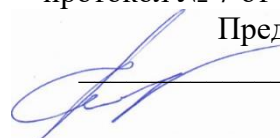


*Приложение 4
к основной профессиональной образовательной
программе
по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль) программы Рекламные
технологии бизнеса*

**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 г.

Председатель совета
Е.А. Окунькова



Факультет маркетинга

Кафедра рекламы, связей с общественностью и дизайна

ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Б1.В.02.01 (П) НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ

**Направление подготовки
42.04.01. Реклама и связи с общественностью**

**Направленность (профиль) программы
Рекламные технологии бизнеса**

Уровень высшего образования *Магистратура*

Год начала подготовки - 2020

Москва 2019 г.


Рецензенты:

1. Цветкова А.Б., к.э.н., доцент кафедры маркетинга РЭУ им. Г.В. Плеханова
2. Скороход Р.Г., Генеральный директор ООО «СКОРПА ИНДАСТРИС»

Целью научно-исследовательской практики является выработка у магистрантов компетенций и навыков ведения самостоятельной профессиональной и педагогической работы в области бизнес-коммуникаций и профессиональной деятельности по рекламе бизнес-компании. Задачами научно-исследовательской практики является приобретение магистрантом опыта в организации практической и преподавательской деятельности в области рекламы в системе бизнес-коммуникаций.


Программа практики составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта, 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, Регламентом организации и проведения всех видов практик, обучающихся в Федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова», утвержденным Приказом №1548 от 07.12.2016г.

Составитель(и):

 / Д.В. Федюнин, д.э.н., проф., кафедра рекламы, связей с общественностью и дизайна

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры рекламы, связей с общественностью и дизайна протокол № 11 от «11»мая 2018 г.

И.о. зав. кафедрой


_____ (подпись)

/ Осипова Е.А.

Программа научно-исследовательской практики одобрена на заседании совета ОИЦ «Торговля» протокол № 10 от «15» июня 2018 г.

Согласовано
Директор ОИЦ/ «Торговля»



Шишкин А.В.

Согласовано _____



Чудаев А.В., генеральный директор ООО «Флагман-Аудит»

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели научно-исследовательской практики	4
2. Задачи научно-исследовательской практики	4
3. Место научно-исследовательской практики в структуре ОПОП.....	4
4. Способы и формы проведения научно-исследовательской практики	4
5. Место и время проведения научно-исследовательской практики	5
6. Требования к результатам прохождения учебно-организационной практики	5
7. Структура и содержание научно-исследовательской практики.....	7
7.2 Содержание разделов (этапов) научно-исследовательской практики.....	7
8. Образовательные, научно-исследовательские и научно-производственные технологии, используемые на практике	9
9. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся в рамках научно-исследовательской практики.	10
10. Формы промежуточной аттестации (по итогам практики)	10
11. Учебно-методическое и информационное обеспечение практики	11
12. Материально-техническое обеспечение научно-исследовательской практики .	12
13. Обязанности обучающегося (практиканта) при прохождении практики	13
14. Обязанности руководителя практики.....	13
15. Фонд оценочных средств.....	13
16. Приложения	17

1. Цели научно-исследовательской практики

Целью научно-исследовательской практики является подготовка обучающихся к выполнению организационной и преподавательской работы в области рекламы; создание условий для достижения профессиональной компетентности в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта к уровню подготовки магистра по направлению 42.04.01. «Реклама и связи с общественностью», программа – Рекламные технологии бизнеса.

2. Задачи научно-исследовательской практики

К задачам научно-исследовательской практики можно отнести:

- применение теоретических знаний по общенаучным и профессиональным дисциплинам, полученных в процессе обучения в магистратуре;
- закрепление практических навыков организации профессиональной деятельности в области бизнес-коммуникаций;
- получение навыков подготовки и проведения учебных занятий по вопросам рекламы в сфере бизнеса.

3. Место научно-исследовательской практики в структуре ОПОП

Научно-исследовательская практика относится к блоку Б 2 «Практики», часть, формируемая участниками образовательных отношений (Б2.В.02.01(П). Научно-исследовательская).

