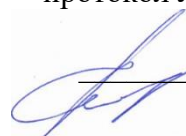


*Приложение 4
к основной профессиональной образовательной
программе
по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль) программы Рекламные
технологии бизнеса*

**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.02.02 (Пд)

ПРЕДДИПЛОМНАЯ

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 преддипломной практики является выработка у магистрантов компетенций и навыков ведения самостоятельной исследовательской работы в области бизнес-коммуникаций и профессиональной деятельности по рекламе бизнес-компании. 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 выпускной квалификационной работы - магистерской диссертации.


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

Согласовано
Директор ОНЦ/ «Торговля» _____


Шишкин А.В.

Согласовано _____

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

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цель преддипломной практики.....	4
2. Задачи преддипломной практики.....	4
3. Место преддипломной практики в структуре ОПОП.....	4
4. Способы и формы проведения производственной практики.....	5
5. Место и время проведения производственной практики.....	5
6. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	5
7. Структура и содержание преддипломной практики.....	8
8. Образовательные, научно-исследовательские и научно-производственные технологии, используемые на производственной практике.....	10
9. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся на преддипломной практике.....	11
10. Формы промежуточной аттестации (по итогам практики).....	11
11. Учебно-методическое и информационное обеспечение практики.....	12
12. Материально-техническое обеспечение производственной практики.....	14
13. Обязанности обучающегося (практиканта) при прохождении практики.....	14
14. Обязанности руководителя практики.....	15
15. Фонд оценочных средств.....	15
16. Приложения.....	19

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 выпускной квалификационной работы (ВКР).

2. Задачи преддипломной практики

Задачами преддипломной практики является:

- приобретение опыта в исследовании актуальной научной проблемы в области рекламы 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 рекламы в системе бизнес-коммуникаций;
- разработка программ научных исследований и разработок, организация их выполнения;
- разработка методов и инструментов проведения исследований и анализа их результатов;
- разработка организационно-управленческих моделей процессов, явлений и объектов, оценка и интерпретация 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.

Практика базируется на освоении следующих дисциплинах учебного плана: «Стратегическое управление бренд-коммуникациями», «Управление маркетинговыми проектами», «Маркетинговое планирование и аудит», «Управление интегрированными маркетинговыми коммуникациями», «Креативный менеджмент», «Стратегический маркетинг», «PR-технологии в рекламе», «Антикризисные коммуникации в бизнесе», в результате изучения которых обучающийся должен:

- **Знать** федеральный образовательный стандарт по направлению подготовки 42.04.01 – Реклама и связи с общественностью; особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов (ОПК-1.1.), основные тенденции развития общественных и государственных институтов и использует результаты анализа при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов (ОПК-2.2.).

- **Уметь** использовать достижения отечественной и мировой культуры при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов (ОПК-3.2.), изучать аудиторий и использовать его результаты, выявлять данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке /реализации иных коммуникационных продуктов (ОПК-4.2.).
- **Владеть** навыками самостоятельного научного исследования, анализа различных источников информации, необходимых для внедрения в профессиональную деятельность современных технологий рекламы и связей с общественностью, цифровых инструментов, технических средств и программное обеспечение (ОПК-6.2.), для ведения профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений (ОПК-7.2.).

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 работой и учебно-организационной 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 (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.

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, профиль Рекламные технологии бизнеса. Преддипломная практика, осуществляющаяся в 4 семестре при очной 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

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

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 преддипломной практики

7.1. Общая трудоемкость преддипломной практики

Преддипломная практика обучающихся по магистерской программе «Рекламные технологии бизнеса» 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 втором курсе в четвертом семестре при очной форме обучения, 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,	32	Отчет, зачет с оценкой по результатам комплексной оценки прохождения

		защита отчета по практике		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	- сбор, обработка и систематизация практического материала; -изучение основных нормативных	Общие задания: - изучить историю создания организации; - дать ее общую характеристику;

УК-4 УК-5 УК-6	документов, регламентирующих рекламную и PR-деятельность выбранной компании; - анализ основных каналов коммуникации; - анализ подходов к планированию рекламной и PR-деятельности.	- проанализировать организационно-правовую форму, учредительные документы и организационную структуру организации; - дать характеристику основных структурных подразделений и их задач. Индивидуальное: - провести анализ реализации 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 рекламной и PR-деятельности; - провести анализ ключевых показателей эффективности рекламной и PR-деятельности.
ПК-1 ПК-2 ПК-3 ПК-4 ПК-5 ПК-6	- сбор, обработка и систематизация практического материала; - разработка рекламной и PR-программы, направленной на решение выявленных проблем - участие в реализации рекламной и PR-программы	Общие задания: - проанализировать основные показатели рекламной и PR-деятельности организации. Индивидуальное: - выявить коммуникативные проблемы организации; - сформулировать цель и задачи рекламной и PR-деятельности, направленные на решение выявленных проблем. - разработать рекламную и 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 и расчетных 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 втором курсе в четвертом семестре при очной форме обучения оценивается по четырехбалльной шкале.

