

Приложение 4
к основной профессиональной образовательной программе
по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль) программы Связи с
общественностью в системе бизнес-коммуникаций

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

Одобрено
на заседании совета факультета
маркетинга
протокол № 7 от «23» мая 2019
Председатель совета
_____ Е.А. Окунькова

Факультет маркетинга

Кафедра рекламы, связей с общественностью и дизайна

Программа производственной практики

Б2.В.02.02 (Пд). ПРЕДДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА

Направление подготовки

42.04.01 – Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) программы

«Связи с общественностью в системе бизнес-коммуникаций»

Уровень высшего образования

Магистратура

Год начала подготовки - 2020

Москва – 2019 г.


Рецензенты:

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

Орлова И.В., профессор РАНХиГС при Президенте РФ

Целью преддипломной практики является выработка у магистрантов компетенций и навыков ведения самостоятельной исследовательской работы в области бизнес-коммуникаций и профессиональной деятельности по рекламе бизнес-компаний. Задачами преддипломной практики является приобретение магистрантом опыта в исследовании актуальной научной проблемы в области рекламы в системе бизнес-коммуникаций, а также подбор необходимых материалов для выполнения магистерской диссертации.

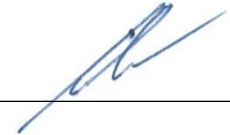
Программа практики составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта.

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

Программа преддипломной практики одобрена на заседании кафедры рекламы, связей с общественностью и дизайна протокол №11 от 11 мая 2018 г..

Заведующий кафедрой  Е.А. Осипова

Программа преддипломной практики одобрена на заседании совета ОНЦ «Торговля» протокол № 10 от «15» июня 2018 г.

Председатель совета ОНЦ «Торговля»  / А.В. Шишкин

Программа преддипломной практики одобрена советом факультета маркетинга протокол № 8 от «31» августа 2018 г.

Председатель совета факультета маркетинга  / Е.А. Окунькова

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ (АКТУАЛИЗАЦИИ)

Дополнения и изменения, внесённые в программу преддипломной практики, утверждены на заседании кафедры рекламы, связей с общественностью и дизайна, протокол № 9 от «7» мая 2019

Заведующий кафедрой



Осипова Е.А.
(Ф.И.О.)

Одобрено на заседании Совета ОНЦ «Торговля» протокол №11 от «17» мая 2019

Председатель



Шишкин А. В.
(Ф.И.О.)

Одобрено советом факультета Маркетинга, протокол № 7 от «23» мая 2019

Председатель



Окунькова Е.А.
(Ф.И.О.)

Дополнения и изменения, внесенные в программу преддипломной практики, утверждены на заседании кафедры рекламы, связей с общественностью и дизайна, протокол №8 от 07 мая 2020 г.

Заведующий кафедрой



Осипова Е.А.
(Ф.И.О.)

Одобрено на заседании Совета ОНЦ «Торговля» протокол №6 от 13 мая 2020 г.

Председатель



Шишкин А. В.
(Ф.И.О.)

Одобрено советом факультета Маркетинга, протокол №5 от 14 мая 2020 г.

Председатель



Окунькова Е.А.
(Ф.И.О.)

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели преддипломной практики	5
2. Задачи преддипломной практики	5
3. Место преддипломной практики в структуре ОПОП магистратуры	5
4. Способы и формы проведения преддипломной практики	6
5. Место и время проведения преддипломной практики	6
6. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	6
7. Структура и содержание преддипломной практики	9
8. Образовательные, научно-исследовательские и научно-производственные технологии, используемые в преддипломной практике	11
9. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся на преддипломной практике	11
10. Промежуточная аттестация (по итогам практики)	12
11. Учебно-методическое и информационное обеспечение практики	13
12. Материально-техническое обеспечение преддипломной практики	13
13. Обязанности обучающегося (практиканта) при прохождении практики	14
14. Обязанности руководителя практики	14
15. Фонд оценочных средств	15
16. Приложения	18

1. Цель преддипломной практики

Целью преддипломной практики является выработка у магистрантов компетенций и навыков ведения самостоятельной исследовательской работы и профессиональной деятельности. Также целью преддипломной практики является расширение профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью, а также сбор и систематизация материалов для написания магистерской диссертации

2. Задачи преддипломной практики

Задачами преддипломной практики является:

- приобретение опыта в исследовании актуальной научной проблемы в области связей с общественностью в системе бизнес-коммуникаций;
- подбор необходимых материалов для выполнения выпускной квалификационной работы - магистерской диссертации;
- поиск, анализ и оценка информации для подготовки и принятия управленческих решений в области рекламы и связей с общественностью в бизнесе;
- анализ существующих форм организации коммуникаций; разработка и обоснование предложений по их совершенствованию;
- анализ и моделирование процессов бизнес-коммуникаций.
- выявление и формулирование актуальных научных проблем в области связей с общественностью в системе бизнес-коммуникаций;
- разработка программ научных исследований и разработок, организация их выполнения:
- разработка методов и инструментов проведения исследований связей с общественностью и анализа их результатов:
- поиск, сбор, обработка, анализ и систематизация информации по теме исследования:

3. Место преддипломной практики в структуре ОПОП

Раздел образовательной программы подготовки магистров «Практика» является обязательным и представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся. Преддипломная практика относится к блоку Б2 «Практики».

Преддипломная практика вырабатывает умения и практические навыки, приобретаемые обучающимися в результате освоения теоретических дисциплин Блока Б.1. и предшествующих практик, изучаемых на 1-2 курсах, способствует комплексному формированию компетенций у обучающихся. УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6.