Научно-исследовательская практика, осуществляющаяся во втором семестре, опирается на знание следующих дисциплин: Б1.О.02 Иностранный язык делового и профессионального общения, Б1.О.01.01 Деловые и научные коммуникации, Б1.О.10 Современные мировые концепции бизнес-коммуникаций, Б1.О.08 Методология и методы исследований в социальных коммуникациях, Б1.О.03 Дизайн-мышление, Б1.О.01.02 Технологии эффективного менеджмента.

Для ее прохождения магистрант должен

- **знать** современную теорию и методологию рекламы в сфере бизнеса;
- **уметь использовать** современные технологии рекламы в сфере бизнеса;
- **владеть навыками** по использованию современных технических средств и коммуникативных технологий в осуществлении аналитической и коммуникативной деятельности.

Научно-исследовательская практика входит в **один блок** с профессионально-творческой практикой и научно-исследовательской работой магистрантов. Научно-исследовательская практика необходима для получения профессиональных и преподавательских навыков, а также сбора, анализа и обобщения материалов с их последующим использованием в магистерской диссертации.

4. Способы и формы проведения научно-исследовательской практики

4.1. Вид практики – производственная.

4.2. Способ проведения практики – стационарная.

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 (путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения данного вида практики).

4.4. Тип практики – научно-исследовательская.

5. Место и время проведения научно-исследовательской практики

Научно-исследовательская практика проводится в профильных организациях и учреждениях

Научно-исследовательская практика осуществляется во втором семестре при очной форме обучения.

6. Требования к результатам прохождения учебно-организационной практики

В результате прохождения научно-исследовательской 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-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

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. – Организовывает 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

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

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 рекламным проектам в бизнесе в условиях цифровизации экономики, в том числе проектам с инновационной и творческой составляющей

Индикаторы освоения компетенции ПК-6:

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

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

ПК-6.3. – Определяет и разрабатывает индикативные показатели проектной деятельности в рекламе, выстраивает самостоятельные системы оценок результатов рекламных проектов в бизнесе

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

7. Структура и содержание научно-исследовательской практики

7.1. Структура научно-исследовательской практики

Общая трудоемкость научно-исследовательской практики составляет 3 зачетные единицы – 108 часа при очной и очно-заочной формах обучения соответственно.

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды осуществляемых работ, обучающимися	Трудоемкость (в ак. часах)	Формы текущего контроля
1 курс 2 семестр				
1.	Организационно - подготовительный	Ознакомление с программой практики, правилами внутреннего распорядка в Университете, включая инструктаж по технике безопасности, получение задания на практику. Выбор темы исследования НИР, получение задания от руководителя практики, Планирование НИР в семестре, обсуждение научно-методической литературы, согласование плана НИР с научным руководителем.	20	Письменное подтверждение о получении задания по НИР, консультации руководителя практики
2.	Аналитический	Выполнение производственных заданий по НИР, участие в НИР кафедры, сбор, обработка и систематизация фактического материала.	66	Итоговая консультация руководителя практики.
3.	Отчетный	Сдача отчета о практике, устранение замечаний руководителя практики, получение допуска к защите отчета о практике.	22	Заключение руководителя практики. Защита отчета.
	Итого:		108	Зачет
<i>в том числе контактные часы:</i> на индивидуальные консультации – 2 час., контактные часы на промежуточную аттестацию (зачет) – 2 час.; самостоятельная работа- 104 час.				

7.2 Содержание разделов (этапов) научно-исследовательской практики

7.2.1. Организационно- подготовительный этап

- установочное собрание (информация руководителя о целях практики, формах отчетной документации);
- инструктаж по технике безопасности.

7.2.2. Аналитический этап

Обучающиеся знакомятся с основными направлениями работы выбранного для исследования структурного подразделения или выбранной для исследования компании, изучают основные нормативные документы, регламентирующие PR-деятельность. Совместно с руководителем практики корректирует индивидуальное задание

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

Обучающийся должен дать оценку коммуникативной деятельности подразделения или организации более подробной проработкой тех сторон деятельности, которые непосредственно связаны с проблематикой исследования.

