения о практике организации рекламных и PR-кампаний в бизнесе
8.	Социальная ответственность бизнеса и социальное партнерство			2		2	10	12	Сообщения о практике социальной ответственности бизнеса и социального партнерства бизнес-организаций
9.	Создание коммуникационной инфраструктуры в бизнес-коммуникациях			2		2	10	12	Сообщения о практике создания коммуникационной инфраструктуры в бизнес-организациях
Итого за 2-курс				6		6	30	36	дифференцированный зачет
	ИТОГО			18		18	90	108	зачет, дифференцированный зачет

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Наименование разделов и тем	Аудиторные часы					Самостоятельная работа (формы, часы)	Всего часов	Формы текущего контроля
		Лекции	Семинарские занятия	Практические занятия	Лабораторные работы	Всего			
1 курс 1 семестр									
1	Методология и методы исследований в связях с общественностью			4		4	8	12	Сообщения о практике исследований в PR-структурах бизнес-организаций
2	Внутрикорпоративные коммуникации в бизнес-организации			4		4	8	12	Сообщения о практике организации внутрикорпоративных коммуникаций бизнес-организаций
3	Дизайн в бизнес-коммуникациях			4		4	8	12	Сообщения о практике использования дизайна в PR-структурах бизнес-организаций
1 курс 2 семестр									
4	Организация работы отдела рекламы и связей с общественностью в бизнес-организации,			4		4	8	12	Сообщения о практике работы отдела рекламы и связей с общественностью в бизнес-организации

5	Организация работы пресс-службы в бизнес-коммуникациях			4		4	8	12	Сообщения о практике работы пресс-службы в бизнес-организациях
6	Творчество и инновации в бизнес-коммуникациях			4		4	8	12	Сообщения о практике использования творчества и инноваций в коммуникациях бизнес-организаций
Итого за 1-й курс				24		24	48	72	зачет
2 курс 3 семестр									
7	Организация рекламных и PR-кампаний в бизнесе			4		4	6	10	Сообщения о практике организации рекламных и PR-кампаний в бизнесе
8	Социальная ответственность бизнеса и социальное партнерство			4		4	8	12	Сообщения о практике социальной ответственности бизнеса и социального партнерства бизнес-организаций
9	Создание коммуникационной инфраструктуры в бизнес-коммуникациях			6		6	8	14	Сообщения о практике создания коммуникационной инфраструктуры в бизнес-организациях
Итого за 2-курс				14		14	22	36	дифференцированный зачет
ИТОГО				38		38	70	108	зачет, дифференцированный зачет

Научно-исследовательские и научно-производственные технологии, используемые на практике

Прохождение практики по получению первичных профессиональных умений и навыков предполагает использование технологий:

- электронно-библиотечных систем для самостоятельного изучения научной и учебно-методической литературы;
- справочно-правовых систем Консультант + и Гарант для формирования правового обеспечения производственной деятельности;
- информационных для сбора, хранения и обработки статистической и ведомственной информации;
- социологические методы сбора и обработки информации;
- статистические и математические методы, модели и программные средства прогнозирования и планирования коммуникационных процессов.

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов на практике

Для обеспечения самостоятельной работы студентов на практике факультетом и научными руководителями предполагается:

- организация, планирование и контроль за ходом практики;
- разработка и утверждение индивидуальных планов работы магистрантов;
- консультирование, оказание помощи в подготовке к занятиям;
- посещение организаций, где производится практика магистрантов, участие в обсуждении профессиональной деятельности практикантов;
- проверка отчётной документации магистрантов о прохождении практики по получению первичных профессиональных умений и навыков;
- подготовка аттестации магистрантов по результатам прохождения практики по получению первичных профессиональных умений и навыков (сообщения о результатах практики, презентации).

В процессе прохождения практики по получению первичных профессиональных умений и навыков используются образовательные технологии:

- Самостоятельная работа студентов по изучению учебной и учебно-методической литературы по теме практики;
- Консультации преподавателей. Важной составляющей практики по получению первичных профессиональных умений и навыков являются консультации, которые

организуют для студентов опытные педагоги для передачи своего практического опыта по использованию отдельных коммуникативных технологий, методов и приемов работы специалиста по рекламе и связям с общественностью.

В ходе практики магистранты пользуются фондами библиотеки ФГБОУ ВПО РЭУ им. Г.В. Плеханова, в том числе диссертационным фондом, библиотечным фондом кафедры русского языка. Магистранты имеют в распоряжении персональные компьютеры, имеющие выход в Интернет.

Методические указания по прохождению практики по получению первичных профессиональных умений и навыков

Организация практики по получению первичных профессиональных умений и навыков направлена на обеспечение непрерывности и последовательности овладения магистрантами профессиональной деятельностью в соответствии с требованиями к уровню подготовки выпускника.