Практика базируется на освоении следующих дисциплинах учебного плана: «Методология и методы исследований в сфере рекламы и связей с общественностью», «Современные мировые концепции бизнес-коммуникаций», «Международные рекламные и PR-коммуникации», «Внутрикорпоративные коммуникации в бизнес-организации», «Организация работы отдела рекламы и связей с общественностью в бизнес-организации», «Организация рекламных и PR-кампаний в бизнесе», «Организация работы пресс-службы в бизнес-организации», «Антикризисные коммуникации в бизнесе», «Дизайн в бизнес-коммуникациях» и др. в результате изучения которых обучающийся должен:

Знать федеральный образовательный стандарт по направлению подготовки 42.04.01 – Реклама и связи с общественностью; теоретические основы и практические подходы к организации внутрикорпоративных и внешних коммуникаций бизнес-компаний.

• **Уметь** использовать современные методы исследований, технические средства и информационные технологии в подготовке и презентации отчета по преддипломной практике.

• **Владеть** навыками самостоятельного научного исследования, анализа различных источников информации, необходимых для разработки программ и соответствующего методического обеспечения, а также навыками разработки PR-программ

Преддипломная практика необходима для получения исследовательских навыков, а также сбора, анализа и обобщения материалов с их последующим использованием в магистерской диссертации. Преддипломная практика входит в *один блок* с научно-исследовательской практикой.

4. Способы и формы проведения производственной практики

4.1. Вид практики – производственная.

4.2. Способ проведения практики – стационарная, выездная.

Практика проводится в профильных организациях, расположенных на территории города Москвы и Московской области. По личному заявлению обучающегося допускается прохождение практики в организациях, расположенных в других субъектах Российской Федерации.

4.3. Форма проведения практики – дискретно в соответствии с календарным учебным графиком. (путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения данного вида практики).

4.4. Тип практики – преддипломная.

5. Место и время проведения производственной практики

Преддипломная практика проводится в профильных организациях и учреждениях в соответствии с заключенными договорами на прохождение практики. Руководство практикой осуществляется преподавателями кафедры рекламы, связей с общественностью и дизайна и специалистами профильных организаций и учреждений.

Руководители практики от выпускающей кафедры назначаются распоряжением по факультету.

Направление обучающихся на практику производится на основе договоров, заключенных между Университетом и базой практики.

Практика для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов проводится с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья (в соответствии с Регламентом организации и проведения всех видов практик...)

Время проведения практики: в соответствии с учебным планом подготовки магистра по направлению 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) программы «Связи с общественностью в системе бизнес-коммуникаций». Преддипломная практика, осуществляющаяся в 5 семестре при очно-заочной форме обучения, опирается на знание дисциплин Блока Б.1:

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

В результате прохождения преддипломной практики должны быть сформированы следующие компетенции:

УК-1 - Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий.

Индикаторы освоения компетенции УК-1:

УК-1.1 – Знает основы системного подхода к осуществлению критического анализа проблемных ситуаций

УК-1.2. - Способен вырабатывать стратегии действий для разрешения проблемных ситуаций на основе их критического анализа

УК-2 - Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла.

Индикаторы освоения компетенции УК-2:

УК-2.1. – Знает жизненный цикл проекта и методологию управления проектом на всех этапах его жизненного цикла

УК-2.2. - Способен разрабатывать проекты и управлять их реализацией на всех этапах жизненного цикла проекта

УК-3 - Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели

Индикаторы освоения компетенции УК-3:

УК-3.1. – Знает основные подходы и методы организации и руководства работой команды

УК-3.2. - Способен вырабатывать и реализовывать командную стратегию для достижения поставленной цели

УК-4 - Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия

Индикаторы освоения компетенции УК-4:

УК-4.1. – Знает современные коммуникативные техно-логии для академического и профессионального взаимодействия

УК-4.2. - Способен осуществлять академическое и профессиональное взаимодействие, в том числе на иностранном(ых) языке

УК-5 - Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия

Индикаторы освоения компетенции УК-5:

УК-5.1. – Знает специфику культурного разнообразия в процессе межкультурного взаимодействия

УК-5.2. - Способен учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия

УК-6 – Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки

Индикаторы освоения компетенции УК-6:

УК-6.1. – Знает способы совершенствования собственной деятельности на основе самооценки

УК -6.2. - Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и осуществлять ее совершенствование

Тип задач профессиональной деятельности: организационно-управленческий

ПК-1 – Способен организовывать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью

Индикаторы освоения компетенции ПК-1:

ПК-1.1. – Выполняет функционал руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного/ рекламного/ PR-агентства

ПК-1.2. – Организует работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры

ПК-1.3. – Контролирует и регулирует ход выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью

ПК-1.4. - На основании знания специфики функционирования предприятий современной коммуникационной индустрии выстраивает работу подразделения /предприятия, применяет технологии организации коммуникационной работы

ПК-2 – Способен управлять процессами стратегического и оперативного планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, бюджетирования коммуникационных программы и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность

Индикаторы освоения компетенции ПК-2:

ПК-2.1. – Выполняет функционал руководителя в части стратегического и оперативного планирования коммуникативных программ и мероприятий или стратегического и оперативного планирования деятельности коммуникационного/рекламного/ PR-агентства

ПК-2.2. – Организует работу по подготовке, творческой переработке и реализации управленческих, финансовых, креативных документов в рамках осуществляемых коммуникативных программ и мероприятий

ПК-2.3. – Контролирует уровень эффективности и регулирует ход выполнения коммуникативных программ и мероприятий с учетом выделенного ресурсного обеспечения и принятых способов финансирования

ПК-2.4. - На основании знания специфики функционирования современной коммуникационной индустрии выстраивает работу по повышению организационно-управленческого потенциала сотрудников коммуникационного/ рекламного/ PR-агентства