На этом же этапе обучающийся осуществляет сбор и предварительную обработку фактического материала, необходимого для написания практической части отчета и подготовки доклада.

Общее задание.

Содержание общего задания включает характеристику структурного подразделения университета или выбранной организации (структура, техника безопасности, основные направления профессиональной деятельности, основные направления рекламной и PR-деятельности).

Все материалы, используемые в работе над заданиями, должны быть отражены в списке использованной литературы и в ссылках в работе.

Общее задание является основополагающим для дальнейшей работы над раскрытием темы индивидуального задания, которое направлено на формирование у обучающихся общекультурных и профессиональных компетенций.

Индивидуальное задание.

Содержание индивидуального задания для НИП обсуждается обучающимся совместно с руководителем практики от организации, учитывая специфику организации и возможности в предоставлении материалов по отдельным аспектам организационной работы.

Выполнение индивидуального задания предполагает:

- анализ литературы по выбранному виду рекламной и PR-деятельности выбранного для исследования структурного подразделения или выбранной для исследования компании
- анализ практической реализации выбранного вида рекламной и PR-деятельности выбранного для исследования структурного подразделения или выбранной для исследования компании.

Примеры индивидуальных заданий

1. Проанализировать корпоративные традиции и корпоративные коммуникации
2. Проанализировать корпоративные каналы коммуникации
3. Проанализировать корпоративные социальные сети, их функции и содержательное наполнение

Наименование компетенции	Вид учебной работы обучающихся	Задание по практике
УК-1 УК-4 УК-5 УК-6	- изучение литературы и разработка программы исследования для выбранной для исследования организации или структурного подразделения университета.	Общие задания: - определение актуальной проблемы в области рекламных технологий бизнеса, сбор литературы по теме исследования. Индивидуальное: -провести анализ по теме исследования на материале выбранной для исследования организации или структурного подразделения

		университета.
ПК-1 ПК-2 ПК-3 ПК-4 ПК-5 ПК-6	- обработка и систематизация результатов исследования, проведенного на материале выбранной для исследования организации или структурного подразделения университета.	Общие задания: - подбор и анализ специальной литературы по теме диссертации, подготовка аналитического отчета по теме исследования. Индивидуальное: -провести обработку и систематизацию результатов исследования, проведенного на материале выбранной для исследования организации или структурного подразделения университета..

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 (отчет, учетная карточка, письменный самоанализ) Итоговая конференция (информация руководителя практики о результатах практики, выступления обучающихся с самоанализом по итогам практики)

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

В процессе прохождения практики используются следующие образовательные технологии:

Стандартные методы обучения:

- самостоятельная работа обучающихся, 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 и расчетных заданий в рамках практики с использованием необходимых информационных источников (лекции, учебники, статьи в периодической печати, сайты в сети Интернет);
- консультации научного руководителя и руководителя практики от организации по актуальным вопросам, возникающим у обучающихся 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.

Прохождение научно-исследовательской практики предполагает использование научно-исследовательских и научно-производственных 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.

9. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся в рамках научно-исследовательской практики.

Примерная тематика научно-аналитических исследований в период проведения научно-исследовательской 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 научно-исследовательскую 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 научно-исследовательской практики на первом курсе во втором семестре при очной форме обучения оцениваются по четырехбалльной шкале.

По результатам проверки отчетной документации, собеседования и защиты отчета выставляется зачет (или зачет с оценкой). Факторами оценки качества научно-исследовательской практики магистранта 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 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.-Петерб. 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.

Электронно-библиотечные системы:

1. ЭБС «Biblioclub.ru»
2. ЭБС «Book.ru»
3. НЭБ «eLIBRARY.RU»
4. ЭБС «Znaniium»
5. ЭБС «ЮРАЙТ»

Наукометрические системы

1. Российский индекс научного цитирования (РИНЦ)
2. Web of Science
3. SCOPUS

Перечень информационно-справочных систем

1. <http://www.consultant.ru/> - Консультант Плюс;
2. <http://www.garant.ru/>-Гарант.