По результатам проверки отчетной документации, собеседования и защиты отчета выставляется зачет (или зачет с оценкой). Факторами 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 преддипломной 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.-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> 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 рекомендуемых обучающих, справочно-информационных, контролирующих и прочих компьютерных программ, используемых при прохождении практики:

Электронно-библиотечные системы:

1. ЭБС «Biblioclub.ru»
2. ЭБС «Book.ru»
3. НЭБ «eLIBRARY.RU»
4. ЭБС «Znanium»
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), 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	См. п. 11	ПК, специализированные аудитории, оснащенные современными мультимедийными средствами, копировально-множительная техника
2	Аналитический этап	См. п. 11	ПК, специализированные аудитории, оснащенные современными мультимедийными средствами, копировально-множительная техника
3	Отчетный этап	См. п. 11	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

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

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).

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.	ПК-1 ПК-2 ПК-3	Аналитический	Анализ собранных материалов, проведение расчетов, составление графиков, диаграмм, обсуждение с руководителем проделанной части работы	Устный отчет, собеседование, запись в дневнике

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

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 с оценкой 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 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	+	+	+

Оценка по результатам защиты отчета по практике выставляется исходя из следующих критериев

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)	
	Количество баллов за учебную практику (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.

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» профиль «Рекламные технологии бизнеса» предусмотрен в форме защиты отчета по практике.

Примерный перечень вопросов

1. Риски и опасности кризисных ситуаций.
2. Преднамеренные кризисы: корпоративные и бизнес конфликты.
3. Непреднамеренные кризисы: утечка информации, ущерб природе от производства.
4. Кризисы, связанные с покупателями (активность потребителей, дефекты продукции и рекламации).
5. Финансовые кризисы (убытки, налоговые махинации, судебные расследования).

6. Кризисы, связанные с HR деятельностью (оскорбления и действия сексуального характера, доноительство, преступления служебного характера).
7. SWOT-анализ и прогнозирование кризисов.
8. Разработка сценариев реагирования на кризисы.
9. Условия и возможности составления антикризисного пакета.
10. Нарабатывание необходимых ресурсов для выхода из кризиса.
11. Ресурсы, необходимые для работы в кризисной ситуации.
12. Рекламная и PR стратегия (внешний и внутренний PR) при сопровождении антикризисных коммуникаций.
13. Выбор инструментов взаимодействия с целевыми аудиториями при сопровождении антикризисных коммуникаций.
14. Составление плана первоочередных действий при выходе из кризисной ситуации.
15. Спецпроекты и технологии при выходе из кризисной ситуации.
16. Исследование целевых групп, система показателей оценки имиджевого ущерба.
17. Возможности Cross-promo и Flash Mob мероприятий.
18. Планирование и аудит результатов BTL кампании.
19. Планирование средств продвижения: ATL, BTL, PR, DM. BTL, как инструмент стимулирования сбыта.
20. Основные инструменты комплекса BTL: Sales promotion.
21. Основные инструменты комплекса BTL: Consumer promotion.
22. Основные инструменты комплекса BTL: Salesforce promotion.
23. Основные инструменты комплекса BTL: Trade promotion.
24. Event Marketing.
25. Нестандартные методы продвижения.
26. Shelf TV.
27. Продвижение в Интернет: выбор доменного имени.
28. Продвижение в Интернет: правила web-дизайна.
29. Продвижение в Интернет: формирование контента.
30. Продвижение в Интернет: программирование навигации.
31. Продвижение в Интернет: методы продвижения в сети.
32. Примеры использования BTL в B2B и B2C.
33. ATL+BTL=TTL.
34. Способы оценки эффективности, выбор наиболее подходящего метода коммуникативной поддержки BTL мероприятий.

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 _____

У Т В Е Р Ж Д А Ю
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 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__

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 преддипломной практики для инвалидов и лиц с
ОВЗ по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью
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 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.

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 преддипломной 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 индивидуального задания

1. Непреднамеренные кризисы: утечка информации, ущерб природе от производства.
2. Кризисы, связанные с покупателями (активность потребителей, дефекты продукции и рекламации).
3. Ресурсы, необходимые для работы в кризисной ситуации.
4. Программно-целевой подход к осуществлению антикризисных коммуникаций.
5. Способы блокирования негативной информации о предприятии, организации.
6. PR-защита предприятий от рейдерских атак и корпоративного шпионажа.
7. PR-защита в интересах акционеров (в том числе, стратегических инвесторов).
8. Рынок товаров и услуг с точки зрения потребителя – отличия от привычной конъюнктуры и особенностей реализации BTL мероприятий;
9. Как составить креативный бриф для эффективной коммуникативной поддержки BTL мероприятий?
10. Salesforce promotion;
11. Способы оценки эффективности, выбор наиболее подходящего метода коммуникативной поддержки BTL мероприятий;
12. Promotion Mix- современный взгляд;
13. Возможности Cross-promo и Flash Mob мероприятий.

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 преддипломной 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 преддипломной 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 преддипломной 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 «Преддипломная 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/ extbook_592bf62f2c4f86.5 1817652 . - ISBN 978-5-16- 101069-3		Да https://znanium.com/catalog /product/98935 9			
---	--	---	--	---	--	--	--

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.)