Тип задач профессиональной деятельности: научно-исследовательский

ПК-3 – Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы

Индикаторы освоения компетенции ПК-3:

ПК-3.1. – Отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практик

ПК-3.2. - Проводит анализ ситуации и разрабатывает проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью

ПК-4 – Способен к выдвижению и обоснованию новых идей, в том числе, в исследовательском контексте с учетом специфики профессиональной сферы и становления цифровой экономики

Индикаторы освоения компетенции ПК-4:

ПК-4.1. – Отбирает аналитические методы и инструменты для выдвижения и обоснования новых идей в отношении разработки коммуникационных программ и мероприятий, применяет их на практике

ПК-4.2. – Проводит конкурентный анализ профессиональной сферы и разрабатывает новые идеи по организации коммуникативных процессов в условиях цифровой экономики

ПК-4.3. - Проводит обобщение клиентского опыта в профессиональной сфере и выстраивает научный дискурс в отношении применения BIG DATA при разработке коммуникативных программ и мероприятий

Тип задач профессиональной деятельности: проектно-аналитический

ПК-5 – Способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью

Индикаторы освоения компетенции ПК-5:

ПК-5.1. – Формулирует концепцию научного исследования

ПК-5.2. – Применяет методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации

ПК-5.3. - Получает, интерпретирует и представляет результаты исследования. На основе исследования составляет практические рекомендации и прогнозирует тенденции коммуникационной сферы

ПК-6 - Способен разрабатывать, реализовывать и давать оценку PR-проектам в бизнесе в условиях цифровизации экономики, в том числе проектам с инновационной и творческой составляющей

ПК-6.1. – Разрабатывает на основе методов проектирования и моделирования стратегию и методологию PR-проектов в бизнесе

ПК-6.2. – Применяет методы и инструменты Big Data, экспертные методы, форсайт-технологии при разработке и реализации PR-проектов в бизнесе

ПК-6.3. – Определяет и разрабатывает индикативные показатели проектной деятельности в связях с общественностью, выстраивает самостоятельные системы оценок результатов PR-проектов в бизнесе

ПК-6.4. - Формирует в организации систему развития проектных компетенций PR-специалистов

7. Структура и содержание преддипломной практики

7.1. Общая трудоемкость преддипломной практики

Преддипломная практика обучающихся направленности (профиля) программы «Связи с общественностью в системе бизнес-коммуникаций» направления подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью проводится в бизнес-структурах и на факультете маркетинга РЭУ им. Г.В. Плеханова.

В период практики студенты подчиняются всем правилам внутреннего распорядка и техники безопасности, установленным на факультете применительно к учебному процессу.

Время проведения практики устанавливается утвержденным учебным планом ОПОП ВО (на третьем курсе в пятом семестре при очно-заочной форме обучения).

Общая трудоемкость преддипломной практики составляет по очной форме обучения 6 зачетных единицы – 216 часов соответственно.

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды деятельности учебно-организационной практики	Трудоемкость (в ак. часах)	Формы текущего контроля
3 курс 5 семестр				
1.	Организационно-подготовительный	Ознакомление с организацией (предприятием), правилами внутреннего трудового распорядка, производственный инструктаж, в т.ч. инструктаж по технике безопасности.	36	Собеседование; заполнение индивидуального задания по практике; ведение записи в дневнике практики.
2.	Аналитический	Выполнение производственных заданий, сбор, обработка и систематизация материала. Анализ полученной информации, подготовка отчета по практике, получение отзыва-характеристики	144	Отчет; собеседование; ведение записи в дневнике практики; презентация части проекта
3.	Отчетный	Сдача отчета по практике, дневника и отзыва-характеристики на кафедру, устранение замечаний руководителя практики, защита отчета по практике	32	Отчет, зачет по результатам комплексной оценки прохождения практики
Индивидуальные консультации			2	
Зачет с оценкой			2	
Итого:			216	<i>Зачет с оценкой</i>

7.2 Содержание разделов (этапов) производственной практики

7.2.1. Организационно- подготовительный этап:

- установочное собрание (информация руководителя о целях практики, формах отчетной документации);
- в организации, где проходит практика: знакомство с руководителем практики от организации, инструктаж по технике безопасности.

7.2.2. Аналитический этап

Обучающиеся знакомятся с основными направлениями работы организации, изучают специфику PR-коммуникаций в отрасли, их значение для функционирования организации, изучают основные документы, регламентирующие PR-деятельность организации. Совместно с руководителем практики от предприятия и руководителем практики корректирует индивидуальное задание

Во время этого этапа обучающийся знакомится с актуальными PR-проблемами, стоящими перед организацией, изучает возможные пути их решения, работает с плановой и отчетной документацией, приобретает навыки в подготовке аналитических документов и отчетов.

Обучающийся должен дать общую оценку PR-деятельности организации с более подробной проработкой тех сторон PR-деятельности, которые непосредственно связаны с проблематикой исследования.

На этом же этапе обучающийся осуществляет сбор и предварительную обработку фактического материала, необходимого для написания практической части магистерской диссертации.

Общее задание по производственной преддипломной практике.

В ходе выполнения общего задания обучающемуся надлежит изучить следующие вопросы:

История создания организации, ее общая характеристика, организационно- правовая форма. Учредительные документы, организационная структура. Характеристика основных структурных подразделений и их задачи. Основные показатели PR-деятельности организации.

Индивидуальное задание

Определение проблемы исследования и ее актуальности. Изучение степени разработанности проблемы. Определение объекта, предмета, цели и задач исследования. Разработка методологии исследования. Определение этапов проведения исследования. Определение теоретической и практической значимости исследования. Определение способов апробации исследования.