Перечень профессиональных баз данных

1. <http://www.gks.ru/> - Росстат – федеральная служба государственной статистики
2. <http://www.iep.ru/ru/publikacii/categories.html> - Федеральный образовательный портал. Экономика. Социология. Менеджмент

Электронные ресурсы

Ситуационный центр ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова»

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)

Антивирус Dr.Web Desktop Security Suite Комплексная защита

Браузер Google Chrome, Mozilla Firefox.

12. Материально-техническое обеспечение научно-исследовательской практики

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 «Рекламные технологии бизнеса».

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

№ п.п.	Наименование раздела (этапа)	Наименование материалов обучения, пакетов программного обеспечения	Наименование технических и аудиовизуальных средств, используемых с целью демонстрации материалов
--------	------------------------------	--	--

1	Подготовительный этап	Операционная система Windows 10, Microsoft Office Professional Plus: 2019 (MS Word, MS Excel, MS Power Point, MS Access) Антивирус Dr.Web Desktop Security Suite Комплексная защита Браузер Google Chrome, Mozilla Firefox.	ПК, специализированные аудитории, оснащенные современными мультимедийными средствами, копировально-множительная техника
2	Аналитический этап	Операционная система Windows 10, Microsoft Office Professional Plus: 2019 (MS Word, MS Excel, MS Power Point, MS Access) Антивирус Dr.Web Desktop Security Suite Комплексная защита Браузер Google Chrome, Mozilla Firefox.	ПК, специализированные аудитории, оснащенные современными мультимедийными средствами, копировально-множительная техника
3	Отчетный этап	Операционная система Windows 10, Microsoft Office Professional Plus: 2019 (MS Word, MS Excel, MS Power Point, MS Access) Антивирус Dr.Web Desktop Security Suite Комплексная защита Браузер Google Chrome, Mozilla Firefox.	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

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

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)

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 научно-исследовательской практике является приобретение практического опыта. Контроль и оценка по научно-исследовательской 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 научно-исследовательской 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	Форма текущего контроля
1.	УК-1, УК-4, УК-5, УК-6	Организационно-подготовительный этап	Собеседование; заполнение индивидуального задания по практике; ведение записи в дневнике практики.
2.	ПК-1, ПК-2, ПК-3	Аналитический	Отчет; собеседование; ведение записи в дневнике практики; презентация части проекта, консультация с руководителем практики
3.	ПК-4, ПК-5, ПК-6	Отчетный	Письменный отчет, зачет по результатам комплексной оценки прохождения практики

Оценка по практике выставляется на основании **защиты / презентации отчета по практике.**

Шкала оценки результатов прохождения практики (из регламента формулировки)

№ п.п.	Наименование показателя	Баллы
1	Качество подобранного материала для проведения анализа	-
1.1	Наличие источников информации в соответствии с заданием (максимум 5 баллов)	
1.2	Наличие актуальных первичных данных, материалов (максимум 10 баллов)	
	Итого (максимум 15 баллов)	
2.	Качественная оценка проведенного анализа собранных материалов	-
2.1.	Выполнение требований к содержательной части отчета, соответствие заданию (максимум 10 баллов)	
2.2	Оценка степени самостоятельности проведенного анализа (максимум 10 баллов)	
2.3	Оценка качества проведенного анализа собранных материалов, данных (максимум 20 баллов)	
	Итого (максимум 40 баллов)	
3.	Выполнение общих требований к проведению практики	-
3.1.	Своевременное выполнение отдельных этапов прохождения практики и предоставление документов (максимум 10 баллов)	

3.2	Выполнение требований руководителя по выполнению заданий (максимум 10 баллов)	
	Выполнение требований к оформлению отчета по практике (максимум 5 баллов)	
	Итого (максимум 25 баллов)	
4	Защита отчета по практике (максимум 20 баллов)	
	Всего (максимум 100 баллов)	

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.