Для руководства практики по получению первичных профессиональных умений и навыков магистрантов по направлению подготовки 42.04.01 - Реклама и связи с общественностью, программа «Связи с общественностью в бизнес-коммуникациях» назначаются руководители практики от кафедры рекламы, связей с общественностью и дизайна факультета маркетинга. Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков осуществляется на основе договоров и долгосрочных соглашений между Университетом и организациями (предприятиями, учреждениями), в соответствии с которыми указанные организации (предприятия, учреждения), независимо от их организационно-правовых форм, предоставляют места для прохождения практики магистрантам программы.

Практика может проводиться в структурных подразделениях вуза, обладающих необходимым кадровым и научно-техническим потенциалом.

Руководители практики от кафедры обеспечивают выполнение всех организационных мероприятий перед началом прохождения практики в соответствии с Регламентом; проводят организационное собрание со студентами не позднее, чем за два месяца до начала практики; обеспечивают высокое качество прохождения практики студентами и строгое ее соответствие учебному плану и программе; разрабатывают и выдают студентам индивидуальные задания для прохождения практики; совместно с руководителями по практике от организации несут ответственность за соблюдение студентами правил техники безопасности; обеспечивают научно-методическое

руководство практикой в соответствии с учебным планом, ее программой, а также в соответствии с индивидуальными заданиями студентам; осуществляют проведение регулярных консультаций студентов по вопросам, возникающим в ходе прохождения практики; осуществляют контроль соблюдения сроков практики и ее содержания; оказывают методическую помощь в период прохождения практики, для чего на кафедрах проводятся консультации; дают советы по сбору и анализу необходимой информации, которая может быть использована для написания отчета по практике; рассматривают отчеты студентов по практике, дают отзыв об их работе; оценивают результаты выполнения студентами программы практики.

В период прохождения практики студенты обязаны: получить от руководителя по практике от Университета индивидуальное задание; ознакомиться с программой практики и индивидуальным заданием; полностью выполнять программу практики и индивидуальное задание; выполнять порученную ему работу и указания руководителя практики; являться на проводимые руководителем практики консультации, сообщать руководителю о ходе работы и обо всех отклонениях и трудностях прохождения практики; своевременно накапливать материалы для отчета о практике; провести необходимые исследования, наблюдения, расчеты, сбор и обработку материалов; соблюдать режим работы организации, являющейся базой практики, а также графика, установленного для них руководителем, назначенным от базы практики; подготовить отчет к окончанию срока прохождения практики.

По окончании практики получить от руководства организации - базы прохождения практики характеристику - отзыв, подписанную руководителем организации и/или руководителем по практике от организации и заверенную печатью; по окончании практики в пятидневный срок сдать письменный отчет о прохождении практики на кафедру на регистрацию и проверку и своевременно, в установленные сроки, защитить отчет после устранения замечаний руководителя, если таковые имеются.

Руководители практики от базы ее прохождения знакомятся с будущими практикантами и определяют их рабочие места, обязанности и круг выполняемых в период практики работ; обеспечивают студентов материалами для ознакомления с базой практики, ее внутренней структурой и сферами деятельности, а также с необходимой документацией (устав организации, планы и отчеты о деятельности, стратегические программы развития); поручают магистрантам проведение работ с документацией и помогают получить практические навыки работы; осуществляют контроль прохождения практики и работы магистранта;• по окончании практики в трехдневный срок оформляют

характеристику – отзыв на магистрантов, в которых подводят итоги прохождения практики и оценивают работу магистрантов и их компетенции.

Подготовка отчета по практике

Общее учебно-методическое руководство практикой осуществляется факультетом маркетинга.

В процессе организации практики по получению первичных профессиональных умений и навыков руководителями и студентами должны применяться современные образовательные формы и технологии:

– *Мультимедийные технологии*, позволяющие руководителям экономить время на изложение необходимого материала и увеличить его объем.

– *Дистанционная форма* консультаций во время прохождения конкретных этапов практики по получению первичных профессиональных умений и навыков и подготовки отчета, позволяющая оперативно решать возникающие вопросы.

– *Компьютерные технологии и программные продукты*, необходимые для сбора и систематизации информации, разработки планов, проведения требуемых программой практики исследований и т.д.

Структура и оформление отчета по практике

Структура отчета о результатах практики по получению первичных профессиональных умений и навыков:

- Титульный лист;
- Задание;
- Содержание;
- Введение;
- Основная часть;
- Заключение;
- Список литературы;
- Приложения;
- Оценочный лист научного руководителя.

К сдаче в деканат принимаются только сброшюрованные¹ отчеты формата А4. Объем отчета составляет 15-20 страниц (не включая приложения), но в любом случае не более 30 страниц машинописного текста формата А4.

¹Требования к брошюровке: 1 способ - брошюровка на пластиковую пружинку с применением прозрачной пластиковой обложки (по левому краю блока листов пробиваются отверстия, в которые затем продевается пластиковая переплетная пружина). 2 способ - твердый «книжный» термопереплет (клеевое бесшовное скрепление листов по корешку специальным клеем с использованием «книжной» обложки)

Форматирование отчета: поля: левое – 3 см правое – 1,5 см, верхнее и нижнее – 2,5 см; шрифт – TimesNewRoman, размер шрифта –12 (в заголовках - 14 и 16, в таблицах допускается 10), полуторный межстрочный интервал (в таблицах допускается одинарный).