Анализ теоретических источников по теме исследования. Анализ PR-технологий, актуальных для решения поставленной в исследовании проблемы. Анализ наиболее успешного отечественного и зарубежного опыта по теме исследования. Выявление оптимальных PR-средств решения поставленной проблемы. Разработка PR-программы (PR-проекта), определение этапов реализации и ключевых показателей деятельности.

Наименование компетенции	Вид учебной работы обучающихся	Задание по практике
УК-1 УК-2 УК-3 УК-4 УК-5 УК-6	- сбор, обработка и систематизация практического материала; -изучение основных нормативных документов, регламентирующих PR-деятельность выбранной компании; - анализ основных каналов коммуникации; - анализ подходов к планированию PR-деятельности.	Общие задания: - изучить историю создания организации; - дать ее общую характеристику; - проанализировать организационно-правовую форму, учредительные документы и организационную структуру организации;

		<ul style="list-style-type: none"> - дать характеристику основных структурных подразделений и их задач. <p>Индивидуальное:</p> <ul style="list-style-type: none"> - провести анализ реализации внутрикорпоративных коммуникаций (коммуникаций с клиентской аудиторией, со СМИ и СМК, с партнерами, инвесторами, представителями власти, широкой и/или международной общественностью); - провести анализ основных каналов коммуникации; - провести анализ подходов к планированию PR-деятельности; - провести анализ ключевых показателей эффективности PR-деятельности.
ПК-1 ПК-2 ПК-3 ПК-4 ПК-5 ПК-6	<ul style="list-style-type: none"> - сбор, обработка и систематизация практического материала; - разработка PR-программы, направленной на решение выявленных проблем - участие в реализации PR-программы 	<p>Общие задания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проанализировать основные показатели PR-деятельности организации. <p>Индивидуальное:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выявить коммуникативные проблемы организации; - сформулировать цель и задачи PR-деятельности, направленные на решение выявленных проблем. - разработать PR-программу, направленную на решение выявленных коммуникативных проблем организации; - принять участие в реализации разработанной программы.

7.2.3. Отчетный этап

Завершение подготовки и формирование отчета о практике. Работа над замечаниями руководителей практики. Окончательное оформление работы. Представление руководителю практики отчетной документации. Итоговая конференция (информация руководителя практики о результатах практики, выступление обучающихся с анализом по итогам прохождения практики).

8. Образовательные, научно-исследовательские и научно-производственные технологии, используемые на производственной практике

В процессе прохождения практики используются следующие образовательные технологии:

Стандартные методы обучения:

- самостоятельная работа студентов вне аудитории, в которую включается выполнение разделов практики в соответствии с индивидуальным заданием и рекомендованными источниками литературы; освоение методов анализа информации и интерпретации результатов; выполнение письменных аналитических заданий в рамках практики с использованием необходимых информационных источников;

- консультации научного руководителя и руководителя практики от организации по актуальным вопросам, возникающим у студентов в ходе ее выполнения; методологии выполнения домашних заданий, подготовке отчета по практике и доклада по нему, выполнению аналитических заданий.

Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий:

- обсуждение подготовленных студентами этапов работ по практике;
- защита отчета по практике с использованием презентаций.

9. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся на преддипломной практике.

Примерная тематика научно-аналитических исследований в период проведения преддипломной практики.

Перечень образцов документов необходимых в процессе прохождения и защиты отчета по практике определяется следующими документами:

- Положение о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования, федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»,
- Регламент организации и проведения всех видов практик, обучающихся в Федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»,
- Методические указания к составлению отчета о прохождении производственной практики и дневника прохождения практики.

10. Формы промежуточной аттестации (по итогам практики)

Промежуточная аттестация за преддипломную практику проводится по результатам выполнения задания и итогового отчета магистранта. Для получения положительной оценки магистрант должен полностью выполнить все задания, своевременно оформить, представить и защитить отчет, который оценивается по утвержденному оценочному листу. Формой отчетности по практике является **Отчет** (приложение к Регламенту).

Результаты текущего контроля и промежуточной формой отчетности по практике в соответствии с п. 9.» Регламента являются:

- **Задание по практике** (приложение к Регламенту);
- **Дневник по практике** (приложение к Регламенту);
- **Отчет по практике** (приложение к Регламенту);
- **Матрица компетенций** (приложение к Регламенту);
- **Отчет по проверке на объем неправомочных заимствований;**
- **Отзыв руководителя практики от Университета** (приложение к Регламенту);
- **Характеристика-отзыв руководителя от Организации** (приложение к Регламенту).

Результаты текущего контроля и промежуточной аттестации формируют рейтинговую оценку работы студента. Распределение баллов при формировании рейтинговой оценки работы студента осуществляется в соответствии с Положением о рейтинговой системе оценки успеваемости и качества знаний студентов в федеральном государственном

бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова».

Результаты прохождения преддипломной практики на третьем курсе в пятом семестре при очно-заочной форме обучения оценивается по четырехбалльной шкале.

Критериями оценки качества преддипломной практики магистра выступают следующие:

- степень выполнения предусмотренных методическими указаниями заданий в полном, надлежащем объеме;

- оформление письменного отчета;

- итоги устной защиты отчета по научно-исследовательской практике;

- ответы на дополнительные вопросы.

При выставлении зачета с оценкой учитывается:

- оценка, выставленная магистранту за проведенные практические занятия;

- оценка уровня профессиональной подготовки;

- результаты работы в библиотечном фонде университета;

- анализ представленного отчета о прохождении практики.

Время проведения аттестации (защита отчета) – в последний день практики (в соответствии с календарным учебным графиком).