Примерный перечень вопросов к зачету

1. Типология рекламных и PR-структур в сфере бизнеса.
2. Основные цели, задачи и функции рекламных и PR-отделов в малом, среднем и крупном бизнесе.
3. Основные направления деятельности отдела рекламы и связей с общественностью в бизнесе.
4. Функциональный принцип построения рекламных и PR-отделов в малом, среднем и крупном бизнесе.
5. Подбор персонала в отдел рекламы и связей с общественностью в бизнесе.

6. Долгосрочное планирование работы отдела рекламы и связей с общественностью в бизнесе.
7. Среднесрочное планирование работы отдела рекламы и связей с общественностью в бизнесе.
8. Краткосрочное планирование работы отдела рекламы и связей с общественностью в бизнесе.
9. Планирование работы рекламных и PR-отделов в крупном бизнесе.
10. Планирование работы рекламных и PR-отделов в среднем бизнесе.
11. Планирование работы рекламных и PR-отделов в малом бизнесе.
12. Организация работы отдела рекламы и связей с общественностью в крупном бизнесе.
13. Организация работы отдела с персоналом.
14. Организация рекламной деятельности крупного предприятия.
15. Организация взаимосвязей крупного предприятия с клиентами, партнерами, СМИ, властью, с широкой и международной общественностью.
16. Организация работы отдела рекламы и связей с общественностью в среднем бизнесе.
17. Специфика организации работы отдела рекламы и СОБ с целевыми аудиториями в среднем бизнесе.
18. Специфика организации работы отдела рекламы и связей с общественностью в малом бизнесе.
19. Организация работы отдела рекламы и СОБ с целевыми аудиториями в среднем бизнесе.
20. Критерии и методы оценки эффективности работы отдела рекламы и связей с общественностью в малом, среднем и крупном бизнесе.
21. Оценка эффективности внутрикорпоративных коммуникаций.
22. Оценка эффективности коммуникаций с клиентами.
23. Оценка эффективности работы со СМИ и СМК.
24. Оценка эффективности работы с властными структурами.
25. Оценка эффективности работы в профессиональном сообществе.
26. Оценка эффективности работы с партнерами.
27. Оценка эффективности работы с широкой общественностью.

16. Приложения

Приложение 1

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)

Приложение 2
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 научно-исследовательской 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__

Приложение 3
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 научно-исследовательской практики для инвалидов и лиц с ОВЗ по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» направленность (профиль)/специализация/ магистерская программа – Рекламные технологии бизнеса

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 научно-исследовательской практики в дистанционной форме. Данная форма обучения представляется наиболее оптимальным способом организации научно-исследовательской практики для лиц с ограниченными возможностями здоровья, поскольку, участь 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	<u>8</u>	За 1 неделю до начала практики, 1 день практики	утверждение индивидуального задания по практике
<u>2</u>	Аналитический	<u>90</u>	1,5- 3 неделя (в течение всего периода)	презентация части проекта/ семинар-обсуждение
<u>3</u>	Отчетный	<u>10</u>	последний день практики	Защита отчета
		<u>108</u>	<u>3 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.

Содержание общего задания включает характеристику предприятия (структура, техника безопасности, ассортимент, клиенты и конкуренты).

Все материалы, используемые в работе над заданиями, должны быть отражены в списке использованной литературы и в ссылках в работе.

Общее задание является основополагающим для дальнейшей работы над раскрытием темы индивидуального задания, которое направлено на формирование у обучающихся общекультурных и профессиональных компетенций.

Индивидуальное задание.

Содержание индивидуального задания для научно-исследовательской практики обсуждается обучающимся совместно с руководителем практики от организации, учитывая специфику организации и возможности в предоставлении материалов по отдельным аспектам организационной работы.

Выполнение индивидуального задания предполагает:

- анализ литературы по основному виду деятельности предприятия / организации;
- работу с различными направлениями деятельности предприятия / организации или иное участие в проведении аналитических исследований (по согласованию с руководителем практики).