Обязательно наличие оглавления (2-3 уровня), сплошной нумерации страниц отчета (начиная со страницы содержания), сплошной нумерации таблиц (Таблица 1. Название, Таблица 2. Название, и т.п.), сплошной нумерации рисунков (Рисунок 1. Название, Рисунок 2. Название, и т.п.). Страницы Приложений нумеруются последовательно, продолжая нумерацию страниц самого отчета.

Формы промежуточной аттестации (по итогам практики)

Формой аттестации по итогам практики является защита письменного итогового отчета, которая проводится аттестационной комиссией по утвержденному графику.

Промежуточная аттестация магистранта по результатам практики по получению первичных профессиональных умений и навыков осуществляется в форме зачета. Оценка учитывает качество представленных отчетных материалов и отзывы руководителей практики.

При выставлении зачета учитывается:

- оценка, выставленная магистранту ответственным за практику от предприятия;
- анализ представленного отчета о прохождении практики;
- выступление магистранта на защите .

«Отлично» ставится магистранту, который выполнил весь намеченный объем работы в срок и на высоком уровне в соответствии с программой практики, проявил самостоятельность, творческий подход и соответствующую профессиональную подготовку, показал владение теоретическими знаниями и практическими навыками.

Оценка «хорошо» ставится магистранту, который полностью выполнил намеченную на период практики программу, однако допустил незначительные просчёты методического характера при общем хорошем уровне профессиональной подготовки.

Оценка «удовлетворительно» ставится магистранту при частичном выполнении намеченной на период практики программы, если магистрант допускал просчёты или ошибки методического характера.

Время проведения промежуточной аттестации – в течение недели после окончания практики.

Рекомендуемая литература

Основная литература

1. Кукушкина В.В. Организация научно-исследовательской работы студентов (магистров): Учебное пособие / В.В. Кукушкина. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 265 с.
2. Виленский М.Я., Образцов П.И., Уман А.И. Технологии профессионально-ориентированного обучения в высшей школе. - М., Педагогическое общество России, 2011.

Дополнительная литература

1. Осипова, Е.А. Профессиональная подготовка специалистов по связям с общественностью к реализации аксиологического подхода в PR-практике [Электронный ресурс] : статья / Е.А. Осипова. - М.: Инфра-М, 2015. - 3 с. - Режим доступа: <http://znanium.com>
2. Рыбакова Т.Т. Рефлексия как механизм развития компетентного специалиста. – Хабаровск, 2006.
3. Методика профессионального обучения : метод.указания по самостоятельной работе / сост. : А. С. Степанова-Быкова, Е. Е. Савченко, А. С. Карманова, О. В. Константинова. – Красноярск : ИПК СФУ, 2011. – 436 с.
4. Скибицкий Э.Г., Толстова И.Э., Шефель В.Г. Методика профессионального обучения: Учебное пособие. - Новосибирск: НГАУ, 2011. - 166 с.

Рекомендуемые Интернет-ресурсы и другие электронные информационные источники:

- <http://mon.gov.ru/> - Министерство образования и науки РФ
- www.edu.ru - портал «Российское образование».
- www.school.edu.ru - «Российский общеобразовательный портал».
- www.humanities.edu.ru – портал «Социально-гуманитарное и политологическое образование».
- <http://school-collection.edu.ru> – единая коллекция цифровых образовательных ресурсов.
- <http://fcior.edu.ru> – федеральный центр информационно-образовательных ресурсов.

Перечень рекомендуемых обучающих, справочно-информационных, контролирующих и прочих компьютерных программ, используемых при прохождении практики:

№ п/п	Название рекомендуемых по разделам и темам программы технических и компьютерных средств обучения	Наименование
1	www.consultant.ru	Справочная правовая система «Консультант Плюс»
2	www.garant.ru	Справочная правовая система «Гарант»

Материально-техническое обеспечение практики по получению первичных профессиональных умений и навыков

Университет располагает информационно-библиотечным центром, обладающим научными изданиями по проблемам развития социальных коммуникаций и технологиям производственной и исследовательской деятельности, к которой обеспечен доступ каждому обучающемуся. В библиотеке и компьютерных классах университета имеется возможность осуществления одновременного индивидуального доступа к системе обучающихся. Имеется доступ к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам.

Библиотечный фонд укомплектован печатными изданиями научной литературы и специализированных периодических изданий, а также официальными, справочно-библиографическими изданиями, необходимыми для осуществления производственной деятельности по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» программе «Связи с общественностью в бизнес-коммуникациях».

Компьютерные классы имеют необходимый комплекс программных средств и обеспечивают предоставление необходимого рабочего времени для подготовки различных проектов и заданий по дисциплинам магистерских программ.