11. Учебно-методическое и информационное обеспечение практики

Основная литература

1. Осипова, Е. А. Связи с общественностью в социальной сфере. Ценностно-ориентированный подход к PR-практике : монография / Е. А. Осипова. - Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 128 с. - ISBN 978-5-16-103662-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/523515>

2. Связи с общественностью: теория, практика, коммуникативные стратегии : учеб. пособие для студентов вузов / под ред. В.М. Горохова, Т.Э. Гринберг. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Аспект Пресс, 2017. - 224 с. - ISBN 978-5-7567-0896-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1039446>

Дополнительная литература

1. Дорский, А. Ю. Правовое регулирование рекламной деятельности и связей с общественностью : учебное пособие / А. Ю. Дорский. - СПб : Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2019. - 216 с. - ISBN 978-5-288-05937-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1080941>

2. Осипова, Е. А. Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью : учебник / Е.А. Осипова. — Москва : ИНФРА-М, 2019. — 381 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа: <https://znanium.com>]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/textbook_5c6ffedda58f78.54410213. - ISBN 978-5-16-107682-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/944854>

3. Осипова, Е.А. Профессиональная подготовка специалистов по связям с общественностью к реализации аксиологического подхода в PR-практике [Электронный ресурс] : статья / Е.А. Осипова. - Москва : Инфра-М, 2015. - 3 с. - Текст : электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/525026>

4. Пособие по общественным связям в науке и технологиях: Учебное пособие / Под ред. Букки М. - М.:Альпина нон-фикшн, 2018. - 592 с.: ISBN 978-5-91671-696-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1002907>

5. Чумиков, А. Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов : учебник / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2019. — 343 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://znanium.com>]. — (Высшее образование: Бакалавриат). —

www.dx.doi.org/10.12737/textbook_592bf62f2c4f86.51817652. - ISBN 978-5-16-101069-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/989359>

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 информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса при прохождении практики, включая перечень программного обеспечения:

Программное обеспечение: Операционная система Windows 10, Microsoft Office Professional Plus: 2019 (MS Word, MS Excel, MS Power Point, MS Access), Microsoft Visio, Microsoft Project, Microsoft Visual Studio, Microsoft SharePoint Designer, Microsoft SQLServer, Microsoft Azure, 1С Предприятие 8 Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях

(Бухгалтерия, Управление персоналом, Зарплата и кадры, Документооборот), Информационный ресурс СКАН, СПАРК, Audit Expert, Project Expert, Специальная версия ИБС «QBIS для учебных заведений», IBM SPSS (Predictive Analytic Campus Solution), MatLab (Simulink), Statgraphics, Statistica, MathCad , Autodesk AutoCad, 3ds Max, Альта-Максимум, Oracle Primavera, Adobe (Photoshop, Illustrator, InDesign), Pixologic ZBrush, Smeta.ru, MapInfo, Бизнес-инженер, Adobe Flash Player, Adobe Reader, 7-zip архиватор, Deductor Academic, Dev-C++, Cisco PacketTracer, GeoGebra, Gimp, GNU Prolog, Eclipse, MetaTrader, Modelio, MySQL, Python, R-пакет, Ramus Educational, RunaWFE, SWI Prolog, Ubuntu , VirtualBox, Vmware player, Wolfram CDF Player
Антивирус Dr.Web Desktop Security Suite Комплексная защита
Браузер Google Chrome, Mozilla Firefox.

12. Материально-техническое обеспечение производственной практики

Университет располагает информационно-библиотечным центром, обладающим научными изданиями по проблемам социальных коммуникаций и технологиям 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 научно-исследовательской деятельности в рамках преддипломной практики по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

Компьютерные классы имеют необходимый комплекс программных средств и обеспечивают предоставление необходимого рабочего времени для подготовки различных проектов и заданий в рамках преддипломной практики.

№ п/п	Наименование раздела (этапа)	Наименование материалов обучения, пакетов программного обеспечения	Наименование технических и аудиовизуальных средств, используемых с целью демонстрации материалов
1	Подготовительный этап	Windows, MS Office, PowerPoint, Internet Explorer	ПК, специализированные аудитории, оснащенные современными мультимедийными средствами, копировально-множительная техника
2	Аналитический этап	Windows, MS Office, PowerPoint, Internet Explorer	ПК, специализированные аудитории, оснащенные современными мультимедийными средствами, копировально-множительная техника
3	Отчетный этап	Windows, MS Office, PowerPoint, Internet Explorer, библиотечный фонд ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова»	ПК, специализированные аудитории, оснащенные современными мультимедийными средствами, копировально-множительная техника

13. Обязанности обучающегося (практиканта) при прохождении практики¹

Обязанности обучающегося (практиканта) при прохождении практики определяются Положением о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования, федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова».

14. Обязанности руководителя практики²

Обязанности руководителя практики определяются Положением о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования, федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова».

15. Фонд оценочных средств

Оценочные средства по практике разработаны в соответствии с Положением о фонде оценочных средств в ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова».

(Фонд оценочных средств хранится на кафедре, обеспечивающей прохождение данной практики)

Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы (см. раздел 6).

¹ Определяются п.5 Положения о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования, федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова», утвержденным Ученым Советом 28.06.16 г., Протокол № 15

² Определяются п.4 Положения о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования, федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова», утвержденным Ученым Советом 28.06.16 г., Протокол № 15

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.

Предметом оценки по преддипломной практике является приобретение практического опыта. Контроль и оценка по преддипломной практике проводится на основе индивидуального задания обучающегося (с указанием конкретных видов работ, их объема, качества выполнения в соответствии с технологией и (или) требованиями образовательного учреждения); дневника практики обучающегося; отзыва руководителя по практике; отчета по практике.