Примеры индивидуальных заданий

- 1. Отечественный опыт построения отдела рекламы и связей с общественностью в бизнесе.
- 2. Зарубежный опыт построения отдела рекламы и связей с общественностью в бизнесе.
- 3. Опыт планирования работы отдела рекламы и связей с общественностью в торговой компании.
- 4. Опыт организации работы отдела рекламы и связей с общественностью в транспортной компании.
- 5. Опыт организации работы отдела рекламы и связей с общественностью в страховой компании.
- 6. Опыт оценки эффективности работы отдела рекламы и связей с общественностью в финансовой компании.
- 7. Опыт оценки эффективности работы отдела рекламы и связей с общественностью в производственной компании.

Поддержка связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие органа муниципального управления

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.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ (АКТУАЛИЗАЦИИ)

Дополнения и изменения, внесенные в Программу научно-исследовательской практики утверждены на заседании кафедры ____ рекламы, связей с общественностью и дизайна, протокол № 9 от «07» мая 2019 г.

Зав. кафедрой

(подпись)

Осипова Е.А.

(ФИО)

Одобрено на заседании Совета ОНЦ/ЦГП/Институт «Торговля» протокол № 11 от «17» мая 2019 г.

Председатель ОНЦ «Торговля»

Шишкин А.В.

(ФИО)

Одобрено советом факультета маркетинг протокол № 7 от «23» мая 2019 г.

Председатель совета факультета

(подпись)

Окунькова Е.А.

(ФИО)

Дополнения и изменения, внесенные в Программу научно-исследовательской практики утверждены на заседании кафедры ____ рекламы, связей с общественностью и дизайна, протокол №8 от 07 мая 2020

Заведующий кафедрой

(подпись)

Осипова Е.А.

(ФИО)

Одобрено на заседании Совета ОНЦ/ЦГП/Институт «Торговля» протокол №6 от 13 мая 2020

Председатель

Шишкин А.В.

(подпись)

(ФИО)

Одобрено советом факультета _маркетинга протокол №5 от 14 мая 2020

Председатель

Окунькова Е.А.

(ФИО)

Дополнения и изменения, внесенные в Программу научно-исследовательской практики утверждены на заседании кафедры ____ рекламы, связей с общественностью и дизайна, протокол № ____ от « ____ » _____ 201 _ г.

Заведующий кафедрой

(подпись)

(ФИО)

Одобрено на заседании Совета ОНЦ/ЦГП/Институт « _____ » протокол № ____ от « ____ » _____ 201 _ г.

Председатель

(подпись)

(ФИО)

Одобрено советом факультета _____

протокол № ____ от « ____ » _____ 201 _ г.

Председатель

(подпись)

(ФИО)

**Карта обеспеченности дисциплины «Научно-исследовательская практика»
учебными изданиями и иными информационно-библиотечными ресурсами**

ОНЦ «Торговля»

Кафедра рекламы, связей с общественностью и дизайна

ОПОП ВО по направлению подготовки Реклама и связи с общественностью

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 в (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 / Е. А. Осипова.	Москва: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 128 с. - ISBN 978-5-16-103662-4		Да https://znanium.com/catalog/product/523515	×	25	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		Да https://znanium.com/catalog/product/1039446		25	1
Дополнительная литература							


1	Дорский, А. Ю. Правовое регулирование рекламной деятельности и связей с общественностью: учебное пособие / А. Ю. Дорский. - СПб	Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2019. - 216 с. - ISBN 978-5-288-05937-7		Да https://znanium.com/catalog/product/1080941		25	1
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/extbook_5c6ffedda58f78.54410213 . - ISBN 978-5-16-107682-8.		Да https://znanium.com/catalog/product/944854		25	1
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.		Да http://znanium.com/catalog/product/525026	×	25	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.		Да https://znanium.com/catalog/product/1002907		25	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/t extbook_592bf62f2c4f86.5 1817652. - ISBN 978-5-16- 101069-3		Да https://znaniu.com/catalog/product/989359			
---	--	---	--	---	--	--	--

Зав. кафедрой _____  _____ Е.А. Осипова

«30_» апреля 2018 г.

Согласовано:

Сотрудник НИБЦ _____  _____ / Климова И.И. ___ /
(подпись)

«_30_» апреля 2018 г.

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

(Ф.И.О.)