Оценка по преддипломной практике выставляется на основании защиты отчета по практике.

Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

№ п.п.	Формируемые компетенции	Этапы формирования	Виды работ на практике, включая самостоятельную работу	Форма текущего контроля
1.	УК-1, УК-2, УК-3, УК-4, УК-5, УК-6	Организационно-подготовительный этап	Получение задания от руководителя практики, сбор материалов, представление руководителю собранных материалов	Устный отчет, собеседование, запись в дневнике
2.	УК-1, УК-2, УК-3, УК-4, УК-5, УК-6 ПК-1, ПК-2 ПК-3, ПК-4 ПК-5, ПК-6	Аналитический	Анализ собранных материалов, проведение расчетов, составление графиков, диаграмм, обсуждение с руководителем проделанной части работы	Устный отчет, собеседование, запись в дневнике
3.	ПК-4 ПК-5 ПК-6	Отчетный	Выработка по итогам прохождения практики выводов и предложений, оформление отчета по производственной практике и его защита	Письменный отчет, зачет по результатам комплексной оценки прохождения практики

№ п.п.	Формируемые компетенции	Виды оценочных средств, используемых для оценки сформированности компетенций		
		Выполнение индивидуального задания	Отчет по практике	Защита отчета с оценкой по практике
1	УК-1, УК-2, УК-3	+	+	+
2	УК-4, УК-5, УК-6	+	+	+
3	ПК-1, ПК-2	+	+	+
4	ПК-3	+	+	+
5	ПК-4	+	+	+
6	ПК-5	+	+	+
7	ПК-6	+	+	+

Обобщенные критерии проверки сформированности компетенции, шкала оценивания компетенций

100-балльная система оценки	Традиционная (четырёхбалльная) система оценки	Критерий оценивания	Содержание критерия оценивания
85 - 100	отлично / зачтено	Продвинутый уровень освоения компетенций	Компетенции освоены. Обучающийся показывает глубокие знания, демонстрирует умения и навыки решения сложных задач. Способен самостоятельно решать проблему / задачу на основе изученных методов, приемов и технологий.
70 - 84	хорошо / зачтено	Повышенный уровень освоения компетенций	Компетенции освоены. Обучающийся показывает полноту знаний, демонстрирует умения и навыки решения типовых задач в полном объеме.
50 - 69	удовлетворительно / зачтено	Базовый уровень освоения компетенций	Компетенции освоены. Обучающийся показывает общие знания, умения и навыки, входящие в состав компетенций, имеет представление об их применении, но применяет их с ошибками.
0 - 49	неудовлетворительно / незачтено	Заявленные компетенции не освоены	Компетенции не освоены. Обучающийся не владеет необходимыми знаниями, умениями, навыками или частично показывает знания, умения и навыки, входящие в состав компетенций.

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.

Зачет с оценкой по преддипломной практике по учебному плану подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью» направленность (профиль) программы «Связи с общественностью в системе бизнес-коммуникаций» предусмотрен в форме защиты отчета по практике.

Примерный перечень вопросов

1. Основные направления создания системы внутрикорпоративных коммуникаций.
2. Интернет-технологии в создании системы внутрикорпоративных коммуникаций.
3. Социальные сети в системе внутрикорпоративных коммуникаций.
4. Основные методы создания системы внутрикорпоративных коммуникаций.
5. Взаимосвязь корпоративной культуры и корпоративных коммуникаций.
6. Роль идентичности в создании системы внутрикорпоративных коммуникаций.
7. Практика этически-ориентированного творчества и инноваций в коммуникациях отечественных и зарубежных бизнес-кампаний.
8. Творческий и инновационный потенциал коммуникаций в малом, среднем и крупном бизнесе.

9. Специфика консультирования бизнес-организации по проблемам выстраивания коммуникаций с внешними аудиториями.
10. Консультирование бизнес-организации по проблемам выстраивания коммуникаций с клиентами.
11. Консультирование бизнес-организации по проблемам выстраивания коммуникаций с партнерами.
12. Консультирование бизнес-организации по проблемам выстраивания коммуникаций со СМИ и СМК.
13. Методы оценки коммуникативной эффективности связей с общественностью в бизнесе.
14. Экологическая ответственность бизнеса.
15. Благотворительность и спонсорство как формы социальной ответственности.
16. Благотворительность и спонсорство как PR ресурс.
17. Роль социальной отчетности бизнес-организации во взаимодействии с сотрудниками
18. Роль социальной отчетности бизнес-организации во взаимодействии с властью.
19. Влияние социальной отчетности на взаимодействие с партнерами.
20. Имиджевые кампании бизнес-субъектов.
21. Социальные кампании бизнес-субъектов.
22. Кампании по сопровождению продвижения продуктов и услуг.
23. GR-кампании бизнес-субъектов.
24. Инвестиционные кампании бизнес-субъектов.
25. Специфика подготовки и реализации кампаний в сфере бизнеса.
26. Оценка эффективности кампаний в сфере бизнеса.
27. Малобюджетная кампания: специфика и технологии.
28. Имиджевые кампании в малом бизнесе.
29. Использование интернет-ресурсов для проведения кампаний в малом бизнесе.
30. Кампании по привлечению потребителей товаров и услуг.
31. Специфика создания корпоративной идентичности *в среднем бизнесе*.
32. Работа с PR-агентствами и PR-консультантами при подготовке кампании в среднем бизнесе.
33. Кампания по разработке корпоративных информационных ресурсов.
34. Кампании по выстраиванию коммуникаций с бизнес-партнерами.
35. Кампании по выстраиванию коммуникаций со СМИ и СМК.
36. Кампании бизнес-организации по выстраиванию коммуникаций с властью.
37. Кампании бизнес-организации по выстраиванию с широкой и международной общественностью.
38. Специфика оценочного инструментария в масштабных кампаниях.

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

Факультет _____ Кафедра _____
Направление _____
Программа _____

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой

“ ___ ” _____ 20__ г.

ЗАДАНИЕ

на _____ практику студента
(указать вид практики)

(фамилия, имя, отчество)

1. Тема задания на практику _____

2. Срок сдачи студентом отчета _____

3. Содержание отчета _____

4. Календарный план

Этапы практики, содержание выполняемых работ и заданий по программе практики	Сроки выполнения		Заключение и оценка выполнения	Подпись руководителя практики
	Начало	Окончание		
1	2	3	4	5

5. Место прохождения практики _____

Руководитель практики от кафедры Университета _____

Руководитель практики от предприятия _____

Задание принял к исполнению _____

(подпись)

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

Факультет _____ Кафедра _____
Направление _____
Программа _____

О Т Ч Е Т
по преддипломной практике

Выполнил студент гр. _____

(ФИО)

(подпись)

Проверили:

(должность, ФИО руководителя от предприятия)

(оценка)

(подпись)

МП

(дата)

(должность, ФИО руководителя от кафедры)

(оценка)

(подпись)

(дата)

Москва 20__

ХАРАКТЕРИСТИКА - ОТЗЫВ о работе студента с места прохождения практики

Характеристика - отзыв составляется на студента по окончании практики руководителем от предприятия (организации).

В характеристике-отзыве необходимо указать – фамилию, инициалы студента, место прохождения практики, время прохождения.

В характеристике-отзыве должны быть отражены:

- полнота и качество выполнения программы практики;
- отношение студента к выполнению заданий, полученных в период практики;
- оценка результатов практики студента, в том числе по четырех–балльной шкале

Пример: «Студент Иванов И.И. заслуживает оценки «отлично»

- проявленные студентом профессиональные и личные качества;
- выводы о профессиональной пригодности студента;
- компетенции, освоенные студентом, во время прохождения практики (в соответствии с утвержденным учебным планом).

Характеристика-отзыв оформляется **на бланке предприятия** (организации) и подписывается руководителем практики от предприятия (организации) и заверяется печатью.

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

Факультет _____ Кафедра _____

Направление _____

Программа _____

ДНЕВНИК

_____ практики студента
(указать вид практики)
_____ учебной группы _____ курса

(фамилия, имя, отчество)

Начат _____

Окончен _____

Москва

20__

Место прохождения практики _____

Должность, ф.и.о. непосредственного руководителя практики от предприятия

УЧЕТ ВЫПОЛНЕННОЙ РАБОТЫ

Срок выполнения	Краткое содержание работы практиканта и указания руководителей практики	Отметка о выполнении работы (оценка и подпись руководителя практики)

Студент – практикант _____ / _____ /
Подпись / *расшифровка подписи*

Примерный план прохождения преддипломной практики для инвалидов и лиц с ОВЗ по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью магистерская программа – Связи с общественностью в системе бизнес-коммуникаций

Выбор мест прохождения практики для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом рекомендаций медико-социальной экспертизы, отраженных в индивидуальной программе реабилитации, доступности рекомендованных условий труда для данной категории обучающихся (сюда относятся профильные доступные организации, готовые принять обучающихся, кафедры Университета).

Для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья возможна организация преддипломной практики в дистанционной форме. Данная форма обучения представляется наиболее оптимальным способом организации преддипломной практики для лиц с ограниченными возможностями здоровья, поскольку, учась дистанционно, обучающийся перестает быть ограниченным пространственными и временными рамками - он может учиться, не выходя из дома, по индивидуальному расписанию и в удобном для себя темпе.

I. Примерный план прохождения практики для маломобильных обучающихся предполагает следующие этапы:

<u>№ п.п.</u>	<u>Разделы (этапы) практики</u>	<u>Трудоёмкость (ак. час.)</u>	<u>Трудоёмкость в днях / неделях</u>	<u>Формы текущего контроля / промежуточной аттестации</u>
<u>1</u>	Организационно-подготовительный	36	За 1 неделю до начала практики, 1 день практики	утверждение индивидуального задания по практике
<u>2</u>	Аналитический	150	20-22 недели (в течение всего периода)	презентация части проекта/ семинар-обсуждение
<u>3</u>	Отчетный	30	последний день практики	Защита отчета
		216	<u>6 недели</u>	

1. Организационно-подготовительный этап включает характеристику основных целей и задач практики, знакомство со структурой и содержанием практики, требованиями к отчетной документации, а также разработку общего и индивидуального заданий для обучающегося с ограниченными возможностями здоровья с учетом его индивидуальных особенностей и рекомендаций медико-социальной экспертизы, отраженных в индивидуальной программе реабилитации.

2. Основной этап - выполнение общего и индивидуального задания.

При выполнении общего задания обучающийся использует методическую литературу и открытые интернет-источники для формирования ответа на вопросы общего и индивидуального задания.

Общее задание по производственной преддипломной практике.

В ходе выполнения общего задания обучающемуся надлежит изучить следующие вопросы:

История создания организации, ее общая характеристика, организационно- правовая форма. Учредительные документы, организационная структура. Характеристика основных структурных подразделений и их задачи. Основные показатели PR-деятельности организации.

Индивидуальное задание

Определение проблемы исследования и ее актуальности. Изучение степени разработанности проблемы. Определение объекта, предмета, цели и задач исследования. Разработка методологии исследования. Определение этапов проведения исследования. Определение теоретической и практической значимости исследования. Определение способов апробации исследования.

Анализ теоретических источников по теме исследования. Анализ PR-технологий, актуальных для решения поставленной в исследовании проблемы. Анализ наиболее успешного отечественного и зарубежного опыта по теме исследования. Выявление оптимальных PR-средств решения поставленной проблемы. Разработка PR-программы (PR-проекта), определение этапов реализации и ключевых показателей деятельности.

Примеры индивидуального задания

1. Интернет-технологии в создании системы внутрикорпоративных коммуникаций.
2. Социальные сети в системе внутрикорпоративных коммуникаций.
3. Взаимосвязь корпоративной культуры и корпоративных коммуникаций.
4. Роль идентичности в создании системы внутрикорпоративных коммуникаций.
5. Практика этически-ориентированного творчества и инноваций в коммуникациях отечественных и зарубежных бизнес-кампаний.
6. Творческий и инновационный потенциал коммуникаций в малом, среднем и крупном бизнесе.
7. Методы оценки коммуникативной эффективности связей с общественностью в бизнесе.
8. Благотворительность и спонсорство как PR ресурс.
9. Роль социальной отчетности бизнес-организации во взаимодействии с сотрудниками
10. Роль социальной отчетности бизнес-организации во взаимодействии с властью.
11. Влияние социальной отчетности на взаимодействие с партнерами.
12. Имиджевые кампании бизнес-субъектов.
13. Социальные кампании бизнес-субъектов.
14. Кампании по сопровождению продвижения продуктов и услуг.
15. Малобюджетная кампания: специфика и технологии.
16. Имиджевые кампании в малом бизнесе.
17. Использование интернет-ресурсов для проведения кампаний в малом бизнесе.
18. Кампании по привлечению потребителей товаров и услуг.
19. Специфика создания корпоративной идентичности в среднем бизнесе.
20. Работа с PR-агентствами и PR-консультантами при подготовке кампании в среднем бизнесе.
21. Кампания по разработке корпоративных информационных ресурсов.
22. Кампании по выстраиванию коммуникаций с бизнес-партнерами.

3. Отчетный этап

Защита отчетов и представление результатов практики на итоговой конференции

II. Порядок прохождения практики для обучающихся с ОВЗ

Обучающиеся должны проходить практику в соответствии с планом, выполняя все задания и по возникающим вопросам обращаться к руководителю практики от кафедры, сообщая о результатах проведенной работы не реже, чем два раза в неделю, при личном посещении или по электронной почте.

**Карта обеспеченности производственной практики Б2.В.02.02 (П). Преддипломная практика
учебными изданиями и иными информационно-библиотечными ресурсами**

ОНЦ «Торговля»

Кафедра рекламы, связей с общественностью и дизайна


ОПОП ВО по направлению подготовки 42.04.01 – Реклама и связи с общественностью, программа «Связи с общественностью в системе бизнес-коммуникаций»

Уровень подготовки магистратура

№п /п	Наименование, автор	Выходные данные	Информация по НИБЦ им. академика Л.И. Абалкина		Количество экземпляров на кафедре (в лаборатории) (шт.)	Численность студентов (чел.)	Показатель обеспеченности студентов литературой: = 1 (при наличии в ЭБС); или =(колонка 4/ колонка 7) (при отсутствии в ЭБС)
			количество печатных экземпляров (шт.)	наличие в ЭБС (да/нет), название ЭБС			
1	2	3	4	5	6	7	8
Основная литература							
1	Осипова, Е. А. Связи с общественностью в социальной сфере. Ценностно-ориентированный подход к PR-практике : монография	Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 128 с. - ISBN 978-5-16-103662-4. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/523515		да			1
2	Связи с общественностью: теория, практика, коммуникативные стратегии : учеб. пособие для студентов вузов / под ред. В.М. Горохова, Т.Э. Гринберг. — 2-е изд., испр. и доп.	Москва : Аспект Пресс, 2017. - 224 с. - ISBN 978-5-7567-0896-7. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1039446		да			1
	Всего						
Дополнительная литература							
1	Дорский, А. Ю. Правовое регулирование рекламной деятельности и связей с	СПб : Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2019. - 216 с. - ISBN 978-5-288-05937-7. - Текст : электронный. - URL:		да			1


	общественностью : учебное пособие	https://znanium.com/catalog/product/1080941					
2	Осипова, Е. А. Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью : учебник	Москва : ИНФРА-М, 2019. — 381 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа: https://znanium.com]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/textbook_5c6ffedda58f78.54410213 . - ISBN 978-5-16-107682-8. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/944854		да			1
3	Осипова, Е.А. Профессиональная подготовка специалистов по связям с общественностью к реализации аксиологического подхода в PR-практике [Электронный ресурс] : статья	Москва : Инфра-М, 2015. - 3 с. - Текст : электронный. - URL: http://znanium.com/catalog/product/525026		да			1
4	Пособие по общественным связям в науке и технологиях: Учебное пособие / Под ред. Букки	М. - М.: Альпина нон-фикшн, 2018. - 592 с.: ISBN 978-5-91671-696-2. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1002907		да			1
5	Чумиков, А. Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов : учебник / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. — 3-е изд., перераб. и доп.	Москва : ИНФРА-М, 2019. — 343 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа http://znanium.com]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/textbook_592bf62f2c4f86.51817652 . - ISBN 978-5-16-101069-3. - Текст : электронный. - URL:		да			1

		https://znanium.com/catalog/product/989359					
	Всего						

Зав.кафедрой рекламы, связей с общественностью и дизайна _____  _____ /Осипова Е.А./
(подпись)

«30» апреля 2020 г.

Согласовано:

Сотрудник НИБЦ им. ак. Л.И. Абалкина _____  _____ /Климова И.И./
(подпись)

Научно-информационный библиотечный центр
имени академика Л.И. Абалкина
ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова»

«30» апреля 2020 г.

